

Possibilidades didáticas e sociais no exercício da pesquisa

Dr^a Susana Gastal sgastal@terra.com.br
Dr. José Carlos Carvalho Leite
Ms. Janete Rotta Antunes nete_rotta@hotmail.com

Resumo

O artigo apresenta resultados preliminares e discute procedimentos metodológicos e didáticos da pesquisa “Perfil do Visitante na Área do *Cluster* da Serra Gaúcha”, em seu segmento aplicado nos municípios de Caxias do Sul/RS e Bento Gonçalves/RS, que contou com a participação de alunos de graduação em Turismo, da Universidade de Caxias do Sul. A experiência foi realizada no âmbito da disciplina de Estágio I em Turismo, em 2004, utilizando a metodologia desenvolvida no corpo do projeto de pesquisa, elaborado pelo Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul e pelo Departamento de Turismo e Hotelaria, da mesma Universidade. A realização da pesquisa em Caxias do Sul/RS e Bento Gonçalves/RS atendeu solicitação das respectivas Prefeituras Municipais. Nesta condição, resultados prévios foram apresentados no final de 2004, algum deles gerando celeuma.

Palavras-chave

Turismo. Pesquisa em turismo. Ensino do turismo. Estágio em turismo. Perfil do turista.

1. Introdução

A necessidade de conhecer melhor o perfil do turista é sempre ressaltada nas discussões acadêmicas que, cada vez mais, centram sua preocupação no sujeito do processo – o turista – e não mais, exclusivamente, nos seus componentes econômicos. O mercado, em especial quando a segmentação se impõe em paralelo ao dito *turismo de massa*, também busca sustentação no melhor conhecimento dos públicos efetivos e potenciais, para qualificar suas decisões mercadológicas, embora muitas vezes pouco disposto a arcar com os custos financeiros implícitos. Segundo a Organização Mundial do Turismo – OMT, as práticas do turismo estariam condicionada às forças do mercado, mas, como salienta Doris Ruschmann (1997, p.170), a dificuldade na obtenção de dados estatísticos representativas dos fatores que influenciam os fluxos turísticos, é grande e complexa. A autora enfatiza que os órgãos públicos do turismo necessitam de dados realistas sobre o comportamento futuro da demanda turística, a fim de determinar as políticas mais adequadas. Da mesma forma, dados confiáveis são fundamentais para o planejamento do setor privado.

Entretanto, é lugar comum afirmar que a pesquisa, nesta ênfase e em especial quando propõe alicersar-se em métodos quantitativos, é um processo árduo e custoso, não apenas em termos financeiros, mas também metodológicos. Daí surgirem críticas aos métodos, ou à maneira como eles vêm sendo aplicados. Para Swarbrooke (et al, 2002, p. 233), haveria uma tendência dos pesquisadores a trabalhar com amostragem pequenas e isoladas, não encaminhando a constituição de séries que permitam avaliar tendências. As técnicas de pesquisas seriam pouco desenvolvidas, além de pouco divulgadas na sua metodologia, dificultando estudos comparativos: «Muito freqüentemente, dados da mais alta qualidade coletados por organizações do setor privado são comercialmente sensíveis e em geral não disponíveis» (*idem ibidem*). Daí muitos trabalhos centrarem-se antes na reflexão teórica, resultante de observações assistemáticas, do que no resultado de pesquisa empírica consistente sobre os novos perfis de turistas.

Para além das implicações atreladas às dificuldades financeiras e metodológicas – ou, talvez, em decorrência delas – a pesquisa, não raro, ainda é vista com restrição tanto no mercado turístico como no cotidiano dos cursos de graduação da área. A pesquisa em Turismo continua restrita às áreas de excelência dos programas de pós-graduação e a participação dos graduandos nestes projetos, em geral é escassa e acontece apenas nas disputadas bolsas de iniciação científica. No que se refere ao dito *mercado*, este tenderia a afirmar, para justificar sua ausência nas pesquisas, que, militando nas práticas diárias do Turismo, conheceria seu território de atuação, seus clientes e seus fornecedores. Para aquilo que não sabe ou desconhece, o profissional do mercado confiaria na intuição, alimentada por, talvez, muitos anos de exercício profissional.

