

## **A Fenomenologia e a Pesquisa em Turismo**

**Mirna de Lima Medeiros<sup>1</sup>**

**João Luiz Passador<sup>2</sup>**

**Débora Goulart Becheleni<sup>3</sup>**

### **Resumo**

O que distingue a ciência como forma particular de construção da realidade é o uso sistemático do método científico. Às perspectivas positivista e dialética, utilizadas de maneira mais contumaz na produção de conhecimento dentro das Ciências Sociais Aplicadas, somam-se cada vez mais, e com mais propriedade, as contribuições do método fenomenológico. Este se apresenta como alternativa consistente e viável, não só para a grande área do conhecimento mas, mais especificamente, para o Turismo. Ainda há poucos adeptos ao método de pesquisa em tela, possivelmente pelo fato deste exigir uma particular postura investigativa, oferecendo, por outro lado, notáveis vantagens para o Turismo como objeto de investigação, tão complexo e multifacetado. O ensaio explicitou o histórico, as vertentes e as questões inerentes ao enfoque fenomenológico, oferecendo possibilidades para a pesquisa na área temática específica. Apresenta indicações sobre a abordagem, bem como aponta algumas das vantagens no uso do instrumental epistemológico, valendo-se do Turismo Gastronômico como exemplo, em função da particular familiaridade dos autores com o tema e pelas características de complexidade e subjetividade nele envolvidas.

**Palavras-chave:** Turismo. Fenomenologia. Método. Turismo Gastronômico.

---

<sup>1</sup> Mestranda em Administração de Organizações pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto (FEA-RP)/ Universidade de São Paulo (USP).

<sup>2</sup> Professor Doutor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto (FEA-RP)/ Universidade de São Paulo (USP).

<sup>3</sup> Graduada em Turismo pelo Instituto de Geociências (IGC) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

## Introdução

A verdade científica é um processo em constante construção e reconstrução. Paradigmas e orientações antes no centro de comunidades científicas podem, após um tempo, serem substituídas, parcial ou completamente, por outros (KUHN, 2003). A construção do conhecimento pode se pautar em diversos métodos ou correntes filosóficas. Entre as diversas abordagens podem-se colocar como principais as abordagens: empiristas; positivistas; sistêmicas; dialéticas; estruturalista e funcionalistas. É notável que o conhecimento científico nas diversas áreas de pesquisa, tem sido pautado preponderantemente sob a ótica do positivismo e da dialética. Porém a proposta de um caminho alternativo nas pesquisas tem sido percebida, principalmente em ciências sociais aplicadas e em estudos que envolvem a complexidade humana. Esta abordagem implica em uma mudança de postura em relação às bases epistemológicas que guiam a ação dos pesquisadores. (BICUDO, 1994; GIL, 1995; MASSUKADO, 2008; VERGARA, 1989).

As pesquisas em turismo muito têm a caminhar, porém é indiscutível a sua relevância, uma vez que o turismo, ao mesmo tempo, pode contribuir para a geração de emprego e renda, e pode também gerar impactos e visões diversas, entre outras questões. O turismo é uma área complexa e multifacetada, que envolve atores variados e importantes, que terão diferentes percepções e ações em relação a uma mesma ocasião de visitação. O turismo, sob a perspectiva do visitante, segundo Beni (2007, p.37):

é um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Neste processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza emocional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, de expansão de negócios [...].

O turismo é uma das atividades *lato sensu* mais versáteis e é capaz de estabelecer estreitos vínculos entre economia e cultura. Moesch (2000) apud Da Silva Filho (2007, p.26) coloca que o turismo:

muito mais que uma indústria de serviços, é fenômeno com base cultural, com herança histórica, meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório que esta dinâmica sócio-cultural gera parte de um fenômeno recheado de objetividade-subjetividade, que vem a ser consumido por milhões de pessoas.

O turismo ultrapassa, então, os segmentos convencionais da economia, exigindo dados de natureza tanto econômica, quanto social, cultural e ambiental. São diversas as suas

modalidades e, neste ensaio, se privilegia o segmento de Turismo Gastronômico como objeto para exemplificação da adequação da fenomenologia aos estudos em Turismo, no entanto, esta escolha se dá com a finalidade de facilitar o entendimento e aplicação deste enfoque em pesquisas futuras, por parte de pesquisadores que, por ventura, não tenham tanta familiaridade com esta abordagem.

