

## A MATRIZ CIENTÍFICA NO TURISMO REVISADA: EXTENSÕES TEÓRICAS E APLICAÇÕES EMPÍRICAS

Rossana Campodónico\* & Luis Chalar\*\*

**Resumo:** Este artigo aprofunda o desenvolvimento teórico-prático da Matriz Científica em Turismo (MCT) (Campodónico e Chalar, 2014), na tentativa de explicar a flexibilidade metodológica que apresenta em resposta a várias reivindicações da epistemologia do turismo. Dados os diferentes níveis de segmentação que a MCT agrupa, ele pode se tornar um guia que contribui para diferentes tipos e estágios de pesquisa. A partir de definições epistemológicas apropriadas ao considerar um problema, selecionar o tipo de etapas capazes de resolvê-lo e interpretar o valor e o significado dos dados obtidos, contribuindo para uma abordagem epistemo-metodológica, que permite uma interpretação adaptável a diferentes correntes / escolas de pensamento, tais como: a sistêmica, a hermenêutica ou construtivismo em si, dependendo da posição do pesquisador. Exemplos dessas questões serão apresentados na seção de resultados obtidos.

**Palabras-chave:** Turismo; Matriz; Metodologia.

### THE REVISED SCIENTIFIC MATRIX IN TOURISM: THEORETICAL EXTENSIONS AND EMPIRICAL APPLICATIONS

**Abstract:** This article deepens the theoretical-practical development of the Scientific Matrix in Tourism (MCT) (Campodónico and Chalar, 2014), in an attempt to account for the methodological flexibility, it presents in response to various claims from the epistemology of tourism. Given the different levels of segmentation that the MCT groups, it has the potential to become a guide that contributes to different types and stages of research. From properly epistemological definitions when considering a problem, selecting the type of steps capable of solving it and interpreting the value and meaning of the data obtained, contributing to an epistemo-methodological approach, which enables an interpretation adaptable to different currents / schools of thought, such as: systemic, hermeneutics or constructivism itself, depending on the position of the researcher. Examples of these issues will be presented in the results obtained section.

**Key words:** Tourism; Matrix; Methodology.

### LA MATRIZ CIENTÍFICA EN TURISMO REVISADA: EXTENSIONES TEÓRICAS Y APLICACIONES EMPÍRICAS

**Resumen:** El presente artículo profundiza el desarrollo teórico práctico de la Matriz Científica en Turismo (MCT) (Campodónico y Chalar, 2014), en un intento por dar cuenta de la flexibilidad metodológica que esta presenta como respuesta a variados reclamos desde la epistemología del turismo. Dado los diferentes niveles de segmentación que agrupa la MCT, cuenta con potencial para convertirse en una guía que contribuya en diferentes tipos y etapas de la investigación. Desde las definiciones propiamente epistemológicas al plantearse un problema, seleccionar el tipo de pasos capaces de resolverlo e interpretar el valor y el sentido de los datos obtenidos, contribuyéndose con un enfoque epistemo-metodológico, que posibilita una interpretación adaptable a distintas corrientes/ escuelas de pensamiento, como puede ser: la sistémica, la hermenéutica o el propio constructivismo, dependiendo del posicionamiento del investigador. Sobre estas cuestiones se presentan ejemplos en el apartado de resultados obtenidos.

**Palabras clave:** Turismo; Matriz; Metodología.



Licenciada por Creative Commons  
Atribuição Não Comercial / Sem  
Derivações / 4.0 / Internacional

\* Esta é uma versão ampliada e revisada pelos autores do texto originalmente publicado como: Campodónico, R. & Charlar, L. (2014). Matriz Científica en Turismo: una propuesta integradora. *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos / ABET*, v. 4, n. 3, Set./Dez., pp. 1-9. Texto traduzido do original, com a permissão dos autores, por Letícia Ferreira e Thiago Duarte Pimentel. Revisão técnica: Thiago Duarte Pimentel.

\*\*Magister en Desarrollo y Gestión del Turismo (Opción Destinos Turísticos) por la Universidad Nacional de Quilmes. (Argentina) Licenciada en Ciencias Históricas por la Universidad de la República (Uruguay). Profesora Adjunta de Teoría del Turismo. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI/ANII). Directora del Departamento de Turismo, Historia y Comunicación del CENUR Litoral Norte (Udelar). [ [campodon@fhuce.edu.uy](mailto:campodon@fhuce.edu.uy) ]

\*\*\*Magister en Desarrollo y Gestión del Turismo (Opción Destinos Turísticos) por la Universidad Nacional de Quilmes. (Argentina.) Licenciado en Turismo por la Universidad de la República, (Uruguay) y La Universidad Nacional de Entre Ríos (Argentina). Asistente de Teoría del Turismo. [ [chalarluis@gmail.com](mailto:chalarluis@gmail.com) ]

## 1. INTRODUÇÃO

O objetivo principal deste artigo é aprofundar o desenvolvimento teórico-prático de um trabalho anterior dos autores, chamado *Matriz Científica no Turismo: uma proposta integrativa* [doravante MCT] (Campodónico e Chalar, 2014), numa tentativa de responder a reivindicações provenientes da epistemologia do turismo, em relação à dificuldade de construir os seus próprios quadros epistêmicos ou a ausência de robustez que eles têm no pensamento latino-americano.

Apesar das principais razões que definem o problema acima mencionado, deve-se notar que o objeto de estudo (turismo) é complexo, dados os inúmeros componentes que o integram, isto não significa que não possa ser abordado como uma entidade de direito próprio, ou antes, como um campo interdisciplinar.

Segundo de Oliveira (2007:96), na busca de compreender a realidade se "decompõe o mundo real em uma série de estruturas lógicas". E, referindo-se a Haggett e Chorley (1975:3 em de Oliveira 2007:96) enfatiza-se "a tradicional reação do homem diante da aparente complexidade do mundo ao seu redor foi a de fazer uma imagem simplificada e inteligível desse mundo".

Quanto ao desenvolvimento teórico mencionado, ele corresponde em maior medida a explicitar os antecedentes surgidos da revisão bibliográfica sobre as dimensões centrais do turismo, que deu origem ao campo de análise T.E.M.A., e, posteriormente, ao MCT (que contempla e agrupa variáveis e unidades de análise). Foi considerado que existem diferentes autores que se referem à questão dos eixos/planos que compõem o turismo de forma geral ou abstrata, e, neste trabalho, ambos são considerados no entendimento de que constituem um suporte teórico significativo para os propósitos perseguidos.

Em referência aos aspectos de desenvolvimento prático e aos efeitos de uma maior compreensão da flexibilidade metodológica que o MCT contém, na seção sobre análise e resultados, apresentamos casos em que foi aplicado em pesquisas no campo do turismo. inclusive aplicado em posições teóricas diferentes daquela que lhe deu origem (concepção teórica construtivista).

Por ser um artigo de reflexão teórica, está

enquadrado em um desenho explicativo, uma vez que, segundo Schlüter (2000), eles tentam explicar porque um fenômeno ocorre, sob que condições ele o faz, ou quais variáveis os ligam, ou os relacionam. Na opinião de Hernández Sampieri et al. (2006:140), no que diz respeito à investigação explicativa, observa-se o seguinte: "(...) são mais estruturados do que outros tipos de estudos e, de fato, implicam os seus objetivos (exploração, descrição e correlação), além de proporcionar um sentido de compreensão do fenômeno a que se referem".