Neste contexto, a prática acadêmica nos cursos de Turismo acaba por se voltar ao saber-fazer, em detrimento do fazer-saber (MOESCH, 2000) também no campo da coleta de dados. A academia termina não exercitando o que lhe seria implícito, ou seja, o estar à frente ao mercado, sinalizando-lhe tendências e possibilidades. Na *praxis* do saber-fazer, treina o aluno para desenvolver funções que, muitas vezes, estarão já superadas quando ele, finalmente, se profissionalizar. Como inverter essas lógicas?

Estas questões foram consideradas quando o Mestrado em Turismo e o Departamento de Turismo e Hotelaria, ambos da UCS – Universidade de Caxias do Sul, juntaram-se para pensar uma proposta de pesquisa que atentasse às contingências já relatadas nos parágrafos anteriores, superando-as: um projeto que permitisse conhecer melhor um dos principais destinos turísticos do país, a Serra Gaúcha, além de somar a experiência do pós-

graduação no aprofundamento metodológico, mas que, ao mesmo, pudesse, nos seus desdobramentos, incentivar a iniciação científica em três cursos de graduação da UCS: o Bacharelado em Turismo do Campus Universitário da Região dos Vinhedos/CARVI, Bacharelado em Turismo e o Curso de Hotelaria, ambos no Núcleo Universitário de Canela/NUCAN.

Pretende-se, ainda, que na soma dos esforços, seja possível viabilizar os custos financeiros implícitos em tal tipo de pesquisa. Neste contexto nasceu a proposta da pesquisa “Perfil do Visitante na área do *Cluster* da Serra Gaúcha”.¹ A montagem do ante-projeto, por envolver diferentes pesquisadores do Mestrado e dos cursos de graduação, demandou um ano de trabalho, reuniões e debates. Aprovada a proposta, a mesma passou a ser desenvolvida, dentro do Mestrado em Turismo, por alunos e pesquisadores do pós-graduação. Alunos do curso de Turismo do CARVI, dentro da disciplina Estágio I em Turismo, aplicaram a pesquisa nos municípios de Caxias do Sul e Bento Gonçalves no primeiro semestre de 2004. Ainda houve a participação dos alunos da disciplina Pós-Modernidade, Comunicação e Segmentação de Mercado, do NUCAN, mas numa proposta menos ambiciosa, pelo número de alunos envolvidos e pelo universo pesquisado.

Neste artigo será aprofundada a experiência didático-pedagógica e de pesquisa realizadas com alunos de graduação em Turismo, nos municípios de Caxias do Sul, em especial, e Bento Gonçalves. Serão apresentados, ainda, alguns resultados preliminares e as repercussões destes resultados na comunidade turística da região, após sua apresentação na *Semana de Turismo*, evento promovido pela CIC – Câmara de Indústria e Comércio e Serviços de Caxias do Sul, em 28 de agosto de 2004.

2. Diretrizes gerais do projeto de pesquisa

A pesquisa “Perfil do Visitante no *Cluster* da Serra Gaúcha” propõe realizar um levantamento de dados que permita um maior e melhor conhecimento dos visitantes na região, teórica e metodologicamente trabalhando com o quantitativo, mas avançando para além dele. Tal enfoque propõe melhor compreender o Turismo nos seus desdobramentos sociais e culturais contemporâneos, sob o olhar do que tem sido denominado *Pós-modernidade*, nela

¹ O projeto de pesquisa “Perfil do Visitante na Área do *Cluster* da Serra Gaúcha”, na sua fase inicial em 2004, é assinado pelos professores: Dr^a Susana de Araújo Gastal (coordenadora), Dr. José Carlos Carvalho Leite, Me. Sandra Ferrapontoff Lemos, Me. Calos Hernan Rodas Céspedes e Me. Janete Rotta Antunes. Seu prosseguimento em 2005 contará com os professores Dr. Susana Gastal (coordenador), Dr. José Carlos Carvalho Leite, Dr. Rafael Santos e Me. Janete Rotta Antunes

implícito o *pós-turismo* (MOLINA, s/d), o qual suporia novas formas de desfrute do tempo livre e de comportamentos em relação às viagens, segundo pesquisas europeias sobre sócio-estilos (MASANEC et al., 2001). Assim sendo, os subprojetos de pesquisa – “Perfil do Visitante no Município de Caxias do Sul” e “Perfil do Visitante no Município de Bento Gonçalves” – objetivam não só identificar o perfil do visitante como também constituir um elo condutor que aproxime a Universidade do contexto social, atendendo às suas necessidades, mas também realizando suas potencialidades através da verticalização das ações entre as diferentes instâncias de investigação e estudos da UCS no Turismo e Hotelaria.

