

Fazer Científico em Turismo no Brasil e seu Reflexo nas Publicações

Hacer Científico em Turismo em Brasil y su Reflejo em las Publicaciones

Scientific production in tourism in brazil and its reflection in the publications

Margarita Barretto*

e-mail: barretto@floripaturbo.com.br

Rafael José dos Santos**

e-mail: rafael@cipnet.com.br

Resumo

A produção científica a respeito da atividade turística no Brasil é por enquanto pequena, apesar de haver muitos livros publicados a respeito do tema. Este artigo discute, primeiramente, os conceitos de ciência para fundamentar a dificuldade em identificar as escolas de pensamento ou correntes epistemológicas entre os turismólogos do país.

Palavras-chave: Turismo; Produção Científica; Brasil.

Resumen

La producción científica con relación a la actividad turística en Brasil es aún pequeña, a pesar de haber muchos libros publicados a respecto del tema. Este artículo discute, primeramente, los conceptos de ciencia para fundamentar la dificultad en identificar las escuelas de pensamiento o corrientes epistemológicas entre los turismólogos del país.

Palabras-clave: Turismo, Producción Científica; Brasil.

Abstract

Scientific production in the area of tourism in Brazil is still small, despite the fact that many books have been published on the theme. This article discusses, primarily, the concepts of science, as a background to the difficulty of identifying the schools of thought or epistemological trends among tourism researchers in this country.

Key words: Tourism; Scientific Production; Brazil.

* Doutora em Educação pela UNICAMP, na área de Ciências Sociais Aplicadas. Docente / Pesquisadora do Mestrado em Turismo da UCS- Universidade de Caxias do Sul.

** Doutor em Ciências Sociais pela UNICAMP. Docente / Pesquisador do Mestrado em Educação da UNISUL- Universidade do Sul de Santa Catarina.

Considerações sobre o saber científico

Basta um olhar nos catálogos de editoras ou nas prateleiras de livrarias para constatar que a produção editorial reunida sob a ampla e indiferenciada rubrica de “Turismo” tem crescido bastante nas últimas décadas. Entretanto, isso não quer dizer que exista uma produção científica significativa que reflita a pesquisa em torno dos fenômenos turísticos no Brasil. Isto se aplica tanto do ponto de vista da originalidade das pesquisas, quando no que se refere a construção de conhecimento e à elaboração de teorias ou formação de escolas de pensamento a respeito do fenômeno, embora haja um significativo número de dissertações e teses nas universidades, algumas das quais têm sido publicadas.

Falar em turismo e ciência, ou melhor, na abordagem científica do turismo, exige antes uma breve reflexão acerca do fazer científico. Afinal, um dos problemas que envolvem os chamados Estudos Turísticos reside no fato do turismo constituir-se, simultaneamente, em objeto de estudo científico e em área de ação do marketing e de outros fazeres que privilegiam sua dimensão de negócio.

A questão mostra-se ainda maior na medida em que o discurso mercadológico busca sua legitimidade nos procedimentos da ciência - o que não é exclusivo, diga-se de passagem, ao tema do turismo. Embora cientes que a complexidade do problema exige muito mais do que breves apontamentos, estes se colocam como necessários para a presente discussão. Não é fácil - e nem prudente - tentar estabelecer uma definição unívoca de ciência, mas temos algumas pistas que podem nos ser úteis. As ciências, tal como as conhecemos hoje, surgem na modernidade e trazem, às vezes de modo conflituoso, as marcas da razão iluminista. Em primeira aproximação, podemos dizer que elas constituem conjuntos de teorias que buscam explicar, compreender ou interpretar diferentes ordens de fenômenos e processos, recorrendo a métodos e técnicas específicas. As idéias de “explicação”, “compreensão” e “interpretação” já apontam para a complexidade do problema da definição da ciência. No que diz respeito à explicação, por exemplo, surgem problemas sobre a relação entre aquilo que deve ser explicado (o *explanandum*) e “aquilo” que o explica (o *explans*). Uma relação possível é a de causalidade, isto é, busca-se algo que seja uma causa - o *explans* - para um efeito - *explanandum* (Outhwaite e Bottomore, 1996, p.294). Um dos primeiros contestadores da explicação causal no campo das humanidades foi o filósofo alemão Hegel (1770-1831), que propôs uma explicação do desenvolvimento da história não através de uma sucessão de causas e efeitos, mas como processo dialético movido por contradições (CHAUI, 1981, p.36). Não obstante a crítica hegeliana, a explicação causal continuou tendo forte aceitação no interior das ciências, ganhando força sob o positivismo do século XIX, atravessando o século XX e adentrando ao novo milênio como uma das formas, embora hoje não mais hegemônica e exclusiva, de fazer científico. Quanto à idéia de “compreensão”, ela remete ao filósofo Wilhelm Dilthey (1833-1911) e sua crítica à perspectiva positivista de utilização de métodos exauridos das ciências da natureza pelas ciências humanas para o estudo dos fenômenos sociais e culturais uma vez que: “Nas primeiras, os cientistas lidam com objetos externos passíveis de serem conhecidos de forma objetiva, enquanto nas ciências sociais lidam com emoções, valores, subjetividades (GOLDENBERG, 1999, p.18).