Neste contexto, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre diferentes autores, bem como sobre trabalhos próprios e foi alimentada por um intercâmbio frutífero com outros pesquisadores no campo do turismo em diferentes encontros ao nível nacional e internacional. Ao que se deve acrescentar a própria reflexão e a análise de vários exemplos de implementação em pesquisas específicas que serviram como pontos de referência para poder aprofundar no referido trabalho de base.

Isto lhe dá o potencial para ser pensado, discutido e utilizado como guia para contribuir para diferentes tipos e estágios de pesquisa. Isto inclui desde as definições epistemológicas reais quando um problema é colocado, à seleção do tipo de etapas capazes de resolvê-lo e à interpretação do valor e significado dos dados obtidos. Esta capacidade de adaptação permite abordar o fenômeno turístico a partir do paradigma da complexidade, uma interpretação que pode ser adaptada a diferentes correntes/escolas de pensamento, tais como: o sistêmico, o hermenêutico ou mesmo o construtivismo, dependendo da posição do pesquisador, contribuindo para uma abordagem epistemológico-metodológica.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Epistemologia e Turismo como Objeto de Estudo

Em primeiro lugar, parece apropriado referir-se ao que Ianni (2005) disse quando afirma que embora na produção das ciências sociais atuais o debate metodológico seja um assunto muito extenso, em termos epistemológicos, "(...) eles não podem dispensar a compreensão da explicação abrangente". (p.53).

Expandindo isto, parte dos argumentos apresentados por Mardones (2003) são coletados, que

reconhece duas grandes tendências em epistemologia, baseadas em "(...) causalidade (Erklären) e compreensão (Verstehen), que abrem uma ampla discussão e distinção entre a parte explicativa e a parte compreensiva do conhecimento". (no Castelo de Nechar, 2017:140).

Embora muitos autores tenham adotado até agora a primeira tradição em virtude do peso dos estudos positivistas e neo-positivistas, entende-se que é necessária uma explicação abrangente do fenômeno do turismo como uma prática social. Isto ocorre na medida em que incorpora suas lógicas, mas também as contradições que estas geram, e dão conta de um fenômeno multidimensional que, ao mesmo tempo, é apresentado como interdisciplinar por definição do próprio objeto de estudo.

No caso do turismo, e como em qualquer disciplina ou campo disciplinar, nas palavras de Samaja (2004), assume-se que seu objeto é "pesquisável". Esta posição admite duas etapas fundamentais para o autor: em primeiro lugar, deve ser "(...) possível descrevê-lo, ou seja, identificar seus elementos componentes e caracterizá-los, e, (...) por outro lado, deve ser possível reelaborá-lo de acordo com algum padrão de assimilação à evidência de nossa Razão" (p.147). Na linha de argumentação, também compartilhamos o que diz de Andrade (2018: 2017) quando afirma que:

(...) uma metodologia constitui uma grelha de problematização, que inclui, entre outros elementos, um conjunto de reflexões epistemológicas e teóricas abrangentes, sobre os modos práticos de desenvolvimento de específicos campos de estudo ou de tipos de conhecimento. Por outras palavras, o debate epistemológico sobre as metodologias não se reduz a diferença entre métodos e técnicas, nem se confina a dissemelhança entre metodologias e abordagens metodológicas, nem se limita a qualquer outra dicotomia redutora.

Baseado nos pressupostos supracitados, as preocupações e argumentos apresentados por Castillo e Panosso (2011) são compartilhados para expressar que:

Uma epistemologia rigorosa do turismo implica não copiar argumentos tradicionais, mas fazer uma ruptura dialética com fundamentos convencionais; mas ruptura com a tradição não significa reificar um novo discurso, mas sim compreender que a dificuldade enfrentada por

um novo conhecimento - ciência ou conhecimento - é ultrapassar os limites que, longe de serem inerentes a ele, constituem apenas uma etapa provisória em seu desenvolvimento. (p.398)

Portanto, a ideia é apresentar uma proposta que aborde os componentes centrais de um campo de estudo, integrando-os em uma matriz de problematização e que essa matriz não só tenha flexibilidade de uso dentro desse campo, mas também lhe permita adaptar-se e compreender novas realidades, dada a fragilidade dos seus limites temporais. Da mesma forma, com a capacidade de acomodar os pontos de vista de diferentes disciplinas e a atenção a diferentes objetos de estudo (em termos de escala ou natureza). De esta maneira, el Marketing Interno se convierte en una disciplina que fortalece la relación empresa-trabajador, de modo que sus objetivos puedan ser compatibles y compartidos, siguiendo de primera mano las normas y estatutos por los que se constituyó la empresa y vinculando las necesidades de los empleados con la identidad de la empresa, sus valores, proyectos y estrategias (Vogel, 2013).

No obstante, lo anterior mencionado no quiere decir que todas las necesidades del empleado deben ser atendidas, es decir, para que el empleado tenga una buena funcionalidad dentro de una empresa, elementos importantes a considerar, es que debe ser tratado con valores positivos como el respeto y la justicia, sin perder de vista y de manera objetiva, que está laborando para la organización, por lo que también tiene obligaciones y responsabilidades a asumir dentro de su puesto laboral.

## 2.2 Componentes no Campo do Turismo

Um dos objetivos da revisão bibliográfica associada a este trabalho foi buscar informações de fundo sobre os temas centrais que compõem o turismo, aqueles aspectos conceituais que podem ser entendidos como primários para sua definição e compreensão.

Com relação a estas grandes dimensões a serem contempladas, alguns autores tratam a questão de forma mais direta e explícita, enquanto outros o fazem de uma forma mais geral e interligada. Em qualquer caso, ambos os aspectos têm um suporte teórico significativo e, portanto, são contemplados, sendo seguidos por uma referência a um conjunto deles.

Se considerarmos o que Hall (2009:39) disse ao considerar o número de definições de turismo que existem, os conceitos de "espaço" e "tempo" destacam-se como noções centrais. Por sua vez, Gómez (1988), seguindo Krapf e Sessa, identifica "os três elementos que são mais frequentemente citados nas definições apresentadas de turismo": (1) a distância percorrida; (2) a duração da viagem e (3) as razões apresentadas (em Muñoz de Escalona 1992:17). Isto está de acordo com a abordagem feita anteriormente por Wahab (1977) que coloca o indivíduo no centro da análise e sustenta que o fenômeno turístico é composto por três componentes: homem, espaço e tempo.

Outra referência importante, no campo do turismo, é o trabalho de Leiper (1995), que faz uma proposta do sistema turístico básico combinando um perfil espacial marcado, com atores e atividades. O seu modelo foi utilizado por diferentes autores, entre eles Jiménez (2005), que mais tarde o ampliou a partir da Teoria Geral de Sistemas. No caso do que Jiménez sustenta, as considerações feitas nos critérios "Espacial-Conceptual", "Temporal" e "Temático" são importantes, e também se referem aos atores do sistema.