A proposta original do projeto de pesquisa já traz no seu bojo, como meta, constituir-se em um *programa guarda-chuva*, ou seja, um projeto de pesquisa amplo, que dê as diretrizes metodológicas, discuta conceitos e permita o diálogo entre diferentes (sub)projetos de pesquisa na graduação, pós-graduação e extensão, a ele agregados ou decorrentes. Propõe ainda incentivar o desenvolvimento de subprojetos que subsidiem o projeto mestre, em especial incentivando os professores do Departamento de Turismo e Hotelaria à prática da pesquisa. Os resultados obtidos neste processo deverão contribuir para a qualificação do planejamento turístico nos municípios pertencentes ao *cluster* da Serra Gaúcha e abastecer um banco de dados. Teoricamente, espera-se que a pesquisa contribua para a reflexão sobre a identidade(s) na pós-modernidade e suas implicações nas decisões e comportamentos em viagens, avançando para além do regional.

Para pesquisar o perfil do visitante em Caxias do Sul e Bento Gonçalves, a parceria que viabilizou o levantamento e consolidação de dados deu-se entre o Mestrado em Turismo e a graduação em Turismo, dentro da disciplina Estágio I em Turismo, ministrada no quinto semestre, em 2004. A proposta do projeto de pesquisa constituiu-se em importante experiência prática de coleta, consolidação e análise de dados, dentro do que a ementa da disciplina propõe como: “Estudo das políticas públicas do turismo. Análise da estrutura turística da Região Uva e Vinho. Avaliação da capacidade de organização e gestão turística instalada na Região Uva e Vinho”. Dessa forma, se o estágio curricular tem como objetivo posicionar o aluno no contexto em que se desenvolverão suas atividades profissionais futuras, possibilitando-lhe devolver ações inerentes à sua área de atuação específica, bem como o conviver com situações reais de trabalho nas quais estejam presentes e interagindo as múltiplas variáveis que interferem no exercício profissional, não haveria porque não incluir no rol destas experiências, a prática da pesquisa.

A prática da pesquisa, a exemplo de outras áreas do exercício profissional, cria condições para que o educando possa examinar a realidade de modo a atuar criticamente sobre ela. Se a ementa propõe experiências compatíveis com as práticas profissionais do futuro bacharel com as diferentes realidades do Turismo na região, porque não incluir a *práxis de pesquisa* entre estas experiências? Este parece ser o ponto em que a proposta passa a ser inovadora, deslocando o *locus* da pesquisa, em geral segregada às disciplinas de Metodologia, para um palco onde ela se coloca como mais um dos fazeres profissionais do turismólogo.

2.1. Os sub-projetos de pesquisa

Apresentado à Secretaria Municipal de Turismo da Prefeitura Municipal de Caxias do Sul, esta apoiou a iniciativa e se colocou como parceira da Universidade, na iniciativa. Caxias do Sul, cidade situada no Rio Grande do Sul, com um PIB R\$ 2,84 bilhões, teve sua vocação turística abortada em vista do seu crescimento como pólo metal-mecânico. A cidade originou-se no processo da imigração italiana para o Rio Grande do Sul, iniciado em 1875, nos seus primórdios com forte presença da cultura vitivinícola. Hoje, entre os seus 360.500 habitantes², os descendentes dos italianos não representam mais a maioria étnica da população, que se tornou bastante diversificada. Caxias do Sul seria ponto estratégico para o turismo de lazer e de negócios na região, por receber visitantes das Regiões Sudeste, Norte e Nordeste do Brasil, bem como dos países do Mercosul. A infra-estrutura hoteleira dispõe de mais de 2.933 leitos³ e sua gastronomia baseia-se na culinária italiana e regional gaúcha. Apesar de não ter mais no setor vitivinícola a principal base de sua economia, a uva e o vinho continuam contribuindo para atrair visitantes à cidade. A Festa Nacional da Uva, nascida em 1931 – portanto, um dos eventos mais antigos do país – é realizada a cada dois anos, e se constitui em importante atrator de visitantes e negócios, assim como a cultura regional.

