

Disciplina: Epistemologia do Conhecimento em Turismo
Docente: Profa. Dra. Karina Toledo Solha

CONSTRUINDO A PESQUISA EM TURISMO

Você já deve ter percebido que fazer pesquisa não é só aplicar questionários, que existe todo um trabalho anterior de construção e de planejamento que vai definir o que e como pesquisar e depois como analisar os dados que foram coletados. Este conjunto de atividades é denominado processo de pesquisa, que contempla várias etapas, iniciando-se com planejamento da pesquisa, ou seja, com a construção do projeto de pesquisa.

Este é uma atividade exaustiva na qual o pesquisador utiliza seus conhecimentos e criatividade para tomar uma série de decisões fundamentais para a condução de seu trabalho de pesquisa.

Quadro . Etapas, fases e passos do processo de pesquisa em marketing

Etapas	Fases	Passos
1. Reconhecimento e formulação do problema de pesquisa	Formulação, determinação ou constatação de um problema de pesquisa	
	Exploração inicial do tema	
2. Planejamento da pesquisa	Definição dos objetivos	
	Estabelecimento das questões de pesquisa e (ou) formulação de hipótese	
	Estabelecimento das necessidades de dados e definição das variáveis e de seus indicadores	
	Determinação das fontes de dados	
	Determinação da metodologia	Determinação do tipo de pesquisa Determinação de métodos e técnicas de coleta de dados Determinação da população da pesquisa, do tamanho da amostra e do processo de amostragem Planejamento da coleta de dados Previsão do processamento e análise dos dados
	Planejamento da organização, cronograma e orçamento	
	Redação do projeto de pesquisa e (ou) da proposta de pesquisa	
3. Execução da pesquisa	Preparação de campo	Construção, pré-teste e reformulação dos instrumentos de pesquisa Impressão dos instrumentos Formação da equipe de campo Distribuição do trabalho de campo

	Campo	Coleta de dados Conferência, verificação e correção dos dados
	Processamento e análise	Digitização Processamento Análise e interpretação Conclusões e recomendações
4. Comunicação dos resultados	Elaboração e entrega dos relatórios da pesquisa	
	Preparação e apresentação oral dos resultados	

Fonte: Mattar (2001:16)

Embora o quadro acima demonstre detalhadamente as etapas de uma pesquisa de marketing elas se aplicam também a uma pesquisa acadêmica, o processo é o mesmo, as diferenças significativas relacionam-se ao aprofundamento teórico que deve ter esta última.

Assim um projeto de pesquisa contempla basicamente os seguintes itens:

1. Introdução ao tema
2. Definição do problema
3. Determinação dos objetivos da pesquisa e/ou definição de hipóteses
4. Elaboração da justificativa da escolha do tema e do problema
5. Elaboração do quadro de referência
6. Procedimentos metodológicos
7. Estimativa de custos e recursos necessários
8. Cronograma de Atividades

A profundidade e a ordem dos itens dependerá de quem está financiando a pesquisa, no caso das agências de fomento do poder público federal ou estadual, exige-se um aprofundamento das questões relacionadas ao quadro de referência e aos procedimentos metodológicos, nas pesquisas que atendem as demandas da iniciativa privada, serão prioridade os custos, os prazos e a qualidade dos resultados.

1. Introdução ao tema

Todo trabalho de pesquisa se inicia com a determinação do tema que deverá ser estudado, quando são pesquisas acadêmicas como a elaboração de monografia, dissertações ou teses a escolha do tema pode estar definida, de modo geral, pelos departamentos ou institutos da universidade, e outras vezes depende da decisão pessoal do pesquisador. Já as pesquisas realizadas para empresas ou mesmo poder público normalmente tem seu tema Pré-definido e, algumas vezes, também o problema.