Um trabalho de de Oliveira (2007) compila um conjunto de modelos teóricos sobre turismo em dois grandes grupos. Uma das abordagens espaciais onde ele localiza o mencionado Leiper (1995), bem como Fernandez Fuster (1985); Mariot (em Pearce 2003:30); Palhares (2002); Lundgren (em Pearce 2003); e Pearce (2003). Outro conjunto dos modelos estruturais em que o autor se refere ao modelo de Inskeep (em Petrocchi 2001:18); Moscardo (em Cooper et al. 2001:90); e Hall (2001:81). O primeiro caso se concentra em um conjunto de atividades, o segundo em motivações, enquanto o terceiro combina ambas as perspectivas.

Como mencionado, a identificação dos eixos implica analisar definições sobre turismo, já que "ilustram as dimensões e o caráter do turismo, em sentido amplo" (Hall, 2009:37). Nesta linha, Hall (2009:38) identifica três linhas necessárias dentro das definições de turismo: (1) a finalidade da viagem; (2) a dimensão temporal; e (3) as situações em que os turistas podem ou não ser considerados como tal.

Na mesma linha de argumentação, uma das mais utilizadas é a apresentada pela OMC (1991), como "todas as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanecem em lugares diferentes de

seu ambiente habitual, por um período consecutivo inferior a um ano para fins de lazer, negócios", como mencionado por Morillo (2011:143), que então acrescenta que é "uma das definições mais claras e precisas"... "dando amplitude e flexibilidade ao turismo".

Sobre o mesmo, Sancho (1998:46) menciona que ele "concretiza as características mais importantes do turismo". Estes são: "elementos motivadores da viagem"....; "horizonte temporal"...; "delimitação da atividade desenvolvida antes e durante o período da estadia"; "localização da atividade turística". Elementos muito semelhantes aos que ele explica mais tarde, a fim de destacar o que é comum a um conjunto de definições, "não obstante, suas próprias particularidades" (p.47).

Mathieson and Wall (1982 em Sancho, 1998:46), por outro lado, apresentou uma definição muito semelhante à anterior, embora com variações: "o turismo é o movimento temporário de pessoas, por períodos inferiores a um ano, para destinos fora do local de residência e trabalho, as atividades realizadas durante a estadia, e as instalações criadas para atender às necessidades dos turistas". Mesmo quando a perspectiva do lado da oferta é adicionada, a essência dos quatro eixos constituintes, da definição acima, não é alterada.

Por outro lado, mas estreitamente relacionados com os eixos identificados, há uma série de atores que estão ligados, em maior ou menor grau, ao turismo. Valls (2007:24) coloca entre eles "turistas e ocistas, o setor de turismo econômico e social, as administrações públicas e a sociedade em geral". A divisão dos atores em um maior número de categorias corresponde geralmente à subdivisão das já mencionadas.

### 2.3 Matrizes e sua Utilização na Pesquisa

Normalmente nas ciências sociais, as matrizes são utilizadas para o agrupamento ou gestão de dados, mas independentemente da verificação deste fato, podemos compartilhar o que Samaja (2004) afirma quando diz que: "Investigar cientificamente" é "construir sistemas de matrizes; preencher matrizes; processar matrizes e interpretar matrizes de dados científicos" (p.184).

Esta afirmação remete à descrição de um objeto complexo—e por definição todo objeto é tal, dado que "(...) identifica elementos de diversos tipos; e

configurações de elementos; e configurações de configurações de elementos (...) e assim por diante; admitindo a passagem de alguns níveis para outros de acordo com determinadas operações (...)" (p.166).

Quanto ao uso de matrizes no turismo, esta questão foi abordada por Pearce (2012) que argumenta que: "As matrizes tabulares foram utilizadas em uma série de outras aplicações de desenvolvimento e planejamento. (p.97), acrescentando uma conclusão geral onde ele mantém de forma mais detalhada que:

As matrizes também têm sido aplicadas a uma variedade de outros problemas na investigação turística, incluindo: a avaliação de sites da web (Jeong, 2002); a competitividade do destino (Rodríguez Díaz e Espino-Rodríguez, 2008); a gestão de recursos humanos (Liu e Wall, 2006); a gestão do conhecimento (Hattendorf, 2002); a diferenciação entre fontes e canais na busca de informações (Gronflaten, 2010); e a definição do campo da geografia do turismo (Mitchell, 1979; Wu e Cai, 2006). (Pearce (2012, p. 99).

As matrizes se enquadram dentro das distintas formas gráficas utilizadas para representar o conhecimento em um campo disciplinar (modelos, mapas, esquemas, entre outros), com a diferença de que neste caso se trata de uma construção teórico-interpretativa, no sentido que foi expresso por Mardones (2003 em Castillo Nechar:2017).

Portanto, no que diz respeito a este trabalho, estamos diante de um tipo de matriz não convencional, uma vez que o MCT foi projetado a partir de uma perspectiva construtivista como um elemento gráfico útil na definição do objeto de estudo. Para o qual foi baseado no que foi sustentado por Berger e Luckmann (2006) quando expressaram que o construtivismo social:

(...) tenta demonstrar que toda a realidade social não é mais que uma construção da mesma sociedade, na qual indivíduos e grupos participam da criação dessa percepção social. Então, compreender que a realidade implica abordar a forma como os fenômenos sociais são criados e institucionalizados. (Campodónico e Chalar, 2014:10).

### 3. A MATRIZ CIENTÍFICA NO TURISMO (MCT)

Este posicionamento no campo do turismo torna-se central, se prestarmos atenção às diferentes

abordagens que se referem aos sólidos pilares teóricos que tendem a contribuir para a natureza científica do turismo. Foi com base nesta suposição que o projeto do MCT teve em conta como esta realidade turística própria do fenômeno em estudo é construída definindo variáveis e dimensões, o que permitirá determinar o problema da pesquisa, bem como os diferentes níveis de análise, uma vez definidos os objetivos.

**Quadro 1 - Campo de Análise T.E.M.A.**

<b>Tempo</b>	Antes, durante, depois, curtos, médios e longos períodos, etc,
<b>Espaço</b>	Remetente, trânsito, receptor, local, nacional, regional, internacional, etc.
<b>Motivações</b>	Psicológicas e fisiológicas, racionais, emocionais, entre outras
<b>Atividades</b>	Contemplativas ou ativas, educacionais, recreativas, entre outras

Fonte: Campodónico e Chalar (2014).

Como já foi expresso anteriormente, de modo a alcançar a forma gráfica, foi feita uma conjunção e abstração de conceitualizações envolvendo turismo, o que nos permite ter quatro categorias fundamentais que estão contidas sob a denominação de campo de análise T.E.M.A. (Tempo, Espaço, Motivações e Atividades) (Campodónico e Chalar, 2011).

Este conjunto de 4 variáveis são aquelas que são interceptadas com as chamadas "Unidades de Análise" e aquelas que permitem realizar um estudo integral do fenômeno turístico. Embora até agora sejam compostos de cinco dimensões que se referem aos grupos mais específicos e identificáveis (turistas, comunidade, trabalhadores, empresários e governo (central e local), não são um grupo fechado e permitem novas incorporações. Estes grupos representam os setores mais diretamente envolvidos com o fenômeno turístico, cuja interseção com as dimensões previamente definidas resulta em um diagrama do MCT, como se segue:

Nota-se que as interpretações do MCT podem ser feitas tanto a partir da "Componente Situacional" (Tempo e Espaço) como da "Componente de Ação (Motivações e Atividades)", tendo em vista as diferentes formas de interseção com as Unidades de Análise, que são necessárias para ampliar a visão para além da perspectiva do turista, que é geralmente a mais comum.

