

AIEST - Association Internationale D'Experts Scientifiques du Tourisme. 1994. *La recherche touristique: succes, eches et problemes non resolutus*. Saint Gallen: AIEST, v. 36, 248 p. (Rapports présents au 44 ème Congrès de AIEST, Vienne, Autriche).

A presente obra destina-se a difundir os resultados dos principais trabalhos apresentados durante o 44º Congresso realizado pela AIEST - Associação Internacional de Especialistas em Turismo¹ – no ano de 1994, em Viena, cujo tema central foi a *Pesquisa Turística: Alcances, Falhas e Problemas Não Resolvidos*. O seu conteúdo reflete a preocupação com a investigação científica de temas turísticos diversificados e atuais, encontrando-se distribuído em nove textos.

Na introdução o então presidente da AIST, Claude Kaspar, analisando o conteúdo da Pesquisa Turística nos últimos 25 anos, observa que a sua demanda pelo caráter de multidisciplinaridade foi atendida - necessitando ainda de uma abordagem inter-disciplinar -, e que as suas características têm variado muito de um país para outro.

Em seguida apresenta-se texto que trata do binômio *Turismo e Economia* em que resultou uma longa tradição de pesquisa. O autor sintetiza seu objetivo examinando a Pesquisa Turística na área de Economia desde 1950, ressaltando os seus progressos, fracassos e obstáculos, e evidenciando temas de análise prioritários para a próxima década.

No próximo texto desenvolve-se a análise da *Utilização da Pesquisa Turística*, notadamente no que concerne às motivações, na concepção e realização dos projetos de organização e políticas de recepção. Destaca-se que os grandes projetos turísticos devem estar relacionados ao planejamento integrado com todos os setores da sociedade, em âmbito nacional.

O texto seguinte, *Administração da Qualidade no Turismo: Lições da Indústria de Serviços*, discorre sobre o crescimento da importância da qualidade nos serviços e a necessidade da sua administração nas empresas turísticas, destacando que outras atividades econômicas podem fornecer para a área lições de sucesso quanto à implantação da qualidade.

Em seguida, o texto *Marketing e Gestão de Destinações Turísticas*, busca apontar os caminhos que a pesquisa seguirá nestas duas áreas na próxima década, evidenciando que os mesmos deverão se voltar para espaços sub-nacionais. A competitividade se acirrará entre as empresas,

acentuando a necessidade de garantir serviços de alto padrão, para consumidores cada vez mais sofisticados e exigentes.

Na seqüência, analisa-se a *Política do Estado em Turismo*, buscando fornecer uma contribuição científica ao assunto, ainda pouco estudado. Enfatiza-se a necessidade de uma política de turismo integrada com outras áreas, salientando a importância do papel do Estado no setor em países subdesenvolvidos e a busca da descentralização do poder.

O sexto texto versa sobre o *Turismo e as Ciências do Meio Ambiente*, observando suas relações, principalmente conflitantes e problemáticas, concluindo sobre a exigência de novas linhas de pesquisa, e a necessidade de se priorizar a Pesquisa Turística independente, dinâmica, qualitativa, sistêmica e conclusiva.

As estratégias para a redução do *Impacto Ambiental em Turismo* de uma localidade através da implantação de medidas de caráter micro e macro-econômico é analisada no sétimo texto. Nesse sentido o autor considera as capacidades físicas: de usufruir sem prejudicar, ecológica, sócio-psicológica e de fornecimento, lembrando que a sociedade não aceita mudanças bruscas. Portanto essas medidas devem ser realizadas paulatinamente e a longo prazo.

O oitavo texto identifica o *Conhecimento Turístico* existente como uma área sem independência, destacando que dever-se ia explorar a inter e a multidisciplinaridade para alcançar um crescimento autônomo e não para se produzir tecnologias fragmentadas e teorias “opacas”.

O último texto analisa o aperfeiçoamento do *Turismo como Objeto de Pesquisa*, analisando os profissionais e o seu campo de trabalho em Brandemburgo (Alemanha). Salienta a existência de um pequeno número de pesquisadores que se dedica à pesquisa e concluem que há necessidade de maior aprofundamento e internacionalização do conhecimento sobre o tema.

A principal limitação deste livro reside na sua visão “euro-cêntrica” apresentada pela maioria dos autores, que parecem desconhecer a validade e os avanços da pesquisa fora da Europa. A falta de integração com os conhecimentos da linha americana, mais pragmática e voltada para a gestão, torna-se um aspecto limitante para os leitores que esperam encontrar nos trabalhos o “estado da arte” da Pesquisa Turística.

Como um dos aspectos interessantes, destaca-se a maneira como o Turismo é tratado, sendo considerado como uma atividade do setor de prestação de serviços, superando o antigo equívoco de enquadrá-lo como uma “indústria”. Entretanto, a maior contribuição desta coletânea de textos é permitir o acesso a resultados de pesquisas, reunindo e divulgando os conhecimentos mais recentes na área. Esta característica merece maior

1. A Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme (AIEST) é uma sociedade científica, fundada em 1951, com o objetivo de facilitar o contato e relações entre seus membros e entre instituições de pesquisa e ensino. Dedicase à divulgação das pesquisas realizadas pelos seus associados, editando a Revue du Tourisme e os anais dos congressos que realiza anualmente.

destaque ainda ao se analisar a realidade brasileira e se constatar que ela é carente de publicação similar.

Alvamar Cardoso de Oliveira

Glória Maria Windmer

Fabiana Mendes Lobato

Renata Proserpio