Nechar (2006) expõe que uma perspectiva positivista tem dominado os estudos em Turismo. É provável que esta preferência pelos enfoques positivistas<sup>4</sup>, mais prescritivos, e a menor utilização da orientação fenomenológica, de cunho eminentemente interpretativo se dê pelo pouco conhecimento ou talvez até, preconceito em relação a esta postura investigativa. O fato de nem os estudantes estarem familiarizados com o desenvolvimento de estudos dessa natureza, nem os professores sentirem-se em posição confortável para atuar mais ativamente nas investigações, tanto como orientadores, como estudiosos em si, ou avaliadores (BOEMER, 1994; LIMA, 1999) justifica o ensaio em tela.

Algumas das atuais abordagens do Turismo parecem envolver métodos interpretativos, como os baseados na etnografia e semiótica entre outros (NECHAR, 2006; SZMIGIN e FOXALL, 2000). Contudo, não se propõem na íntegra a utilizar tal metodologia. Aparentemente a fenomenologia ainda conta com poucos pesquisadores adeptos. É tendo em mente as vantagens apresentadas por essa abordagem (que aqui serão brevemente apresentadas) e com vistas a ampliar o seu uso, que se propõe esse estudo metodológico, cujo objetivo se apresenta como: oferecer indicações do que se trata essa abordagem e quais são os procedimentos básicos pertinentes à abordagem fenomenológica para os pesquisadores em Turismo que possam ter interesse na construção de estudos acadêmicos sob esta perspectiva, utilizando o segmento de turismo gastronômico para maior clarificação.

Apesar de valorizada, nota-se que, no Brasil, ainda há certa subestimação da importância da gastronomia. Barrera (2006) apóia tal afirmação dizendo que vários países da América Latina se diferenciam dos europeus porque não valorizam os alimentos regionais como parte substancial do seu patrimônio cultural. Bernard (2001, p.76) também salienta que “a gastronomia, que leva implícitos os costumes ancestrais, a história, a geografia, o cotidiano, o religioso, o econômico e o social, não foi totalmente explorada”. Tal fato, além

---

<sup>4</sup> Entende-se aqui por Positivismo a corrente filosófica e metodológica proposta por Augusto Comte que, no início do século XIX, incorporou a perspectiva de produção de conhecimento das chamadas ciências naturais nas ciências humanas, com base nos pressupostos epistemológicos daquelas.

da familiaridade dos autores com o tema, foi determinante na escolha do Turismo gastronômico como alvo de interface junto à fenomenologia, almejando, quiçá, que também se desenvolvam mais pesquisas na área.

### **A Fenomenologia e o Método Fenomenológico**

O movimento fenomenológico, considerado por Moreira (2002) como uma das mais interessantes correntes do século XX, teve como principal precursor Edmund Husserl que em sua obra *Investigações Lógicas* expõe uma forma de fazer filosofia, que deixa de lado as especulações metafísicas abstratas e entra em contato com as ‘próprias coisas’, dando destaque à experiência vivida. Abre caminho para outros pensadores como M. Heidegger, K. Jaspers, J. P. Sartre, M. Merleau-Ponty, dentre outros.

A palavra fenomenologia, segundo Coltro (2000), é derivada das palavras gregas: *phainomenon* (aquilo que se mostra a partir de si mesmo) e *logos* (ciência ou estudo), ou seja, etimologicamente, fenomenologia é o estudo ou a ciência do que se revela por si mesmo (o fenômeno). Segundo Martins (1994 apud BICUDO, 1994, p.15), a fenomenologia é “um nome que se dá a um movimento cujo objetivo precípua é a investigação direta e a descrição de fenômenos que são experienciados conscientemente, sem teorias sobre a sua explicação causal e tão livre quanto possível de pressupostos e de preconceitos”. A fenomenologia deveria, então, proporcionar um método filosófico que fosse livre por completo de todas as pressuposições que pudesse ter aquele que refletisse; descrever os fenômenos focando exclusivamente neles, e, sendo assim, ficaria postada antes de qualquer crença e de qualquer juízo, para explorar simplesmente o fenômeno tal como é dado (CRESWELL, 1998; HUSSERL, 1990; MASINI, 1997; RAY, 1994).