**Quadro 2: Matriz Científica do Turismo.**

		Variables (T.E.M.A)			
Unidad de análisis		Componentes de situación		Componentes de acción	
Actor ¿Quién?		Tiempo ¿Cuándo?	Espacio ¿Dónde?	Motivaciones ¿Por qué?	Actividades ¿Cómo?
Fila 1	Turista	•	•	•	•
Fila 2	Empresarios	•	•	•	•
Fila 3	Gobierno	•	•	•	•
Fila 4	Trabajadores	•	•	•	•
Fila 5	Comunidad local	•	•	•	•
		Columna 1	Columna 2	Columna 3	Columna 4

**Fonte:** Re-elaborado com base em Campodónico e Chalar, (2013 B e 2012).

### 3.1 Diversidade e Rede dos Componentes da MCT

Nesta seção, tentamos dar conta das múltiplas ligações possíveis/existentes dos aspectos centrais, assim como levantar uma das funções que a matriz deve cumprir, que é a construção/desconstrução do objeto de estudo.

A partir da geografia, Massey (2005) sustenta que existem três proporções principais para definir o espaço/espacialidade: 1) o espaço é o produto de interações, de inter-relações "da coisa global ao mínimo da intimidade"; 2) é a mesma condição de possibilidade de multiplicidade e pluralidade: "Todo reconhecimento sério da diferença depende do reconhecimento da espacialidade" e 3) porque é produto de relações que estão necessariamente implícitas nas práticas materiais, o espaço está sempre sendo, é um processo que nunca se acaba, e depois, é um espaço-temporalidade". (p.104 -06).

Dentro destas definições, Massey (2005) avança um pouco mais enfatizando o papel do indivíduo, pois defende que o espaço e o tempo se articulam, além disso, com um forte investimento afetivo e emocional, com a transformação do espaço em um lugar, em um lugar emblemático onde as coisas não acontecem simplesmente, mas que acontecem precisamente porque se está lá.

Quanto às motivações, elas foram definidas por Iso Ahola (1982) como um fator interno que está ligado ao conhecimento de um potencial satisfação com outro futuro, o que implica que os motivos são representações cognitivas de estados futuros. Crompton (1979) estabelece uma dupla classificação dos motivos do turista nos chamados motivos psico-sociológicos e culturais, que estão relacionados às

causas que induzem o sujeito a escolher um determinado destino. Vários autores têm argumentado que eles são dinâmicos, mutáveis e parte de um processo psico-social (Um e Crompton: 1990, Castaño: 2005, Campodónico e Chalar: 2014).

As posições anteriores são sempre argumentadas a partir da perspectiva do turista, mas pouco ou nada é dito em relação aos outros atores. Talvez, porque aqui os limites se tornam difusos, pois se se refere ao Governo e/ou aos empresários, as motivações têm um substrato que se refere mais à política turística em um sentido amplo.

Segundo Montaner Montejano (2002), os pilares em que assenta a política de turismo são "(...) o planejamento, a promoção e o controle da atividade turística de um país realizada pelas autoridades públicas que se tornam agentes de turismo através dos órgãos da Administração Pública" (p.17).

Além disso, Monfort (2000) argumenta que o posicionamento ativo do governo na área de turismo envolve ações deliberadas para favorecer a atividade, o que implica o reconhecimento de necessidades específicas para influenciar em favor de certos objetivos pré-estabelecidos. Portanto, as motivações desses atores estariam inexoravelmente ligadas ao planejamento, promoção e marketing dos destinos.

Se as unidades de análise são a Comunidade e/ou os trabalhadores do setor, a situação torna-se ainda mais complexa porque faz alusão a motivações que são apoiadas pela política econômica, em termos da geração de empregos no setor e da qualidade desses empregos. E nas políticas sociais, em termos de lazer e tempo livre para todos os residentes, para além de outras questões menos tangíveis, como a conscientização das comunidades sobre as vantagens e desvantagens do turismo para destinos ou locais turísticos.

Uma situação semelhante surge no que diz respeito às Atividades, se considerarmos a definição dada por Torres Bernier (2006):

O sistema de atividades turísticas tem duas características principais sob uma perspectiva temporal, a de ser aberto (já incorporando novos elementos dentro de si, tornando-se mais complexo e diversificado) e dinâmico (está se transformando na forma de se apresentar e relacionar seus diferentes elementos). (p.27).

**Quadro 3 - Subsistemas da Atividade Turística.**

Atividades de natureza turística	Acomodações, restaurantes, agências de viagem, informações turísticas, animação e transporte turístico.
Atividades de aplicação em turismo	Atividades não turísticas exigidas pelos turistas com base em suas motivações para a seleção do destino.
Atividades de apoio ao turismo	Serviços públicos e privados exigidos pelos turistas como usuários temporários do destino

Fonte: Torres Bernier (2006).

Assim, as atividades serão definidas pelas diferentes tipologias de turismo que envolvem as ações que o turista irá realizar. Mas, da perspectiva das outras unidades de análise, as situações são variadas, dependendo do sub sistema ao qual pertencem. Estes estarão em função das propostas do destino e aqui os empregadores, os trabalhadores, assim como os governos locais, desempenham um papel importante, enquanto são eles os encarregados de colocar em funcionamento os bens e serviços que os turistas exigem em cada um dos sub-sistemas e sua diversidade.

Da mesma forma, vale citar Laplante (1996:3) que, ao referir-se ao próprio ato turístico, parte do que a experiência turística implica que "(...) representa uma emancipação do confinamento do cotidiano que leva a desfrutar de um conjunto de experiências em um mundo animado representado por um tempo espacial não habitual".

#### 4. APLICAÇÕES PRÁTICAS DA MCT

##### 4.1 As Diferentes Formas de Turismo e suas Tendências, Através de seus Elementos Comuns

A variação e a conjunção das diferentes áreas de análise propostas no turismo significa que é possível abordar várias questões a partir de diferentes perspectivas. Podemos pensar nas tipologias desenvolvidas para a atividade turística, onde os critérios mais recorrentes escolhidos têm sido: o ambiente espacial em que ela ocorre, a relação entre moradores e visitantes, as motivações destes últimos, as atividades e o tempo gasto na área.

Para ilustrar com um exemplo, podemos citar os modelos espaciais de classificação dos distintos entornos ambientais onde desenvolver as atividades, dentre os quais se destacam a costa ou o mar e a cordilheira ou a montanha. (Santana 1997 em Acuña Delgado, A. 2004: 4).

Com relação à análise das tendências no turismo, Moral et.al. (2016) referem-se à evolução dessas tendências e às mudanças que elas provocaram, a saber a) a sazonalidade das viagens, manifestada na redução de sua duração e no aumento do número de vezes que elas são feitas ao longo do ano; b) as motivações dos turistas estão mudando em busca de maior satisfação de suas necessidades; c) o surgimento de novos produtos turísticos, o que implica uma clara diversificação das atividades a serem realizadas, buscando novas experiências capazes de gerar sua própria demanda turística, ou como uma oferta complementar às tipologias turísticas já conhecidas e ampliadas, dominantes na geografia do destino.

Como pode ser visto em ambos os casos, o Campo TEMA está claramente presente na série apresentada e podem ser aumentados e enriquecidos levando em conta o MTC como um todo.