A extensão da pesquisa a Bento Gonçalves deveu-se ao fato deste município sediar um dos cursos de Turismo da UCS e, no caso, responsável pela iniciativa da pesquisa. Bento Gonçalves, também originado na imigração italiana, a exemplo da Caxias do Sul teve sua economia baseada na agricultura, com destaque à vitivinicultura, tornando a cidade conhecida por sua produção de vinho e de espumante. Atualmente, a base econômica do município é constituída pela produção moveleira e vinícola, e as demais atividades, como o setor metalúrgico, alimentício, têxtil, artefatos de couro e borrachas, artes gráficas e o setor

² Censo de 2000.

³ Segundo informações do Sindicato de Hotéis, Bares, Restaurantes e Similares de Caxias do Sul.

plástico, tendem ao crescimento. A sua população é de 91.505⁴, ainda com forte presença de ítalo descendentes.

Estabelecida a parceria entre o poder público e a Universidade de Caxias do Sul, foi discutida a adequação do projeto guarda-chuva original aos sub-projetos Caxias do Sul e Bento Gonçalves, buscando atender as especificidades destes destinos turísticos e as necessidades dos parceiros “contratantes”, no caso, as respectivas prefeituras municipais. Nestas reuniões participaram todos os envolvidos no processo de elaboração da pesquisa: poder público, autores do projeto, coordenadores do curso, a professora e os alunos da disciplina.

Nestes termos, o sub-projeto passou a ter como objetivo geral: “Traçar o perfil do visitante no município de Caxias do Sul, quanto as suas características demográficas, sócio-econômicas e consumo de férias e lazer, buscando descrever seus estilos de férias, a partir das expectativas em relação às mesmas. A partir desses dados contribuir aos estudos de demanda turística num setor do *Cluster* Turístico da Serra Gaúcha”. Proposta semelhante foi aprovada para Bento Gonçalves, mas o caso Caxias do Sul será a seguir aprofundado.

Como objetivos específicos, ficaram estabelecidos:

1. Descrever o perfil dos visitantes no município de Caxias do Sul, no que diz respeito às suas demandas sócio-econômicas;
2. Descrever os visitantes quanto às suas características demográficas;
3. Identificar nos discursos dos visitantes as suas expectativas quanto ao desfrute de férias e lazer e negócios;
4. Descrever os visitantes quanto ao seu consumo de férias e lazer e negócios.

A metodologia manteve-se fiel a do projeto original, tendo em vista a unidade da pesquisa. De maneira geral, os sub-projetos desenvolvidos na graduação inspiraram-se no conceito da Organização Mundial do Turismo (OMT), para a qual a metodologia é definida como um “conjunto de métodos empíricos experimentais, seus procedimentos, técnicas e táticas para ter um conhecimento científico, técnico ou prático dos fatos turístico” (OMT apud DENCKER, 2000).

Os conceitos básicos da pesquisa, estabelecidos pelos alunos, foram os seguintes:

- a) Sujeito: é o turista visitante temporário, proveniente de outras localidades.

⁴ Censo de 2000.

- b) Instrumento: roteiros de perguntas e questionário
- c) Procedimentos: a aplicação dos instrumentos de pesquisa, feita pelos alunos da disciplina de Estágio I do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul – Campus Universitário da Região dos Vinhedos.
- d) Regras para construção da amostra: 13 entrevistas na etapa qualitativa e 300 questionários na etapa quantitativa (Caxias do Sul) e 5 entrevistas qualitativas e 150 questionários quantitativos (Bento Gonçalves).