De acordo com Moreira (2002), pode-se expor algumas variantes do movimento fenomenológico. São estas: 1) a Fenomenologia Descritiva que seria o tronco principal da vertente, tendo como principal autor Husserl e suas obras de 1900/1901, e que prima pela abordagem reflexiva, evidencial e descritiva tanto dos encontros como dos objetos encontrados; 2) a Fenomenologia Realista que tem como principal lócus de desenvolvimento a Alemanha desde a década de 20 até os dias de hoje e possui ênfase na busca pelas essências universais de vários tipos de assunto; 3) a Fenomenologia constitutiva, que é também baseada nos estudos de Husserl, provavelmente datados de 1913, quando este incorpora no escopo da fenomenologia a filosofia das ciências naturais; 4) a Fenomenologia existencial, pautada nos

estudos de Heidegger propostos no seu livro *Sein und Zeit* (Ser e Tempo) de 1927 que prega que a existência humana é interpretativa. A fenomenologia é posta como “o estar eu com as coisas do mundo”; 5) a Fenomenologia Hermenêutica exposta por Gadamer (1931, 1960), é derivada de Heidegger, propõe uma reflexão exaustiva, constante e contínua, através do ciclo hermenêutico composto pelas etapas compreensão, interpretação e nova compreensão.

Spiegelberg (1971 apud MOREIRA, 2002) tentou sintetizar, a partir dos diversos estudos, ora divergentes e ora concordantes, o que seria mais característico do método fenomenológico, aqui ainda sendo aplicado à filosofia. Este expõe então três passos principais: 1) Investigação de fenômenos particulares, onde estariam contidas as operações de percepção intuitiva do fenômeno, exame analítico e descrição; 2) Investigação de Essências Gerais, fase na qual ocorreria a ideação (processo pelo qual se prossegue do particular para o universal), seguida também de exame analítico e descrição e; 3) Apreensão de relações fundamentais entre as essências, operacionalizada pelo processo denominado variação Imaginativa Livre.

Certamente a transição do método da filosofia para a pesquisa empírica nas diversas áreas do saber, exige algumas adaptações, assim, alguns autores (VAN KAAM, 1959; COLAIZZI, 1978; SANDERS, 1982) fazem propostas de princípios e passos para a realização da pesquisa fenomenológica. São diferentes os números de passos expostos e também a aproximação com o método da filosofia. Algumas semelhanças são inerentes às características da abordagem, dando ênfase ao sujeito e considerando o envolvimento do estudioso na pesquisa que realiza, entre as quais se pode citar: a forma de coleta de dados, em que há priorização pelo uso de entrevista, descrição de experiências do próprio participante, relatos autobiográficos e observação participante e a apresentação dos resultados onde há a identificação de “temas” ou “essências” e a partir desta é desenvolvida a explicação estrutural, descritos a partir da orientação dos participantes, utilização das palavras reais dos participantes mescladas com a linguagem científica.

Há várias situações nas quais a abordagem ou método fenomenológico seria adequado. Pode-se citar: a necessidade de maior clareza do fenômeno, quando a experiência vivida a ser compartilhada for a melhor fonte de dados para o fenômeno; quando há adequação aos recursos disponíveis, ao tempo para término da pesquisa, a audiência a quem a pesquisa será apresentada e ao próprio estilo pessoal do pesquisador e sua habilidade de se engajar em um método de forma rigorosa (BOEMER, 1994; GARNICA, 1997; MOREIRA, 2002).

### **O Turismo Gastronômico e o Método Fenomenológico**

As pesquisas quanto ao turismo gastronômico, bem como diversas pesquisas em turismo e o ensino do mesmo devem se dar de maneira delicada, pois, segundo Rodrigues (2002) a atividade turística não é uma ação isolada, mas contextualizada e entendida como uma prática social, sendo assim, inclui as questões e fenômenos sociais. Há de se desenvolver os estudos de maneira crítica e reflexiva, com o fim de compreender a complexidade e possíveis impactos desta atividade sobre o meio natural, bem como sócio-cultural (DA SILVA FILHO, 2007). Em visão semelhante, Nechar (2006) explicita ainda a importância de uma construção séria e rigorosa, além de um esquema normativo na produção do saber no Turismo. Diz que é necessário abrir o estudo a um enfoque interdisciplinar, multidisciplinar e até híbrido, sobre um caráter crítico e reflexivo que estabeleça novos sentidos e significados aos objetos estudados e investigados, além disso cita, para reforçar o imperativo de que as investigações sejam sérias e rigorosas:

Quando se indica que o turismo é um fenômeno multifacetado, o qual deveria ser objeto de estudos e investigações, isso implica no reconhecimento de que é o homem em sociedade quem está no centro de sua análise; o encontro com outras civilizações, culturas, histórias, tradições e práticas gera repercussões e impactos nos hábitos, modos de vida, valores e costumes que podem ser positivos ou negativos (NECHAR, 2006, p.05).

Os alimentos e bebidas de um país, região ou cidade são capazes de expressar a cultura, os costumes, as crenças e histórias de um povo. A delimitação das formas de preparo, técnicas utilizadas e ingredientes é dada tanto pela disponibilidade de meios como pelas referências culturais desse povo. Ou seja, o que é comestível em um lugar, pode não o ser em outro e o que se têm à mesa em um lugar é único, necessário ao corpo e também moldado por algumas características particulares; sendo assim, “o alimento é um dos elementos essenciais da experiência turística, podendo tanto satisfazer necessidades biológicas quanto ser visto como um atrativo pelo turista” (FAGLIARI, 2005, p.10).

Ainda levando em consideração esse papel de bem cultural que a gastronomia possui, Gimenes (2006) fala na importância de valorizá-la por oferecer um importante contato do turista com a realidade visitada, proporcionando uma vivência única no sentido figurado e literal das tradições, ritos e valores locais. Enfim, “ao saborear a cozinha local o visitante encontra as manifestações da cultura no que diz respeito aos saberes e sabores exclusivos do lugar. O diferente se torna original, encantador e a identidade local se fortalece” (SANTOS,

2007, p.58). Sendo assim, o turismo gastronômico ou o turismo que valoriza os elementos gastronômicos, é um segmento complexo e sensível, pois é conformado por vários atores e, por conseqüência, carrega valores e crenças de cada um destes.

O método fenomenológico propicia um tratamento multidimensional, transdisciplinar e interrelacional e é ao mesmo tempo, crítico, rigoroso e sistemático (MALHOTRA e PETERSON, 2001; SERVA e JAIME JR, 2001; WEIL et al., 1993), questões demandadas no estudo de fenômenos complexos, como aqueles supracitados. Devido ao seu foco na consciência humana durante todo o processo de pesquisa, vivência de situações sociais, e de se mostrar como uma das metodologias que melhor consegue capturar a essência da experiência humana e sua interação com os ambientes (BAKER, 1998), a fenomenologia mostra-se bastante interessante como base para as pesquisas em Turismo. Poder-se-ia utilizar desta abordagem, por exemplo, para o estudo da percepção dos visitantes em relação à gastronomia local, ou o que verdadeiramente seriam pratos ou preparos típicos da região em estudo, o que é realmente consumido pelos habitantes de determinada cidade, os significados atribuídos às experiências sensoriais e sentimentais geradas pelo consumo de determinados alimentos em viagem, entre diversas outras questões. Para a formulação das teorias, utiliza-se o processo indutivo, agregado as padronizações permitidas pelas interpretações de significado da experiência vivida/estudada (CHURCHILL e WERTZ, 1985; FOXALL, 1995; GIL, 1995).

### **Notas sobre os procedimentos para o uso do método fenomenológico**

Certamente, há algumas questões básicas a serem seguidas ao se proceder uma pesquisa com o método fenomenológico. Nesta sessão se colocam algumas notas iniciais para que o leitor possa ter uma noção inicial e se motive à leitura dos autores consagrados desta área. Ao se propor um estudo, pensa-se no roteiro clássico: tema, objetivo, método, amostragem, forma de coleta, forma de análise dos dados, etc. (RICHARDSON, 1999; COOPER e SCHINDLER, 2003; SAMPIERI, COLLADO e LUCIO, 2006) e, é baseado neste roteiro, que se expõem particularidades da abordagem.