##### 4.2 Conceptualizações Adjacentes ao Turismo e à MTC

Birkart e Medlik (1981:91) argumentaram que o conceito de turismo se refere ao "amplo quadro teórico de referência que revela suas características essenciais e distingue o turismo dos fenômenos (que são) diferentes, embora tenham aspectos em comum e muitas vezes se relacionem com ele" (in Hall 2009:37).

A flexibilidade e a necessidade de adaptação para compreender novas realidades leva-nos a pensar nestes eixos, em outros conceitos estreitamente ligados ao turismo, como a vida cotidiana, a mobilidade e o lazer, que, embora tenham características particulares, apresentam fronteiras fracas entre eles.

Como já mencionado, o turismo é o resultado da intersecção de quatro eixos principais. Qualquer um deles que seja excluído da análise conduz a aspectos que estão intimamente relacionados na sua essência, mas que são de natureza diferente. Vale mencionar aqui o que foi sustentado por Gaelzer (1979) que, após realizar uma pesquisa bibliográfica, chegou à conclusão de que o lazer tem três elementos necessários e interdependentes: tempo, atitude e também atividade (ocupação). A notória ausência da dimensão espacial leva a este conceito, que está tão próximo do turismo na realidade e muitas vezes é cortado em seus estudos.

Com relação à abordagem dos movimentos populacionais, Blanco (2000) identifica uma série de

dimensões: espacial (o movimento tem que ocorrer entre duas fronteiras geográficas significativas); temporal (o movimento tem que ser duradouro, não esporádico); social (o movimento tem que envolver uma mudança significativa no ambiente, tanto físico quanto social). A mobilidade das pessoas, a que o autor alude, compartilha logicamente muitos dos eixos do turismo. No caso do tempo, eles são diferenciados por sua duração, e isto está ligado às motivações e atividades, em momentos diferentes.

Por outro lado, e em relação à vida cotidiana, um assunto sempre ligado ao turismo, Lalive d' Epinay (2008) afirma que pode ser analisado sob quatro perspectivas: espaço, tempo, sociabilidade e micro-rituais. Do mesmo modo, Gerlero e Taranda (2005) identificam um conjunto de dimensões: tempo, espaço e interdependência relacional, salientando que:

"(...) a partir do estudo da vida cotidiana, como um mundo do heterogêneo, do racional e ao mesmo tempo do emocional, do diverso, mas ao mesmo tempo da rotina, é possível acessar a explicação e a análise das práticas dos sujeitos em diversos espaços e temporalidades, por exemplo, aqueles ligados à recreação e ao turismo, que aparecem ao relance de uma observação ingênua como dividida a partir dela" (p.141).

Um trabalho que aborda de forma integral os conceitos aqui expostos, do ponto de vista do MCT, foi elaborado e publicado por Campodónico e Chalar (2019) e é expresso em formas gráficas.

#### 4.3 O MCT no âmbito da Abordagem Interdisciplinar

Como mencionado acima, o tema de estudo do turismo é um campo interdisciplinar. Em vista disso, é importante abordar as formas pelas quais cada uma dessas disciplinas é considerada, mas acima de tudo como elas podem ser articuladas. Para isso, o MCT apresenta, de maneira simples e ampla, elementos e inter-relações reconhecidas como fundamentais.

Jafari (2005) propôs um conjunto de disciplinas que são responsáveis pela análise do turismo. Este documento argumenta que todos eles podem ser ligados a um ou mais eixos e/ou unidades de análise, como segue âmbito nacional, uma vez que outras propostas que tinham aspirações turísticas foram incorporadas, embora às vezes não conseguissem concretizá-las.

A ligação entre espaço e tempo foi analisada por diferentes autores, especialmente do ponto de vista geográfico e com diferentes perspectivas. Se considerarmos o modo interrelacional, podemos tomar como referência o que foi expresso há mais de um século por Reclus (1905) que sustentou que: "A Geografia, nas suas relações com o homem, nada mais é do que História no espaço, da mesma forma que a História é Geografia no tempo." (p.74)

Em termos de motivações, Castaño (2005) tem argumentado que:

Historicamente e epistemologicamente, a motivação turística tem sido abordada a partir de uma perspectiva multidisciplinar. O quadro da psicologia individual (Dann, 1981,1983; Pearce, 1982; Stringer e Pearce, 1984) tem sido gradualmente alargado com a incorporação de outras áreas tradicionais de investigação psicológica, como a psicologia social (Graumann, 1981; Schmalt, 1986 (...)) (p.144).

As atividades estão ligadas à procura dos turistas e, por sua vez, à oferta oferecida pelos destinos em termos de satisfação das razões da viagem e, de acordo com os argumentos de Torres Bernier (2006), estão relacionadas com os recursos (naturais e culturais) do local a visitar. Portanto, é abordada a partir de diferentes disciplinas, entre elas: planejamento, marketing e comercialização dos diferentes produtos oferecidos por um determinado destino.

Embora o texto transcrito abaixo tenha sido feito por de Cooper et al. (2001) em relação e ponderação ao modelo Leiper, ele resume uma série de características desejáveis em qualquer proposta que condene os aspectos mais relevantes do turismo. Entende-se que ser capaz de desenvolver uma matriz que destaque o conjunto de componentes de alta centralidade pode ser uma contribuição que contribua para dar mais um passo em frente:

Tem a capacidade de incorporar visões interdisciplinares no turismo porque não está enraizado em nenhum tema ou disciplina em particular, mas fornece uma estrutura dentro da qual os pontos de vista das diferentes disciplinas podem ser situados. [...] Pode ser utilizado em qualquer escala ou nível de generalização (desde um recurso à indústria internacional). [...] O modelo é infinitamente flexível, permitindo a incorporação de diferentes formas de turismo, ao mesmo tempo que demonstra os seus elementos comuns. (p.101).

#### 4.4 MCTs em Teses que Contemplam o Turismo

Nesta seção, serão explicadas algumas aplicações práticas na investigação e utilização do MCT.

Em primeiro lugar, é feita referência à investigação realizada por R. Campodónico (2017) sobre "O desenvolvimento do turismo no Uruguai (1960-1986)"<sup>1</sup>. A primeira definição foi estabelecer quais as unidades de análise a utilizar, pelo que foram selecionadas duas dimensões de atores: o Governo e a Comunidade.

Os "Componentes da Situação" afetam igualmente as unidades de análise. O tempo (A), determinado pela segmentação estabelecida entre 1960 e 1986, é um longo período de estudo e refere-se a um contexto muito crítico do país onde atravessava uma grande crise econômica, social e política que culminou no golpe de estado de junho de 1973 que iniciou a ditadura cívico-militar que permaneceu até 1985, quando retornou à vida democrática.

Quanto ao Espaço (B), cobriu a totalidade do Uruguai, com especial ênfase nos lugares claramente turísticos ou que apresentavam potencialidades para o desenvolvimento da atividade, como era naquele momento a cidade de Montevideo, as termas da zona leste (Piriápolis, Punta del Este, La Paloma entre outros), mas também aqueles novos lugares que começaram a ser promovidos a partir de uma dotação de infraestrutura como era a Zona Termal (departamentos de Paysandú e Salto) ou a cidade de Colonia del Sacramento (departamento de Colonia). Como pode ser apreciado, tem um âmbito nacional, uma vez que outras propostas que tinham aspirações turísticas foram incorporadas, embora às vezes não conseguissem concretizá-las.