A inserção de duas etapas distintas, uma qualitativa e outra quantitativa, visou qualificar o instrumento de coleta de dados. A etapa qualitativa foi antecedida de um seminário realizado no Mestrado em Turismo, na Cidade Universitária, sobre procedimentos, técnicas de aplicação e demais esclarecimentos aos alunos, para a viabilização da pesquisa. O seminário contou com a participação dos alunos e da professora da disciplina, dos coordenadores do projeto mestre e da diretora de Turismo da Secretaria de Turismo de Caxias do Sul. Foi definido o tamanho da amostra levando-se em consideração o número de alunos participantes em cada um dos sub-projetos, ou seja, contemplou-se 13 entrevistas abertas, semi-estruturadas – uma por participante – no primeiro caso e cinco, no segundo. Também foram definidos os locais da aplicação, que deveriam priorizar os atrativos turísticos mais importantes de Caxias do Sul e Bento Gonçalves, segundo critérios dos seus órgãos oficiais de Turismo.

O roteiro de perguntas semi-estruturado, para a entrevista, foi previamente trabalhado em sala de aula pelos alunos. As perguntas abertas consistiam em identificar os dados gerais dos visitantes e as análises deles sobre os municípios⁵. As entrevistas foram gravadas e degavadas, privilegiando a íntegra a fala dos entrevistados. Posteriormente, os resultados obtidos foram analisados e tabulados de maneira simples, procurando identificar

⁵ Para valorizar a disponibilidade dos entrevistados em conceder entrevista, a Secretaria de Turismo de Caxias do Sul em parceria com uma vinícola do município, forneceu uma garrafa de vinho a ser entregue aos entrevistados como forma de agradecimento. Este brinde era dado pelos alunos aos entrevistados no final da entrevista, juntamente com o mapa turístico do município. Em relação a Bento Gonçalves, a Secretaria de Turismo disponibilizou uma sacola personalizada contendo folheria, fôlderes, mapas e guias do município.

nas respostas obtidas, tópicos de destaque ou reincidentes. Estes dados prévios foram utilizados para uma discussão e aprofundamento da estrutura do questionário da pesquisa quantitativa.

A etapa quantitativa consistiu na aplicação de 257 entrevistas em Caxias do Sul e 150 em Bento Gonçalves. O questionário foi o mesmo do projeto piloto, acrescido das especificidades locais. Entre elas esteve o deslocamento da seção com as informações sobre a identificação do visitante que, no questionário original, estava na primeira parte e que foi deslocada para a seção final. Esta recomendação foi sugerida com o intuito de facilitar a abordagem entre os entrevistadores e os entrevistados.

Assim, a estrutura do instrumento de pesquisa manteve-se dividida em quatro seções: Seção A – Informações Turísticas; Seção B – Informações de Consumo; Seção C – Informações sobre Sócio-Estilo e Seção D – Informações Sócio-Demográficas. Antes da aplicação definitiva, os questionários foram testados em sala de aula tendo como sujeitos os próprios alunos da disciplina e também outros alunos que se encontravam na área do *campus universitário*, como o objetivo de familiarizar os entrevistadores com o instrumento de coleta. Foram realizadas dezoito entrevistas teste.

Os dias e horários da aplicação da pesquisa atenderam as disponibilidades dos alunos, na sua maioria exercendo atividades profissionais extra-universidade. A pesquisa foi aplicada nos meses de Maio e Junho de 2004, durante os dias de semana e aos sábados, nos atrativos turísticos e em alguns restaurantes. Os hotéis foram evitados, tendo em vista a crença difundida entre os profissionais da área, na região, de que o turista apenas visitaria a região – ou seja, seria um turismo *de passagem* – não se utilizando dos meios locais de hospedagem.

3. Alguns resultados e repercussão

Terminada a fase de aplicação dos instrumentos de pesquisa, os questionários foram tabulados pelo método estatístico SPSS (*Statistical Pacakage for the Social Sciences*). Esta etapa também foi realizada pelos alunos, previamente treinados no manejo do *softer*. Os resultados obtidos com a pesquisa foram apresentados a comunidade turística de Caxias do Sul durante a VI Semana do Turismo, promovida pela CIC - Câmara de Indústria, Comércio e Serviços, em agosto de 2004. A apresentação foi antecedida de palestra da professora Mirian Rejowski, docente do Mestrado em Turismo, sobre a importância de tal tipo de pesquisa, para o Turismo.