No primeiro caso são critérios importantes para a definição do tema:

- *relacionar-se com a área de atuação do pesquisador* - e conseqüentemente permitir a familiaridade com a temática e portanto uma maior fundamentação teórica, (Já pensou um físico ilustre discutindo gestão de atrativos turísticos?)
- *preencher uma lacuna na formação profissional* – como se fosse um desafio a ser superado em nossa gama de conhecimento, (isto é bastante comum em nossa área, na pós-graduação em

turismo sejam especializações, mestrados ou mesmo doutorados são muitos os pesquisadores advindos de áreas afins, como administração, história, geografia, psicologia, etc)

- *ser relevante para área de conhecimento em que atua o pesquisador*, (sabendo que o conhecimento científico tem caráter cumulativo, nem sempre os trabalhos precisam ser inéditos, mas devem trazer novas abordagens, que contribuam para o desenvolvimento do conhecimento na área)

Além destes critérios gerais é necessário considerar, ainda, os limites pessoais no que se refere a formação intelectual e os limites institucionais que se relacionam às condições que são oferecidas pela instituição para a realização da pesquisa. (Pádua, 2000:38)

2. Definição do problema de pesquisa

Mesmo quando o tema já foi pré-estabelecido, ele pode possuir uma amplitude que comporta várias estudos e interpretações, como foi visto no exemplo da cadeia hoteleira Sol de Verão. Cabe ao pesquisador a tarefa de delimitá-lo e explicitá-lo com clareza, para tanto é necessário que o pesquisador tenha domínio do assunto. Somente com a definição do problema é que se consegue iniciar o processo de investigação, orientar a coleta de dados e determinar os resultados da pesquisa (Pádua, 2001:39).

Assim o problema de pesquisa deve ter natureza científica, ou seja, deve envolver variáveis que possam ser testadas. Como por exemplo:

Que proporção da população do país viaja e com que frequência? – Neste caso podemos determinar a quantidade de população que efetivamente viaja e a frequência em que ocorre, são variáveis que podem ser coletadas e medidas.

Ao contrário de:

- **Problemas de “engenharia”:** *Como fazer para melhorar o transporte aéreo no país? ou Como aumentar a competitividade da hotelaria?* Da maneira como foram propostos não permitem investigação científica, pois não analisam variáveis, estão preocupados em fazer algo de maneira eficiente, são denominados por Kerlinger (*apud* Gil, 1991:27) como problemas de “engenharia”. O conhecimento científico pode contribuir oferecendo sugestões e possíveis respostas, mas não pode responder diretamente à questão proposta.
- **Problemas de valor:** *Qual o melhor segmento para atuação profissional em turismo? O ecoturismo é melhor que o turismo cultural? É certo investir no desenvolvimento de resorts?* Todos os problemas que indagam se uma coisa é boa ou má, desejável ou indesejável, certa ou errada, melhor ou pior, são problemas de valor porque não passíveis de verificação.

A formulação inadequada de um problema de pesquisa dificulta a busca e a análise dos dados. Por exemplo, quando você está fazendo uma busca em qualquer um dos buscadores da Internet, o que acontece quando você coloca Turismo? Como você refina sua busca? E quando não sabe direito onde e o que procurar? Provavelmente vai passar horas na frente do computador sem uma resposta que resolva seu problema.

Essa dificuldade de elaborar problemas se torna muito maior quando se trata de pesquisa científica e, portanto, exige que o pesquisador compreenda o objeto de estudo, tenha conhecimento sobre o que já foi produzido a respeito do assunto e tenha alguma experiência com a área que pretende pesquisar. Isto associado ao exercício de criatividade vai permitir que o pesquisador desenvolva um problema de pesquisa adequado aos seus objetivos. Todavia existem algumas regras práticas que podem facilitar este processo:

- formular o problema como uma pergunta,
- deve ser passível de verificação,
- deve ser suscetível de solução,
- e principalmente deve ser delimitado a uma dimensão viável (Gil, 2001)