Por outro lado, quando foi realizada a análise dos Componentes de Ação, houve diferenças, primeiro, na ordem conceitual e, segundo, na análise do discurso. As motivações para o Governo (C) foram enquadradas dentro da política econômica, tentando definir uma política de turismo, para a qual o estudo de documentos oficiais assim como a imprensa nos permite observar três componentes fundamentais: 1) como alcançar o desenvolvimento econômico, 2) a diversificação da produção (onde naturalmente o turismo era uma das principais rotas) e 3) a integração de áreas não turísticas ao sistema turístico uruguaio.

Enquanto para a outra unidade de análise, ou seja, a Comunidade, as motivações (D) passaram primeiramente por uma apropriação da atividade turística como um valor em si, levando a uma segunda categoria que foi a concepção do fortalecimento da identidade nacional e, por último, mas não menos importante, a crítica do que foi entendido como falta de definição de uma política de turismo e planejamento insuficiente na área por parte dos governos.

Quanto ao outro componente de ação, as atividades também foram bastante diferentes entre as duas unidades de análise estudadas. Para o governo (E), se concentraram principalmente nas intenções de definir políticas de turismo, daí a importância da contratação de consultores nacionais e internacionais, a formulação de planos de desenvolvimento econômico que incluíam capítulos sobre turismo<sup>2</sup> e a promoção do turismo dentro e fora do país.

Enquanto para a Comunidade (F), as atividades representavam a valorização do turismo do ponto de vista cotidiano, a importância que a conceituação da viagem estava começando a adquirir e as manifestações de crítica que podiam ser observadas na imprensa, especialmente sob o título "Carta do Leitor" ou artigos escritos por indivíduos.

A base teórica da pesquisa tomou uma posição hermenêutica, baseada na análise do discurso através de uma seleção de documentos e relatórios oficiais e vários meios de comunicação impressos. Isto, por sua vez, exigia uma seleção prévia de quais documentos seriam utilizados e quais meios de imprensa seriam considerados, especialmente considerando que naquela época havia um grande número de jornais, semanários e revistas nacionais e departamentais. Para conhecer a opinião da comunidade e de alguns atores políticos, foram utilizados diferentes meios de imprensa, levando em consideração a classificação da Callejo (2007) organizada de acordo com o seguinte critério: a) textos interessados (aqueles publicados por organizações e instituições com o objetivo de produzir uma imagem de si mesmos)<sup>3</sup>, b) textos publicitários (aqueles produzidos com a intenção de motivar a demanda)<sup>4</sup> e c) mídia de massa (jornais, semanários, revistas, etc.)<sup>5</sup>.

<sup>1</sup>Tese de Mestrado defendida na Universidade Nacional de Quilmes (Argentina), publicada como livro com o título "Entre a política e o discurso: o turismo no Uruguai (1960 - 1986)".

<sup>2</sup> Dois dos quais correspondem ao período da ditadura civil-militar.

<sup>3</sup> Utilizou-se o Almanaque do Banco de Seguros.

<sup>4</sup> Publicações da Comissão Nacional e da Direção Nacional de Turismo.

<sup>5</sup> Jornais: "El Día", "El Popular", Semanario "Marcha" y Revista "Mundo Uruguayo".

**Quadro 4. Utilização do MCT no "Desenvolvimento turístico do Uruguai (1960-1986)".**

Unidade de análise	Variáveis (T.E.M.A)			
	Componentes da situação		Componentes de ação	
Ator Quem?	Tempo Quando?	Espaço Onde?	Motivações Por quê?	Atividades Como?
Governo	A	B	C	E
Comunidade local			D	F

**Fonte:** Elaboração própria com base em Campodónico (2017).

O segundo caso é o trabalho final do mestre chamado "*The Approach to the Competitiveness of the Tourism Destination from the Local Intersectoral Productive Articulation*". El caso de los sectores turismo y horticultura del Departamento de Salto" (Chalar, 2020). A pesquisa buscou aprofundar o conhecimento sobre a articulação intersectorial que envolve o turismo e a relação deste com a competitividade do destino turístico e foi formulada a partir de uma abordagem sistêmica em um diálogo entre as diferentes áreas que o compõem.

As unidades de análise, que devem ser observadas, dizem respeito à intersecção dos setores de turismo e horticultura de Salto, entendendo isto como a ligação dos visitantes de forma direta, ou mediada por terceiros para aspectos da horticultura do departamento. Isto implica, principalmente, três tipos de atores: turistas, empresários e comunidade local, tendo em conta que o setor hortícola é considerado e, portanto, os atores mencionados não pertencem exclusivamente ao turismo.

Em relação ao "componente ação", deve-se observar que a motivação do trabalho, em atenção à proclamada transversalidade turística, passou pelos seguintes objetivos: a) pesquisar a articulação entre turismo e horticultura; b) identificar a articulação potencial entre turismo e horticultura em Salto; c) identificar aspectos teórico-metodológicos emergentes que contribuem para a gestão e desenvolvimento da articulação intersectorial; d) investigar a relação entre as dimensões analisadas do encadeamento dos setores de turismo e produção hortícola e a formação de vantagens competitivas no destino turístico.

As atividades a serem realizadas envolveram um estudo de caso que considerou o turismo em relação a outro setor - a horticultura - dada sua importância no território. Metodologicamente, recorreremos a um intercâmbio contínuo entre a coleção de fontes

documentais (bibliografia, revistas especializadas na área de turismo, imprensa diária, páginas web, estudos e publicações setoriais, atas, planos e projetos, cartas de menu, entre outros); a realização de entrevistas semi-estruturadas a membros dos setores de turismo e horticultura, tanto nas áreas de negócios, guilda, conhecimento e governo; a reflexão sobre projetos desenvolvidos e em andamento; e o feedback resultante da apresentação do progresso feito em diferentes eventos.

Quanto aos "componentes da situação", embora o Departamento de Salto (Uruguai) tenha sido considerado de um ponto de vista espacial, e mais especificamente uma faixa costeira que inclui sua capital e a faixa horticultural ao seu redor, na verdade é feita referência a outros territórios dentro e fora do país. No que diz respeito ao tempo, ele cobre um extenso período que contempla eventos passados e presentes e projeções futuras sobre o assunto de interesse.

Esta flexibilidade espaço-tempo responde em grande parte a uma proposta de Romero Luna (2003), que se refere à existência de dois tipos de vínculos (articulação): explorados e potenciais. A primeira refere-se a uma articulação já existente e, a segunda, àquelas que ainda não foram implantadas e que este autor qualifica como as mais interessantes de uma estratégia de desenvolvimento ao mostrar um caminho de crescimento. Para detectá-lo, ele propõe a observação das relações intersectoriais já encarnadas nas economias mais avançadas (casos com maior grau de desenvolvimento).

A MCT tornou possível estruturar a abordagem para a coleta de informações, assim como para a análise subsequente das mesmas. No caso do eixo temporal, a questão era quando a ligação seria concretizada ou específica? Um dos principais aspectos que surgiram foi a existência de experiências já concluídas, outros em andamento e a possibilidade de fazer vínculos mais

específicos, refletindo uma série de momentos (eventos passados, presentes e futuros de relacionamento).