Uma análise prévia dos resultados encontrados em Caxias do Sul (os dados de Bento Gonçalves ainda estão sendo trabalhados) detectou o seguinte perfil de visitante: há uma ligeira maioria de homens (52.9%), casados (63.8%), com filhos (61.5%), não raro dois ou até três. Bom número (24.2%) tem o segundo grau completo, mas a maioria (58.6%) possui curso superior ou mesmo pós-graduação (11.3%). Este visitante é empregado (59.1%), mas ganha mais de 16 salários mínimos (43.1%). Só 12.2% não possui carro, a maioria (36.5%) possuindo, inclusive, pelo menos dois automóveis. O computador está presente em 79.6% dos casos, mas poucos (13.3%) utilizam a Internet para consultas sobre viagens

Nas suas rotinas no local de residência, este público realiza refeições fora pelo menos uma vez por semana (73,2%), mas não gosta de frequentar teatro (84,7%), nem shows musicais (70.2%). Também não vai a bares (57%). Seu lazer principal parece ser o cinema, que 56.8% afirma frequentar semanalmente ou frequentemente. Ele lê jornais locais (51.4%), mas não os assina (60.7%).

No perfil de viagem, a maioria vem de outros estados (67.3%) e um bom número (16.7%) está na sua primeira viagem. A maioria (69.2%) nunca viajou para o exterior, mas já realizou viagens pelo Brasil outras vezes (81.3%). Hospedam-se em hotéis ou similares (78%) e só um pequeno número fica na casa de parentes ou amigos (10.4%), em geral (35.4%) prolongam sua estada região por dois ou três dias. Na decisão de viagem, como já dito, há pouco uso da Internet (13.3%) e menos ainda de jornais (7.8%) ou guias de viagens (3.1%). Indicação importante é a de amigos/família (27.8%), mas a maioria foi orientada por agências de viagens (56.1%)

Durante a viagem o grande prazer é conhecer a história local (74.6%), observar a natureza (70%) e caminhar (56.3%), caracterizando um lazer contemplativo. Este dado é reforçado pois, embora gostem de caminhar, não são muito afeitos a prática de esportes (83.5%), muito menos esportes radicais, pelos quais só 9.8% declaram simpatia. Mesmo que a maioria não o faça em seu cotidiano no local de residência, declaram gostar de assistir shows musicais (29.3%) e folclóricos (36.5%), quando em viagem. Isso não inclui teatro, pois a maioria absoluta declara não gostar de frequentá-lo (84.4%), como também não parece ser importante frequentar bons restaurante (59.2%). O grande prazer, para a maioria (54.3%) é ir às compras, nas quais há pouco interesse por souvenirs (28%), preferindo-se vinhos (56.1%), chocolates (31.7%) e malhas.

Dos visitantes entrevistados em Caxias do Sul, 26.1% declarou estar ali a negócios, 11.3% em visita a parentes e amigos (o que reforça com o índice de 10.4% hospedado em casa

de parentes ou amigos), e 38,1% a lazer. Outras razões para a presença em Caxias do Sul são a participação em eventos (18,8%), cursos e seminários (7%) e outras atividades educacionais (2,7%), além tratamentos de saúde (0,8%), pois a cidade é um centro de excelência médica.

A supremacia do item lazer (38,1%) sobre negócios (26,1%), para surpresa dos pesquisadores, transformou-se em polêmica, a discussão centrando-se em relação a vocação turística do município. Os dados detectados pela pesquisa foram contestados pelos empresários do segmento hoteleiro, que apontam o viajante que vem à cidade a trabalho como seu principal cliente e afirmam que entre 70% e 90% de seus hóspedes são executivos.⁶ Se considerarmos que a soma das motivações negócios, eventos e cursos e seminários, apontados pela pesquisa, perfazem 51,9% e que os motivos de lazer e visita a familiares/parentes alcançam 49,4%, tais números não caracterizariam uma significativa maioria. Os dois índices, muito próximos, indicam paridade nas motivações dos que escolhem Caxias do Sul como destino de suas viagens.