3. Determinação dos objetivos e/ou hipótese –

Depois de determinar com clareza e precisão o problema da pesquisa, deve-se estabelecer os objetivos da mesma, o geral e os específicos. Vê-se com bastante frequência uma certa confusão entre objetivos da pesquisa e as tarefas que serão realizadas. Para facilitar a elaboração dos objetivos o pesquisador deve se lembrar que os objetivos gerais referem-se à contribuição do estudo para sua área de conhecimento, enquanto que os específicos tratam os objetivos do próprio trabalho. Um bom exemplo de objetivos pode ser encontrado na livre-docência da Profa. Dra. Mirian Rejowski:

Objetivo geral:

Identificar os fatores que possam contribuir para a melhoria das pesquisas científicas que irão embasar o desenvolvimento do Turismo Brasileiro.

Objetivos específicos

- complementar e analisar, sistematicamente, as dissertações e teses em Turismo durante o período de 1970 a 1995,
- analisar e discutir as características dos pesquisadores e de suas pesquisas,
- identificar os temas prioritários e sugestões para o desenvolvimento da pesquisa em turismo,
- comparar a situação real da pesquisa científica com as necessidades do pesquisador, empresário e do profissional da área (Rejowski, 1997:5).

Depois de determinar os objetivos gerais e específicos o pesquisador formula as hipóteses que guiarão sua coleta e análise de dados. Hipótese é uma resposta antecipada, provisória, para uma determinada situação. Isto significa possíveis respostas, como pode ser observado na explicação bem humorada de Costa:

“Você pode dizer: Se eu não apresentar o projeto para a faculdade, minha bolsa de estudos será suspensa”. Nesse caso, você não estará formulando uma hipótese. Isto porque ser você puder afirmar essa consequência de modo tão enfático, é porque tem certeza de que ficará mesmo sem a bolsa. Talvez sua experiência acumulada sinalize isso a você. Assim, trata-se de uma declaração condicional, e não de uma hipótese.

Porém, se você não tivesse certeza do que aconteceria, você poderia estar diante de uma hipótese. Nesse caso, você deveria dizer: “Se eu não apresentar o projeto para a faculdade, é provável que minha bolsa de estudos seja suspensa”. (Costa, 2001:27)

Embora não haja necessidade de estar explícita, a existência de uma hipótese é exigência para pesquisas científicas. Geralmente as hipóteses são explícitas e formais nos casos em que se analisam as relações entre as variáveis, já para aquelas que não trabalham relações e apresentam uma única variável a hipótese pode implícita nos objetivos ou mesmo nos instrumentos de coleta de dados. Como por exemplo a pesquisa desenvolvida por Rejowski, citada acima, considerando os objetivos estabelecidos a pesquisadora definiu as seguintes hipóteses de trabalho:

“Hipótese 1 : houve, nos anos de 1990 a 1995, um aumento quantitativo e qualitativo das teses brasileiras em Turismo, em relação aos anos anteriores,

Hipótese 2 : ocorreu maior expansão disciplinar na década de 90, ou seja, pesquisadores de várias áreas do conhecimento realizaram teses em Turismo,

Hipótese 3 : as principais barreiras para a realização de pesquisas turísticas no Brasil são a falta de bibliografia, de dados estatísticos atualizados e de apoio financeiro,...” (Rejowski, 1997:6)

E assim são apresentadas 5 hipóteses de trabalho que norteiam toda a busca, tratamento e análise de dados da pesquisa. Percebe-se que os objetivos e as hipóteses devem manter uma correlação muito próxima e que a elaboração da última decorre do conhecimento aprofundado e da experiência do autor sobre o tema. O que significa que quanto mais experiente for o pesquisador mais complexa poderá ser sua pesquisa e sua análise.

Esta experiência adquire-se com tempo, treino, compromisso, disciplina intelectual, estudo, envolvimento e curiosidade científica, portanto, não há nenhum demérito em começar timidamente a vida de pesquisador. Mas é necessário ter consciência dos próprios limites e aprender paulatinamente, e mais do que isso, lembrar sempre que ninguém conhece tudo, isto é ter modéstia intelectual e que leva a um estado de prontidão permanente para aprender.