O exemplo mais significativo de ciência compreensiva é a sociologia desenvolvida por Max Weber (1864-1920), cujo objeto deixa de ser o fato social tratado como coisa, como pretendia o positivismo de Durkheim (1983, p.94), e passa a ser a ação social, isto é, tudo aquilo que os indivíduos fazem levando em consideração a ação de outros indivíduos ou mesmo de toda a sociedade e, não menos importante, ao qual atribuem um **sentido** (WEBER, 1991, p.13-14). À guisa de ilustração, podemos pensar uma abordagem compreensiva do turismo quando estudamos as diversas ações sociais em jogo, por exemplo, em um balneário à beira-mar durante o verão, procurando saber também os sentidos que os veranistas atribuem àquilo que eles fazem ali.

É importante ressaltar que os sentidos atribuídos pelos turistas, como em qualquer outro conjunto de ações sociais, não constituirão a compreensão científica do fenômeno, mas uma espécie de matéria prima a partir da qual o cientista construirá o conhecimento. Isso ocorre porque o significado

social de um fenômeno ultrapassa os sentidos atribuídos pelos indivíduos às suas ações.

O significado social e histórico de um fenômeno não se encontra, portanto, *nos* sentidos das ações, mas é construído *a partir* destes pelo cientista. Temos aqui uma pista importante para diferenciar o fazer científico do senso comum e do conhecimento empírico, ambos gerados na experiência imediata do indivíduo com o mundo. Aquilo que as pessoas, individualmente, afirmam fazer, nem sempre “explica” o que resulta das várias ações ou nos termos propostos por Pierre Bourdieu (1983, p. 73): “É porque os sujeitos não sabem, propriamente falando, o que fazem, que o que eles fazem tem mais sentido do que eles sabem”.

Além da busca de uma explicação e de uma compreensão, há também concepções de ciência baseadas na idéia de interpretação. Aqui podemos identificar, ainda que de modo resumido, duas tendências. Uma primeira, a da hermenêutica em sua vertente filosófica, de Heidegger, Gadamer, Ricoeur e Dilthey - esta última, de alguma maneira, articulada à noção de compreensão de Weber – e o interpretacionismo pós-moderno, que surge como crítica à concepção iluminista de razão, entendendo os modelos científicos totalizadores como “Grandes Narrativas” e trazendo à cena idéias como as de intersubjetividade, descontinuidade, desconstrução e, sobretudo, desordem. (OLIVEIRA, 1988).

Em qualquer das três perspectivas - explicativa, compreensiva ou interpretativa - podemos identificar algumas características do fazer e do saber científicos que os diferenciam tanto de outros fazeres e saberes, como o mercadológico, o ideológico e o de senso comum – que ora aparecem em oposição, ora em casamento fecundo, sendo difícil delimitá-los com exatidão. Uma primeira característica, certamente marcante, diz respeito ao que denominaremos de *razões de fazer*, isto é, para que faz-se ciência? A que demanda ela obedece? A ideologia quer ser um saber inquestionável, justificado em premissas científicas, elaborado por técnicos que exercem o papel de intelectuais orgânicos, no sentido gramsciano, seja do grande capital ou do Estado, e que através de argumentos “lógicos” objetivam justificar medidas econômicas, políticas ou sociais para obter ou manter o poder. A ideologia, assim como os dogmatismos, constituem-se como supostos portadores de “verdades” e colidem com a ciência que é, fundamentalmente, produção de incerteza, de questionamento da interpretação do mundo. O senso comum, por sua vez, relaciona-se ao imperativo dos indivíduos em explicar ou, antes, simbolizar seu *estar-no-mundo*, elaborando modos de classificar a natureza, criando narrativas sobre a origem da vida e da morte ou expressando opiniões sobre os acontecimentos do cotidiano.