Segundo a imprensa⁷, a cidade deveria ser melhor aproveitada em termos de turismo, pois o turista de negócio não seria seduzível a uma permanência maior, para apreciar os atrativos locais. Profissionais da área, entidades e candidatos à prefeitura – era período de campanha eleitoral à Prefeitura, o que serviu para alimentar os debates – acordaram que o turismo em Caxias do Sul demanda investimentos e parceria entre poder público, empresariado e comunidade. Para o presidente da CIC, David Randon, Caxias do Sul estaria inserida no turismo de negócios e “falta incrementar algo que faça as pessoas permanecerem na região”.⁸

Ou seja, houve uma dicotomia entre os resultados da pesquisa e a percepção dos empresários, mesmo que as suas falas registrem o desejo por este novo público visitante. Como encaminhamento se pode supor, numa hipótese a investigar, que haja uma nova tendência no turismo local, no sentido de uma maior presença do turista de lazer, que ainda não faria parte da percepção dos empresários.

Na reunião de apresentação, todos os presentes mencionaram a importância de uma instituição como a Universidade de Caxias do Sul na busca de indicadores fidedignos sobre o perfil do turista que vem a Caxias do Sul, mas segundo declaração do vice-presidente de

⁶ VOCAÇÃO TURÍSTICA EM DISCUSSÃO, Jornal Pioneiro, 27 ago, 2004.

⁷ ESPEIORIN, VÂNIA. Onde estão os turistas? Jornal Pioneiro, p.12 – 27 e 28 ago 2004.

⁸ **VANIA ESPEIORIN. ONDE ESTÃO OS TURISTAS?, JORNAL PIONEIRO, P.12, 27 e 28 AGO, 2004**

serviços da CIC “é necessário fazer ajustes”⁹. Mesmo que os pesquisadores tenham apresentado os resultados como preliminares – ou seja, que ainda serão submetidos a cruzamentos e análises em profundidade – colocou-se uma questão que ultrapassou os limites do trabalho, ou seja, como a comunidade e empresários vêem e se posicionam em relação ao turismo.

Um dos itens contestados foi a opção de pesquisa de centrar a coleta de dados em locais públicos, junto a pontos turísticos, e não junto aos meios de hospedagem. Como já colocado, esta opção foi assumida, pois uma das percepções do empresariado local, diz que os turistas *passam* pela cidade, sem usufruir do sistema de hospedagem. Mesmo não buscando o entrevistado nos hotéis, detectou-se que 78% por eles utilizam este meio de hospedagem. Mas, também esta evidência, ao ir contra as crenças locais, foi contestada.

O debate repercutiu na imprensa, com várias matérias nos jornais locais. Em outros meios de divulgação como as emissoras locais de rádio e televisão, também foram apresentados os resultados da pesquisa, seguidos de debates com convidados do setor turístico, levando a uma ampla repercussão da pesquisa no município.

Segundo Paviani (2002, p. 19): “Qualquer levantamento, sondagem de opinião e busca de informações são chamados de pesquisa” (PAVIANI, 2002, p.19), no senso comum. Esta afirmação ainda permeia grande parte do *trade* turístico, porém sabe-se que “pesquisa no sentido pleno do conceito consiste na produção de novos conhecimentos especialmente válidos para a solução de problemas de distintas ordens” (*idem ibidem*). E é dentro deste entendimento que a pesquisa sobre “O perfil do visitante no município de Caxias do Sul” deve ser vista. Paviani (2002) aponta ainda que a simples informação não pode ser considerada como conhecimento e este conhecimento requer aplicação de metodologias específicas ou tecnologias às vezes altamente sofisticadas. O mesmo teórico conclui: “Fazer pesquisa, especialmente para quem não tem tradição não é algo fácil. A maior dificuldade do mundo é a de explicar para administradores ou conselheiros sem formação científica, pessoas que nunca redigiram um artigo científico ou realizaram pesquisa, o que é e quais são as condições necessárias para se fazer pesquisa” (*idem ibidem*).

Assim sendo, na sua participação nos debates, os pesquisadores procuraram não defender os dados apresentados, mas conscientizar sobre a importância e a necessidade de se

⁹ **VOCAÇÃO TURÍSTICA EM DISCUSSÃO, JORNAL PIONEIRO, P. 22, 27 AGO, 2004**

fazer pesquisa. Como colocado por Braga (2003) o estudo da demanda turística¹⁰ só faz sentido se forem estudadas as características de quem consome ou pode consumir o turismo como produto e é dentro deste contexto que a pesquisa deve ser entendida.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

É nesse contexto – arrolando tendências e possibilidades – que a pesquisa pode vir a ser um instrumento do processo de planejamento turístico para o município de Caxias do Sul, qualificando ações que venham a incrementar a oferta turística. Se a informação é a base para a tomada de decisões e a tarefa da pesquisa em turismo é coletar dados para auxiliar os administradores do setor a tomar decisões (McINTOSH et al., 2002), a pesquisa “O Perfil do Turista que visita Caxias do Sul” aponta dados que podem ser utilizados no estudo da demanda turística do município e favorecer a realização do planejamento do turismo, pois foram levantadas informações sobre hábitos de consumo do produto turístico, suas motivações e características socioeconômicas.