4. Elaboração da justificativa da escolha do tema e do problema

Algumas vezes este item já está contemplado na introdução do tema, portanto é preciso verificar o roteiro disponibilizado pela instituição ou agência de fomento para a qual o projeto será enviado. Nos casos, em que se solicita algum tipo de financiamento, é necessário redobrar os cuidados na elaboração da justificativa. Afinal o projeto estará concorrendo com inúmeros outros.

Na justificativa deve-se indicar o desenvolvimento dos conhecimentos referentes ao tema, apresentar argumentos que comprovem a relevância do tema e as contribuições que podem advir para o avanço das discussões, enfatizar e demonstrar a viabilidade da pesquisa com o tempo e recursos disponíveis.

Estes elementos referem-se, principalmente, às pesquisas de natureza científica e acadêmica, para aquelas dirigidas à iniciativa privada deve-se procurar atender aos objetivos da instituição e demonstrar os benefícios que poderão ser obtidos com os resultados do estudo. (Gil, 1991:146)

5. Elaboração do quadro de referência

A elaboração deste item se inicia com um levantamento bibliográfico geral que permitirá se obter uma visão geral sobre o tema, verificando a existência de outros trabalhos e as discussões que têm sido realizados sobre o assunto. Este levantamento inicial indica as dificuldades na obtenção de dados, contribui para evitar a duplicação de trabalhos com a mesma abordagem, permite aperfeiçoar métodos e técnicas que já foram elaborados e testados, além de oferecer uma visão crítica a respeito das questões levantadas na pesquisa.

Embora elaborado de forma provisória no projeto de pesquisa, constitui-se como uma importante base para o desenvolvimento das discussões teóricas que deverão ser elaboradas com profundidade ao longo da realização da pesquisa.

6. Procedimentos metodológicos

Os procedimentos metodológicos devem ser indicados com o máximo de detalhes num item específico, que pode aparecer como Procedimentos Metodológicos, Materiais e Métodos, Aspectos Metodológicos, dependendo da instituição ou da agência mas, basicamente, se referem aos critérios

e decisões operacionais que serão tomadas na coleta, no tratamento e na análise dos dados. Portanto, é neste item que se demonstra qual o nível de rigor científico que deverá ter a pesquisa proposta, apontando:

- As variáveis que serão analisadas – definir aquilo que tipos de informações serão utilizadas para responder seu problema de pesquisa. Por exemplo, em pesquisas de perfil de demanda, normalmente são analisadas variáveis que demonstram características de uma determinada população, como faixa etária, sexo, ocupação, renda, origem entre outros.
- As fontes de dados - demonstrar quais fontes de dados serão utilizadas, onde, quando e como será realizada a busca de informações bibliográficas e as específicas para responder ao problema de pesquisa proposto.
- A amostra que será utilizada – caracterizar o universo da pesquisa e se será necessário trabalhar com amostragem. Por exemplo: Numa pesquisa sobre o perfil das agências de ecoturismo, é preciso definir se pretende trabalhar com informações de todas as agências existentes no país, ou se apenas uma parte delas. Se for estudar todas, estará fazendo uma análise do universo, se optar por estudar as agências de ecoturismo, da cidade de São Paulo, que fazem roteiros para o Amazonas, terá definido sua amostra.
- Os instrumentos de coleta - a definição do instrumento de coleta está relacionada com a adequação deste aos objetivos e às características da pesquisa. Para alguns trabalhos, pode-se até utilizar dois ou mais instrumentos diferentes. No projeto é necessário estabelecer qual o instrumento que será utilizado, justificando a escolha em relação aos tipos de dados e aos objetivos da pesquisa. Algumas vezes, pode-se até elaborar um modelo preliminar e anexar ao projeto.
- Tratamento dos dados – deve-se apresentar, ainda que de forma preliminar, as estratégias para o tratamento dos dados, em pesquisas quantitativas normalmente, se explicitam as planilhas eletrônicas ou mesmo programas de tratamento estatístico que se pretende utilizar. Para pesquisas qualitativas pode-se indicar como serão classificados e codificados os dados coletados.
- Análise dos dados – de forma geral, apontam-se os principais tipos de análises que serão realizadas, seja descrevendo, comparando ou mesmo relacionando os dados coletados. .