Ainda é bastante comum encontrar definições de ciência construídas em oposição ao senso comum, mas trata-se, na verdade, de duas ordens distintas de saberes. Se é verdade que a ciência, por suas metodologias, desloca-se do senso comum e coloca-o muitas vezes sob perspectiva, não é menos verdade que os próprios cientistas, em suas práticas cotidianas, estão sujeitos ao senso comum. Esta é a razão pela qual Pierre Bourdieu fala de um “senso comum científico” e da necessidade da ciência pensar-se a si mesma em um movimento de reflexividade, isto é, considerando cientificamente as próprias condições sociais de produção desse conhecimento (2000, p. 17-58), e Giddens afirma que uma expressão da reflexividade institucional é a contestação da autoridade da ciência e do saber especializado como algo separado do saber leigo. No presente momento, “todos os tipos de conhecimento, cult e folk, as orientações tradicionais voltam a reivindicar algum tipo de hegemonia ao lado dos domínios da ciência ortodoxa”. (BECK et al, 1997, p. 221).

Ao mesmo tempo, os conhecimentos mercadológicos voltam-se para a organização da produção, circulação e consumo de bens e serviços - entre os quais o turismo – obedecendo, portanto, aos imperativos do mercado econômico. A referência a este tipo de conhecimento é fundamental, uma vez que ele é recorrente no campo dos estudos turísticos e, muitas vezes, confunde-se com o conhecimento científico. Um dos motivos da confusão reside no fato do pensamento mercadológico assentar-se sob procedimentos racionais, algo que, desde Max Weber, desvendou-se como característica *sui generis* da sociedade capitalista. Em outros termos, o planejamento

mercadológico, assim como a gestão empresarial, constituem conjuntos de “ações racionais com relação a fins” (Weber, 1991, p.15). É justamente este recurso à racionalidade que permitiu falar-se, a partir de Taylor, em “gerenciamento científico”. (OUTHWAITE & BOTTOMORE, 1996, p.323).

Aqui reside um ponto crucial na busca do “para quê?” da ciência. Embora seus procedimentos possam ser aplicados na gestão e no marketing, os objetivos de explicação, compreensão ou interpretação da realidade, não são perseguidos com esta finalidade precípua.

Em uma primeira aproximação, diríamos que o fim primeiro da ciência é a própria ciência, isto é, a construção de conhecimento sobre uma dada realidade, qualitativamente distinto do senso comum por não se basear na experiência imediata, e certamente diferente dos discursos político-ideológico e dogmático, uma vez que é construída todo o tempo, junto com a crítica do cientista ao seu próprio fazer.

Isso não significa, é claro, que a ciência não possa ser aplicada, isto é, voltar seus conhecimentos para determinados fins que a ultrapassam: o planejamento mais racional de uma localidade, a organização do trabalho, a prevenção de problemas urbanos e ambientais, etc. Queremos apenas frisar que este não é o objetivo *imediato* do fazer científico. Em outras palavras: interferir em uma realidade supõe conhecê-la e o conhecimento cabe à ciência, enquanto a interferência cabe a outras esferas de ação, como as políticas públicas e o planejamento.

Na busca do conhecimento a ciência tem suas próprias regras. Pressupõe a existência de uma comunidade científica formada por pesquisadores que leram os mesmos clássicos, que compartilham uma série de conhecimentos comuns, mesmo que não haja consenso acerca das interpretações destes clássicos. As diferentes leituras realizadas pelos membros de uma comunidade científica podem levar à existência de escolas, comunidades que abordam o mesmo objeto científico a partir de pontos de vistas incompatíveis (KUHN, 1975, p. 220). Além disso, uma ciência pressupõe a existência de paradigmas, isto é, princípios éticos que orientarão seus pressupostos e pesquisas.