Em que pese as dificuldades encontradas, todas inerentes ao processo, a equipe que participou da proposta dos sub-projetos da pesquisa “Perfil do visitante no cluster da Serra Gaúcha” considerou a experiência exitosa. O êxito esteve no efetivo vínculo da graduação com o pós-graduação; na nova propostas em termos de possibilidades do estágio acadêmico, no qual os alunos vivenciaram todo o processo da pesquisa, da elaboração do instrumento a consolidação dos resultados. A experiência prática realizada pelos alunos na disciplina de Estágio I ficou evidenciada em alguns depoimentos dos alunos, que destacaram a importância da utilização da pesquisa como ferramenta pedagógica em disciplinas de cursos de Turismo. Um depoimentos registra: “Apesar das dificuldades climáticas, de informações e a extensão do questionário, a pesquisa foi muito importante para mim, estudante de Turismo, pois pude observar o grande número de turistas que visita Caxias do Sul, as suas razões que os trazem até a cidade e ter mais contato com os mesmos, pois é para eles que estamos estudando e trabalhando para melhorar os destinos turísticos”.

Para outro aluno, apesar “de todas as adversidades encontradas pelos alunos e professora, creio que o resultado da pesquisa tenha sido proveitoso, por se tratar de um projeto

¹⁰ Demanda turística corresponde à quantidade de pessoas que viajam ou desejam viajar e que consomem ou têm disposição de consumir bens e serviços turísticos a determinado preço e em certo período de tempo. (BRAGA, 2003).

piloto, estamos dando início a um processo que é muito importante para o desenvolvimento do turismo na nossa região, que sem pesquisas não tem uma base para poder planejar e evoluir”

Estas e outras observações foram pontuadas pelos alunos e discutidas em sala de aula. Segundo eles, ainda, foi uma oportunidade de verificarem as dificuldades de se fazer pesquisa, especificamente na aplicação do instrumento de pesquisa. Constataram, também, a necessidade de conhecimento básico sobre metodologia científica, tema das disciplinas de Introdução a Pesquisa e Teoria da Ciência. Para eles, esta seria a maior dificuldade encontrada, pois alguns se sentiram falta do conhecimento prévio que permitisse qualificar sua participação em todas as fases do processo.

Diante dos relatos e avaliações, acredita-se que os objetivos do projeto piloto de pesquisa tenha sido alcançado e, até, superados.

Referências Bibliográficas

- BRAGA, D.C. (2003). Investigação da demanda turística como fator fundamental para o planejamento e o desenvolvimento do turismo. In: REJOWISKI, M; COSTA, B.K. (Orgs.). *Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão*. São Paulo: Atlas.
- DENCKER, A. F.M. (2000). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. 3 ed. São Paulo: Futura,.
- MANZANEC, J.A. et al. (2001). Análise do comportamento do turista com tipologias de estilos de vida e de férias. In. THEOBALD, W.F. (Org.). *Turismo global*. São Paulo: SENAC.
- McINTOSH, Robert W.; GOELDNER, Charles R.; RICHIE, J. R. Brent. (2002). *Turismo, princípios, práticas e filosofias*. 8. ed. Porto Alegre: Bookman.
- MOLINA, S. (s/d). *El posturismo*. Mexico: Edição do Autor.
- MOESH, M. (2000). *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto.
- PAVIANI, J. Pesquisa e pesquisa. *Almanaque Jornal Pioneiro*, p. 19, 19, 20 out. 2002.
- RUSCHMANN, Doris. (1997). *Turismo e planejamento sustentável*. São Paulo: Papirus.
- SWARBROOKE, John e HORNER, Susan. (2002). *O comportamento do consumidor no turismo*. São Paulo: Rocco.