7. Estimativa de custos e recursos necessários

Elabora-se estimativa de custos e recursos para projetos que serão contemplados com algum tipo de financiamento, ou quando, presta-se serviços de pesquisa para a iniciativa privada. Neste item são identificados e discriminados os recursos necessários para a realização da pesquisa, e apresentadas estimativas de custos para a aquisição de equipamentos, gastos com suprimentos (fotocópias, cartuchos de tinta, papel etc), despesas de viagem, hospedagem e alimentação da equipe de pesquisadores, despesas com o pagamento de recursos humanos e pesquisadores. Dependendo do período de trabalho, estas despesas podem ser alocadas ao longo da execução do trabalho de pesquisa.

8. Cronograma de Atividades

Como toda pesquisa, financiada ou não, têm um prazo para ser executada é necessário estabelecer um planejamento das principais atividades que serão desenvolvidas. Usualmente elabora-se um

cronograma de atividades no qual estão contempladas as diferentes tarefas e o tempo disponíveis para sua execução. Abaixo um exemplo do Gráfico de Gannt, um dos modelos mais utilizados pelos pesquisadores.

Modelo Cronograma de Atividades

ETAPAS DA PESQUISA	MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Elaboração do projeto de pesquisa	■	■										
Levantamento bibliográfico	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
Definição dos instrumentos de coleta		■	■									
Pré-teste dos instrumentos			■									
Aplicação dos instrumentos de coleta				■	■	■						
Tratamento dos dados						■	■					
Análise e interpretação							■	■	■			
Redação do Relatório									■	■	■	
Revisão do Relatório												■

Você pode perceber que podemos detalhar as atividades ou mesmo o tempo de realização da pesquisa. É preciso lembrar que o cronograma tem papel de orientador das ações do pesquisador, para que se possa cumprir os prazos de forma adequada. Todavia, o processo de pesquisa é bastante dinâmico, como pode ser observado, muitas vezes, diferentes atividades estão sendo realizadas concomitantemente, isso significa que o cronograma deve ser observado e pode ser alterado de acordo com o andamento dos trabalhos. .

O conjunto dessas informações organizadas na forma de itens compõem o Projeto de Pesquisa, deve-se destacar a necessidade de atender às normas de apresentação de trabalhos e de referenciação bibliográfica da ABNT, incluindo no final do trabalho o item Bibliografia, onde deverão constar as obras, artigos e “sites” que foram consultados para a elaboração do projeto. Os projetos de pesquisa não costumam ser extensos e as agências de fomento sugerem que tenham no máximo 20 páginas.

Com a aprovação do projeto de pesquisa pelo orientador, pela empresa, instituição ou agência de fomento, iniciam-se as atividades de execução da pesquisa propriamente dita.

Partindo das definições gerais estabelecidas no projeto de pesquisa, desenvolve-se com um nível de detalhamento mais aprofundado todas os itens indicados, desde o levantamento bibliográfico até os procedimentos metodológicos.

BIBLIOGRAFIA

- COSTA, S.F. *Método científico: os caminhos da investigação*. São Paulo. Harbra. 2001.
 GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 3ª ed. São Paulo: Atlas.1991.
 MATTAR, F. N. *Pesquisa de marketing*. 3ª ed. São Paulo: Atlas.2001.
 PÁDUA, E. M. M. *Metodologia da pesquisa*. 9ª ed. Campinas, SP. Papirus. 2003.