Da mesma forma, a abordagem do tempo oferece outras lições possíveis, já que cada um dos setores é considerado separadamente e depois relacionado. Como exemplo, a atividade turística atual pode mostrar aspectos do passado e do futuro do setor hortícola. Outro dos aspectos emergentes em termos de tempo, é a articulação da incorporação de elementos em diferentes estágios de mobilidade que caracteriza o turismo. (pré, durante e pós-viagem) ou as etapas da horticultura (pré-cultura, crescimento, colheita e pós-colheita). (A1)

No que diz respeito ao espaço, a pergunta a ser respondida é onde a articulação ocorre/deveria ocorrer? Pode ocorrer tanto no espaço de envio quanto no de recepção, em forma física, assim como no reino virtual (conteúdo web). Os esforços promocionais moldam essa presença conjunta além de um determinado destino, e do estudo de caso emerge que eles podem até ser dissociados um do outro. Dentro do destino (espaço receptor), a reunião pode ocorrer em diferentes áreas, desde aquelas estritamente associadas a um dos setores até outras de natureza mais "neutra". No caso analisado, os visitantes podem se aproximar do ambiente rural, e mais especificamente das instalações, dos armazéns rurais, das localidades rurais, assim como das estações rodoviárias, nas cidades ou nos centros termais. (B1)

Em vista das motivações, foi perguntado por que os setores se articulam (articulam)? Da pesquisa e entrevistas realizadas, uma série de valores são destacados e acentuados de forma recorrente, que buscam demanda por produtos e serviços: diferenciados; inovadores; locais; identidade; variedade estética; economia; saudáveis; sazonais; frescos; orgânicos; ecológicos; naturais; produção familiar; caseiros; qualidade. Da mesma forma, e considerando a

necessidade de contemplar perspectivas para atender a demanda turística, surge da pesquisa realizada que a horticultura pode ser abordada a partir de seus diferentes componentes.

Um conjunto de cinco "P" é proposto aqui: Propriedade, Produto, Produtor, Produção, Paisagem Produtiva, sempre levando em conta a estreita ligação entre eles. A desagregação se refere apenas a pontos de diferentes perspectivas, dada a utilidade que isso apresenta para moldar as experiências dos visitantes. No caso de um determinado produto, ele contém muitas possibilidades para integrar uma história e apresentá-la aos visitantes: sua história, suas propriedades em relação a certos usos (alimentos; beleza; decoração; higiene pessoal; limpeza; medicamentos; outros). (C1)

Para as atividades, como a articulação é feita de concreto ou pode ser feita? O consumo de produtos no imóvel que o produz e/ou em diferentes empreendimentos turísticos; a referência entre setores onde, por exemplo, o restaurante vende produtos de campo e dá conta do estabelecimento produtor; o espectro de funções que podem ser desenvolvidas; a contemplação de aspectos históricos, atuais e potenciais; entre outros.

É possível apreciar nas diferentes formas de junção do turismo com a horticultura, uma incorporação de serviços em que se encarregou principalmente da elaboração dos produtos e vice-versa. No primeiro caso, podemos citar como exemplo empresas produtivas (individual ou coletivamente) que realizam visitas guiadas, fornecem algumas das refeições diárias e até mesmo oferecem acomodações ou formas de transporte de e para o local. Por outro lado, o setor primário é representado por empresas de turismo, com restaurantes que têm suas próprias hortas, mesmo que consumam muito pouco delas. (D1)

**Quadro 5 - O MCT em "A Abordagem da Competitividade do Destino Turístico a partir da Articulação Produtiva Intersetorial Local". O caso dos setores do turismo e da horticultura do Departamento de Salto".**

Unidad de análisis	Variables (T.E.M.A)			
	Componentes de situación		Componentes de acción	
Actor ¿Quién?	Tiempo ¿Cuándo?	Espacio ¿Dónde?	Motivaciones ¿Por qué?	Actividades ¿Cómo?
Turistas	A1	B1	C1	D1
Empresarios				
Comunidad local				

Fonte: Elaboração própria com base em Chalar, 2020.

Talvez essa seja a maior utilidade do conjunto proposto, para ajudar a identificar uma série de linhas de base sobre as quais concentrar a atenção. Ele ajuda a abordar mais aspectos qualitativos dessas manifestações no território, em vez de quantificar o intercâmbio de bens e serviços entre empresas ou setores. Para minimizar a sazonalidade na distribuição da assistência ao longo do ano (tempo), para canalizar o público para outras áreas dada a capacidade de carga dos centros térmicos ou as necessidades/potencialidades de outras localidades (espaço), e para satisfazer conjuntamente a diversos públicos que chegam a Salto (motivações, atividades), eles se referem às demandas do turismo em geral e são dimensões que estão contidas no MCT.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo tentou aprofundar o desenvolvimento teórico e prático da Matriz Científica em Turismo (MCT) (Campodónico e Chalar, 2014), tentando demonstrar a flexibilidade metodológica que ela apresenta como resposta às propostas da epistemologia do turismo diante da dificuldade de construir suas próprias estruturas epistêmicas

Para tanto, foram apresentadas algumas das considerações conceituais que permitiram a construção do MCT na época, o que foi feito através de uma revisão dos principais autores que trataram de várias das noções que permitem a caracterização do turismo e que, portanto, demonstram um acúmulo teórico que faz da história do turismo o objeto de estudo.

Além disso, foi estabelecido que a matriz não é uma das mais utilizadas nos estudos de turismo como foi ratificado nos pareceres de D. Pearce (2012). A verdadeira essência do MCT reside no fato de que tanto os Componentes da Situação (Tempo e Espaço) quanto os Componentes de Ação (Motivações e Atividades) devem ser analisados de forma articulada e inter-relacionada, a fim de abordar o campo de estudo de forma integrada.

As razões para isto são que estes componentes se nutrem e são alimentados por diferentes significados e avaliações dependendo da(s) unidade(s) considerada(s). Embora os componentes da Situação sejam analisados por outras disciplinas das ciências sociais, foi demonstrado que no caso do turismo é necessário articulá-lo com as motivações e atividades que, no final, são o sustento da viagem para o sujeito

(turista), ao mesmo tempo em que determinam e influenciam a oferta e as possibilidades que um determinado destino/local turístico pode proporcionar. Esta é uma questão central, se considerarmos a contribuição epistemológica do MCT para o campo de estudo.

Embora a matriz tenha sido inicialmente criada como uma nova construção teórica, ela exigiu validação na pesquisa aplicada. Isto levou à apresentação neste artigo de dois estudos de caso, que são em si diferentes, e que demonstram o valor do MCT como uma ferramenta metodológica através da intersecção de Variáveis (T.E.M.A) com diferentes unidades de análise. Estas segmentações permitem diferentes posições teóricas que o pesquisador pode ter de acordo com suas expectativas em relação à pesquisa.

No primeiro caso, do ponto de vista hermenêutico, foram investigadas duas unidades de análise (Governo e Comunidade) onde o desenvolvimento do Uruguai é abordado como um país que aposta no turismo em termos de sua trajetória histórica, o que implica não só a análise dos discursos da época, mas também um estudo das políticas e/ou ações definidas pelos diferentes governos em um período de mais de vinte e cinco anos. O resumo da análise é mostrado na tabela 4.