Quanto à amostragem e sujeitos a serem pesquisados: a natureza dos participantes do estudo é de suma importância, essa abordagem indica, preferencialmente, indivíduos ou grupos de características singulares e que estejam envolvidos em experiências semelhantes (PATTON, 1990; RAY, 1994; VAN MANEN, 1990). Não existe número fixo ou fórmula que determinem a adequação ou precisão de uma amostra (KERLINGER e LEE, 2000). Há

registro de estudos com variação de número de entrevistados entre uma a 325 pessoas, usualmente englobam menos de dez, porém, amostra unitária é incomum (CRESWELL, 1998; MOREIRA, 2002).

A coleta de dados sob este enfoque costuma se dar, principalmente, pela observação participante e entrevistas nos cenários em que se desenvolvem os fenômenos (KERLINGER e LEE, 2000; SANTOS, 1994). Ao que se propõe a utilizar a metodologia, pede-se não utilizar instrumentos totalmente estruturados de coleta de dados ou formular hipóteses e proposições antes da coleta/vivência dos dados, pois muita instrumentalização prévia costuma fechar os olhos do estudioso para a essência do fenômeno a ser examinado (MILES e HUBERMAN, 1994; ROSSI e HOR-MEYLL, 2001). Por meio da dinâmica participativa do pesquisador, o estudo adquire depoimentos, histórias e narrativas (ARNOULD e PRICE, 1993; PHILIPS, 1995), em detrimento às estagnadas hipóteses e estatísticas características do posicionamento positivista (KILDUFF e MEHRA, 1997). A experiência do turista ou percepção do habitante ou produtor poderia materializar-se sob a visão daqueles que verdadeiramente vivem o fenômeno e não daqueles que o pesquisam.

A análise dos dados é qualitativa e, de modo simplificado, consiste no trabalho intelectual em decifrar o sentido aparente, desdobrar os significados implicados na significação literal e então fazer uma síntese (MASINI, 1997), que exige, segundo Asti-Vera (1980 apud COLTRO, 2000) alguns pressupostos: eliminação do subjetivo, exclusão momentânea do teórico, suspensão das tradições, o exercício de visualização do dado como um todo, descrição do objeto fazendo a análise das partes. O pesquisador busca descrever e interpretar o objeto, principalmente pela semiótica - as formas pelas quais as pessoas relacionam experiências, linguagem, comportamentos e seus significados (GOTTDIENER, 1994; KILDUFF e MEHRA, 1997; ROSSI e HOR-MEYLL, 2001).

### **Considerações Finais**

A partir das discussões realizadas, percebeu-se que o método, ou abordagem, fenomenológica se faz adequado para estudos no âmbito do turismo, pois o objeto deste é essencialmente a experiência humana, seja este o viajante, o fornecedor de serviços ou o habitante do destino turístico. Ao liberar os autores das restrições positivistas, a postura possibilita a obtenção de dados mais acurados e visões múltiplas e transdisciplinares.



Há de se salientar, contudo, que não se indica essa abordagem a qualquer estudo, pois o pesquisador deve ser suficientemente experiente e com domínios cognitivos consistentes para fazer a correta opção da estratégia de investigação. Ainda, há a necessidade de se observar a adequação dos pressupostos ontológicos e epistemológicos, preparo, interesse e habilidade, bem como tempo e recursos disponíveis.

Há também algumas limitações e dificuldades, como o fato de o método, principalmente no que tange a análise dos dados, ainda não estar plenamente desenvolvido; de a fenomenologia ser considerada apenas uma filosofia; ou mesmo mais uma postura investigativa que um método em si. Todas estas restrições observadas, o caráter científico da pesquisa poderia ser posto à prova pelo fato de a subjetividade do pesquisador, ainda, estar tipicamente incorporada às práticas investigativas da fenomenologia. Acredita-se, entretanto, que o método fenomenológico se mostra como um interessante caminho para o desenvolvimento de pesquisas acadêmicas que envolvam o Turismo Gastronômico e todos os demais segmentos do Turismo, pelas características anteriormente explicitadas e principalmente por um de seus pontos fortes – o contato do pesquisador com os indivíduos que realmente vivenciam o fenômeno.