Para que uma determinada produção seja considerada científica deve ter, entre outras condicionantes, coerência (lógica), consistência (profundidade) e originalidade. A originalidade, na ciência, não está ligada à inspiração, como nas artes (nas quais também é necessária muita pesquisa para chegar à originalidade e à consagração). Está ligada ao trabalho de procurar pacientemente fontes e de debruçar-se durante dias e meses nos livros e documentos para extrair deles o máximo de informações e conhecimento possíveis. Produzir ciência é produzir novos saberes, novas teorias, e isto só é possível através da pesquisa e o estudo.

A pesquisa científica é uma atividade que consiste em partir de realidades empíricas, informações sobre determinado assunto, reconstruir este universo empírico através de recursos metodológicos e confrontá-lo com o conhecimento teórico acumulado a respeito deste. A pesquisa científica produz teorias, que são os enunciados que resumem, orientam, conceptualizam, classificam, compreendem, explicam ou interpretam os fatos observados. Se do ponto de vista imediato a finalidade da ciência é a construção de conhecimento, de uma perspectiva moral a principal razão de ser deste conhecimento é aplicar-se para o benefício da sociedade como um todo, permitindo melhor uso de técnicas e melhores práticas sociais.

A pesquisa científica a respeito do fenômeno turístico

Se partirmos da idéia de que a ciência é uma forma de explicar, compreender ou interpretar a realidade e de que o turismo é uma atividade ou uma prática que implica movimento de pessoas em situações definidas com utilização de determinados equipamentos e serviços, está claro que turismo não é ciência, nem fazer turismo ou trabalhar na área de turismo é fazer ciência. Isto não quer dizer que não haja ciências aplicadas ao turismo e que não haja pesquisas científicas a respeito do turismo.

O turismo é um fenômeno social “total”, no sentido pensado por Marcel Mauss (1974), isto é, um fenômeno em cuja complexidade se condensa toda uma gama de aspectos da sociedade e da

cultura. Desta multiplicidade de aspectos decorre o fato do turismo ter se constituído em objeto de diferentes ciências e abordado inicialmente sob os diversos marcos de referência da Economia, das Ciências Sociais (Sociologia e Antropologia) e da Geografia, aos quais mais tarde juntaram-se outras disciplinas, constituindo aos poucos um campo multidisciplinar cujas diferentes abordagens começam a comunicar-se entre si, ora em diálogo produtivo, ora em disputas acirradas, mas sempre mantendo a distinção entre o turismo como fenômeno e seu estudo.

Os estudos provenientes das ciências econômicas, no início do século XX enfatizavam os impactos positivos da entrada do dinheiro dos turistas em determinado local. Posteriormente, a partir dos estudos coordenados por de Kadt (1979) surgiu uma escola de economistas que começaram a questionar este paradigma.

A geografia começou seus estudos a partir de um enfoque menos otimista do que a economia, alertando sobre os problemas que o excesso de habitantes temporários trazia ao meio ambiente natural e humano, na medida em que territórios eram desmatados para construção de *resorts* ou rios represados para a prática de esportes náuticos, no que foi seguida de perto pela antropologia, que passou a estudar os impactos na cultura local, ocasionados pelos contingentes de pessoas portadoras de outros padrões culturais, as mudanças nas relações de gênero nas famílias tradicionais a partir do contato com turistas, as mudanças de hábitos por aculturação ou endoculturação, a geração de novas necessidades, a problemática da diferença de classes entre visitantes e prestadores de serviços e suas manifestações no processo de relacionamento, as mudanças no modo de vida e outros pontos.

Estes estudos permitiram também a relativização do papel da atividade turística frente a outras forças de modernização atuantes nos locais de destino, como os meios de comunicação (no caso da questão cultural) e em relação a outras indústrias (no caso da poluição ambiental). Também vêm evidenciando o importante papel que o turismo tem na recuperação do patrimônio histórico, dos museus, da cultura popular e das tradições.

A análise epistemológica mais conhecida sobre a produção científica em turismo deve-se a Jafari (1994) que agrupou os estudos em diferentes plataformas: a de defesa do turismo como uma atividade boa para a sociedade, economicamente rentável, socialmente neutra e ambientalmente viável, a plataforma da advertência, que via o turismo como elemento aculturador e destruidor do meio ambiente, a de conciliação, que congregava os estudos orientados a ver o turismo como uma atividade com pontos positivos e pontos negativos, e a do conhecimento, que via o turismo como um objeto de estudo sobre o qual ainda havia muito que pesquisar.