Na segunda investigação, que é atribuída a uma posição sistêmica, o estudo se concentra na articulação do turismo com o setor hortícola, utilizando neste caso três unidades (turistas, empresários e comunidade), não apenas um estudo de casos concretos (ver Tabela No. 5), mas uma ampla discussão teórica sobre os benefícios das articulações que o turismo pode fazer com outros setores.

Entende-se que abordar todas as unidades de análise é uma tarefa extremamente complexa que só poderia ser realizada por uma equipe de pesquisa com desenvolvimento sustentado ao longo do tempo. Portanto, é mais conveniente em estudos de caso segmentar algumas das unidades através de um processo de seleção prévia, o que permite uma maior profundidade. Resta verificar sua aplicação em outras correntes para sua validação, tais como: a teoria crítica a fenomenologia e o construtivismo.

## REFERÊNCIAS

Acuña Delgado, À. (2004). *Aproximación conceptual al fenómeno del turismo actual*. Gazeta de

- Antropología, 20, artículo 17. Departamento de Antropología Social. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Granada.
- Blanco, C. (2000). *Las migraciones contemporáneas*. Alianza Editorial, Madrid.
- Callejo Gallego, J. (2007). *Análisis de documentos*. En Gutiérrez Brito, J. (Coord.) *La Investigación social del Turismo*. Perspectivas y aplicaciones. Editorial Thompson, España.
- Campodónico R. y Chalar L. (2019). Reflexión teórico metodológica sobre el alejamiento/acercamiento entre vida cotidiana y turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28, 1087–1103.
- \_\_\_\_\_ (2014). Matriz Científica en Turismo: una propuesta integradora. *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos: ABET*, Juiz de Fora, 4(3), 9-17.
- \_\_\_\_\_ (2011). Hacia la construcción del conocimiento en turismo. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 1307-23. Buenos Aires.
- Campodónico, R. (2020). *Entre la política y el discurso: Uruguay turístico (1960-1986)*. Biblioteca Plural, Universidad de la República, Montevideo.
- Castaño, J. M. (2005). *Psicología Social de los viajes y del turismo*. Editorial Thomson, España.
- Castillo Nechar, M, y Panosso Netto, A. (2011). Implicaciones epistemológicas en la investigación turística. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20 (2) 384-403.
- Castillo Nechar, M. (2017) Epistemología del turismo. *Regiones y desarrollo sustentable*, 17, (33), 133-56.
- Chalar L. (2020). *El Abordaje de la competitividad del destino turístico desde la articulación productiva intersectorial local. El caso de los sectores turismo y horticultura del Departamento de Salto (Uruguay)*. Tesis de Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo. UNQ. Buenos Aires.
- Cooper, Chris et al. (2001) *Turismo: principios e prática*, Bookman, Porto Alegre.
- Crompton, J. L. (1979) *Motivations for pleasure vacation*. *Annals of tourism research*, 19, (3), 420-435
- De Oliveira, G. (2007). Modelos Teóricos aplicados al turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16(1), 96-108
- De Andrade, P. (2018). Epistemologia e metodologia do turismo cultural urbano: o caso da Sociologia Artística das culturas móveis e da comunicação turística em redes sociais urbanas. *Comunicação e sociedade*, 33, 215-242.
- Gaelzer, L. (1979) Lazer. Bêncão ou maldição? Sulina, Porto Alegre. En: Elizalde, R. (2010) *Resignificación del ocio*, Polis [Online].. Disponible en: <https://journals.openedition.org/polis/642?lang=pt> . Consultado en: 15 marzo de 2020
- Gerlero, J. C. y Taranda, D. (2005). *El Turismo: una perspectiva de análisis desde la vida cotidiana*. CONDET, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén.
- Hall, C. M. (2009). *El turismo como ciencia social de la movilidad*. Editorial Síntesis, Madrid.
- Hernández Sampieri, R; Fernández, C y Baptista L (2006). *Metodología de la Investigación*. 4º Edición. Ed. McGraw-Hill. México.
- Ianni, O. (2005). *La sociología y el mundo moderno*. SIGLO XXI Editores, Argentina.
- Iso Ahola S (1982). Towards a social psychology theory of tourism motivation" *Annals of tourism research* 9:256-261,
- Jafari J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1) 39-56.
- Jiménez, A. (2005). *Una aproximación sistémica al turismo: implicaciones para la multi y la transdisciplinariedad*", Universidad del Caribe, México.
- Lalive d' Epinay, C. (2008) "La vida cotidiana: Construcción de un concepto sociológico y antropológico". *Sociedad Hoy*. 14: 9-31. Universidad de Concepción. Chile.
- Laplante, M. (1996) "L'expérience touristique contemporaine". *Fondements Sociaux et Culturels*, Sainte-Foi. Presses de l. Université du Québec, Canada.
- Leiper, N. (1995). *Tourism Management*. Victoria. TAFE Publications.
- Massey, D. (2005). *For space*, London, SAGE Publications.
- Monfort Mir, V. (2000). La política turística: una aproximación. *Cuadernos de Turismo*, (6), 7-28.
- Montaner Montejano, J. (2002). *Políticas y relaciones turísticas internacionales*, Editorial Ariel, Barcelona.
- Moral, S.; Cañero, P.; Jimber, J. y Orgaz, F. (2016). Turismo fronterizo como motor de desarrollo de la frontera. una revisión de la literatura. *International Journal of Scientific Management Tourism*, 2 (2) 249-265.
- Morillo Moreno, M. C. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1) 135-158. Universidad de los Andes. Mérida, Venezuela.
- Muñoz de Escalona F. (1992). *Crítica de la economía turística enfoque de oferta versus enfoque de demanda*. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Economía Aplicada. Madrid.
- Pearce, D. (2012) *Frameworks for Tourism Research*, Victoria University of Wellington, New Zealand.
- Reclus, E. (1913 [1905-1908]), *El Hombre y la Tierra*, (versión de A. Lorenzo), Tomos 1-6, Casa Editorial Maucci, Barcelona.
- Romero Luna, I. (2003). *Desarrollo endógeno y articulación productiva. Un análisis del sistema productivo andaluz*. Tesis Doctoral. Universidad de Sevilla.
- Samaja, J. (2004). *Epistemología y Metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica*, Editorial Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- Sancho A. (Dir.) (1998) *Introducción al turismo*. Organización

- Mundial del Turismo. España.
- Schlüter, R. (2000). *Investigación en turismo y hotelería*, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires.
- Torres Bernier, E. (Coord.), Esteve Secall, R., Fuentes García, R. y Martín Rojo, M. (2006) *Estructura de mercados turísticos*. Editorial UOC, Barcelona.
- Um, S. & Crompton, J.L. (1990). Attitude Determinants in Tourism Destination Choice. *Annals of Tourism Research*, 17, 432-448.
- Valls J. F. (2007). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Ed. Gestión 2000. Barcelona.
- Wahab S. (1977). *Introdução à administração do turismo*, Pioneira, São Paulo.

---

Processo Editorial / Editorial Process / Proceso Editorial

Editor Chefe / Editor-in-chief / Editor Jefe: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido / Received / Recibido: 11.06.2020; Revisado / Revised / Revisado: 07.12.2020; Aprovado / Approved / Aprobado: 17.12. 2020; Publicado / Published / Publicado (online): 24.12.2020.

Tradução do original do autor / Translation of author's original paper / Texto traducido de la versión original del autor.