Dentro desta classificação, pode-se dizer que as pesquisas provenientes da geografia se situavam, inicialmente, na plataforma da advertência, porém a tendência é haver mais produção das plataformas de conciliação e do conhecimento. As provenientes das ciências sociais têm se situado, quase sempre, nas plataformas de conciliação e do conhecimento.

Enfrentamos, porém, o problema da falta de produção adequada aos objetivos da coleção. No caso específico do Brasil, a o estado da arte da produção científica na área de turismo é preocupante sob vários aspectos.

No âmbito universitário, a exaustiva análise feita por Rejowski (1996, p. 105) mostra um quadro eclético, que leva a autora a afirmar que “tentou-se aplicar uma das várias classificações metodológicas usuais nas ciências humanas e sociais [mas] nenhuma se revelou adequada”.

A produção universitária em geral está constituída por *surveys* ou estudos de caso e análises, orientados para a aplicação prática, onde podem ser identificados os marcos teóricos provenientes da economia, da geografia, das ciências sociais, das ambientais, da comunicação e da administração de empresas e em praticamente todos estão presentes várias plataformas. De acordo com Rejowski (1996, p. 112): nem sempre se encontrou rigor científico e espírito crítico, apenas brotaram alguns temas de pesquisa, faltando, em muitos casos, domínio da metodologia”.

No âmbito editorial, a situação é ainda mais comprometedor quanto às carências teórico-metodológicas. Há uma enorme oferta de títulos, que se aproxima dos mil e quinhentos, porém é

difícil identificar marcos teóricos definidos ou escolas de pensamento. Uma parte destes livros tem caráter de revisão bibliográfica ou de manual de administração, onde são reproduzidas definições e conceitos, realizam-se análises conjunturais e propõem-se soluções operacionais para o melhor funcionamento do sistema turístico ou de algum dos seus segmentos.

A maior parte das publicações provenientes da geografia e das ciências sociais, que são resultado de pesquisas ou escritas por pesquisadores, podem ser analisadas à luz do método dialético, identificando-se alguns elementos. Está presente em quase todos os trabalhos a categoria causa-efeito, onde o turismo é apontado como a causa de modificações ambientais, sociais e culturais e há, em muitas publicações, um esforço por encontrar a essência por trás das aparências. Excepcionalmente encontra-se a categoria casualidade assim como a análise conjuntural e estrutural de todas as variáveis que afetam a atividade turística e suas conexões. Há poucas publicações que seguiram o método histórico (história da hotelaria, dos transportes, do turismo, etc.), enquanto que as provenientes das ciências sociais aplicadas, das áreas de administração ou de turismo *strictu sensu*, obedecem ao modelo estruturalista, focalizando o turismo como sistema.

Tentando identificar algumas tendências que podem vir a formar escolas de pensamento, poderiam ser identificadas, a princípio, duas: o estruturalismo e o materialismo dialético. O enfoque estrutural funcionalista do turismo privilegia a estrutura do fenômeno e a relação entre os elementos. Este método estaria representado pelos pesquisadores que entendem que todo deslocamento temporário é turismo, independentemente da duração ou da motivação das pessoas (são os que admitem as classificações de turismo de negócios, turismo de saúde e outras viagens obrigatórias como turismo). O enfoque dialético procura compreender a essência do fenômeno turístico e enfatiza o peso da motivação e do desejo do ser humano histórico e social denominado turista para classificar uma viagem como turística. Os pesquisadores representantes desta tendência aceitam o termo turismo somente quando ligado ao prazer e ao lazer.

A difusão editorial do fazer científico no turismo no Brasil

Uma das grandes contradições que podem ser percebidas no Brasil é que, embora haja muitos livros editados, pouco do produzido na academia em forma de dissertações e teses é publicado. Embora haja bons trabalhos acadêmicos, estes têm pouca receptividade por parte do grande público, de um lado, pela temática que, como já observado, apresenta estudos de caso e análises focais que interessam ao estreito círculo dos envolvidos no problema, o que os torna pouco interessantes para o mercado editorial; do outro, seu formato peculiar traz informações por vezes enfadonhas para pessoas que não são do meio acadêmico, o que torna necessário um investimento de tempo e esforço na transformação de uma tese em livro. Há boas dissertações e teses com a abrangência que o mercado editorial requer, mas muitos autores não querem ou não dispõem de tempo para fazer as mudanças necessárias para transformar um trabalho acadêmico em livro, desde que a corrida pela sobrevivência de muitos docentes às vezes não permite o “luxo” de parar para escrever, o que reflete o duplo discurso das universidades e agências financiadoras que, de um lado exigem produção científica, mas, de outro, não dão condições para que esta seja de boa qualidade.

Mas, de um modo geral, pode-se dizer que a produção é pequena em relação à demanda do mercado editorial, que aposta no número de cursos de turismo e de alunos matriculados neles. Assim, os editores de turismo se digladiam em busca de escritores. Há, proporcionalmente, demasiadas editoras que publicam títulos de turismo, o que leva a que estas literalmente disputem os autores. Embora a concorrência tenha sido pautada pela cortesia e pela ética, não faltam, no mercado, exemplos em contrário. Outrossim, muitos editores são obrigados a procurar livros estrangeiros para traduzir, o que implica altos custos, risco de interpretação equivocada dos originais e, fundamentalmente, trazer reflexões sobre realidades diferentes da nacional.

Dentro do ambiente universitário, a queixa maior dos professores é que os alunos não lêem e, dentro do reduzido número dos que o fazem, a queixa maior é que todo o que lhes é apresentado para leitura é reiterativo. Reiteram-se conhecimentos porque não se faz pesquisa para gerar novos.

A produção editorial ligada ao turismo no Brasil abunda em projeções futuras, fundamentadas em números de origem incerta, em dogmas sobre o que deve ser feito, sobre o que o turismo é ou provoca, é rica em idéias e projetos. Mas projeções, dogmas e projetos não constituem produção científica.

Referências

- BANDUCCI JR. A. BARRETTO, M. (Org). *Introdução*. In **Turismo e identidade local: uma visão antropológica**. Campinas, SP: Papirus, 2001.
- BARRETTO, M. *As ciências sociais aplicadas ao turismo*. In SERRANO, C. BRÜHNS. H. T e LUCHIARI, M. T. (Org). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas, SP: Papirus, 2000.
- BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1995. cap. 13
- BOURDIEU, P. Esboço de uma teoria da prática. In **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983. (Grandes Cientistas Sociais, 39).
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 3.^a ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- CARDOSO DE OLIVEIRA, R. A categoria de (des) ordem e a pós-modernidade da antropologia. In **Sobre o Pensamento Antropológico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro; Brasília: CNPq, 1988.
- CHAUÍ, M. **O que é ideologia**. 3.^a ed. São Paulo: Brasiliense, 1981.
- DEMO, P. **Introdução à metodologia da ciência**. São Paulo: Atlas, 1983.
- DURKHEIM, É. As Regras do Método Sociológico. In **Durkheim**. 2.^a ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983. (Os Pensadores).
- BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. **Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo: Editora da Unesp, 1997.
- GOLDEMBERG, M. **A arte de pesquisar**. 3.^a ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 1999.
- JAFARI, J. La cientificación del turismo. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, V. 3, n° 1, pp. 7-36, Buenos Aires, CIET, Enero 1994
- KUHN, T. S. **A estrutura das revoluções científicas**. São Paulo: Perspectiva, 1975.
- LÜDKE, M.; ANDRÊ, M. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986 (2001, 6.^a reimpressão).
- MAUSS, M. *Ensaio sobre a dádiva. Forma e Razão da Troca nas Sociedades Arcaicas*. In **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: E.P.U/Edusp, 1974.
- MOLINA, S. **Conceptualización del turismo**. México: Limusa, 1991.
- MORIN, E. **Ciência com consciência**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- OUTWHAITE, W. BOTTOMORE, T.(Org.). **Dicionário do pensamento social do século XX**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1996.

REJOWSKI, M. **Turismo e pesquisa científica**. Campinas, SP: Papyrus, 1996.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social. Métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

SANTOS, B. S. **Introdução a uma ciência pós moderna**. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

WEBER, M. A *“Objetividade” do Conhecimento nas Ciências Sociais*. In **Weber, M.** 4ª ed. São Paulo: Ática, 1989. p.79-127. (Grandes Cientistas Sociais, 13).

WEBER, M. **A Ética protestante e o espírito do capitalismo**. 3.ª ed. São Paulo: Livraria Pioneira, 1983.

WEBER, M. **Economia e sociedade**. 3.ª. ed. Brasília : Ed. UnB, 1994. Volume I.