Colocamos como sugestão para futuros estudos: um levantamento dos trabalhos realizados em turismo sob a abordagem fenomenológica, considerações a respeito da aplicação de seu protocolo, vantagens e desvantagens percebidas; ou ainda, um estudo baseado em estatística descritiva que mostrasse as proporções das orientações metodológicas utilizadas em artigos, dissertações ou teses de bases de dados escolhidas de acordo com as possibilidades do pesquisador; análise dos pontos fracos e propostas de alternativas, bem como adaptações do método fenomenológico à pesquisa em Turismo; e, principalmente, estudos sob a ótica fenomenológica e sobre gastronomia e turismo.

### **Referências Bibliográficas**

ARNOULD, E. J., PRICE, L. L. River magic: extraordinary experience and the extended service encounter. **Journal of Consumer Research**, Chicago, v. 26, 1993.

BARRERA, E. **Rutas Alimentarias**: Una estrategia de desarrollo que vincula los alimentos con identidad local y el turismo. UBA. Buenos Aires, 2006.

BAKER, J. **Examining the informational value of store environments**. In: SHERRY JR., J. F. *Servicescapes: the concept of place in contemporary markets*. Chicago: NTC Business Books, 1998.

BENI, M. **Análise Estrutural do Turismo**. 12.Ed. São Paulo: SENAC, 2007.

BERNARD, A. Rutas de arte y gastronomía: una propuesta inexplorada. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires , v.10, n.1/2 , p.76-90, jan.2001.

BICUDO, M. A. V. **Sobre a Fenomenologia**. In: BICUDO, M. A. V., ESPÓSIO, V. H. C. (orgs.). Pesquisa Qualitativa em Educação. Piracicaba: Unimep, 1994.

BOEMER, M. R. A condução de estudos segundo a metodologia de investigação fenomenológica. **Rev. Latino Americana de enfermagem**, Ribeirão Preto, v.2, n.1, p.83-94, jan 1994.

CHURCHILL, S. D., WERTZ, F. J. An introduction to phenomenological psychology for consumer research: historical, conceptual, and methodological foundations. In: HIRSCHMAN, E. C., HOLBROOK, M. B. **Advances in Consumer Research**. Provo: Association for Consumer Research, 1985.

COLTRO, A. A fenomenologia: um enfoque metodológico para além da modernidade. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v.1, n.11, p.37-45, 1ºtrim./2000.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7.Ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

CRESWELL, J. W. **Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1998.

COLAIZZI, P. F. Psychological Research as the Phenomenologists Views It. In: VALLE, R. S.; KING, M. **Existential Phenomenological Alternatives for Psychology**. New York: Oxford University Press, p. 48-71, 1978.

DA SILVA FILHO, A. **Educação e Turismo**: Um estudo sobre a inserção do turismo no ensino fundamental e médio. 183p. (Dissertação). Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2007.

GARNICA, A. V. M. Algumas notas sobre pesquisa qualitativa e fenomenologia. **Interface – Comunicação, Saúde, Educação**, Botucatu, v.1,n.1, p. 109 – 122, ago. 1997.

FAGLIARI, G. S. **Turismo e alimentação**: análises introdutórias.1.Ed.São Paulo:Roca, 2005.

FOXALL, G. R. Science and interpretation in consumer research: a radical behaviorist perspective. **European Journal of Marketing**, v. 29, n. 9, 1995.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1995.

GIMENES, M. H. S. G. Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 4., 2006, Caxias do Sul, **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2006.

GOTTDIENER, M. Semiotics and postmodernism. In: DICKENS, D. R., FONTANA, A. **Postmodernism and social enquiry**. New York : Guilford Press, 1994.

HUSSERL. E. **A idéia da Fenomenologia**. Lisboa: Edições 70, 1990.

VAN KAAM, A. A phenomenological analysis exemplified by the feelings of being really understood. **Individual Psychology**, v.15, p.66-72, 1959.

KERLINGER, F. N. , LEE, H. B. **Foundations of behavioral research**. 4. Ed. Orlando: Harcourt College Publishers, 2000.

KILDUFF, M., MEHRA, A. Postmodernism and organizational research. **Academy of Management Review**, New York, v. 22, n. 2, April 1997.

KUHN, T. S. **A Estrutura das Revoluções Científicas**. 8ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

LIMA, J. B. Pesquisa qualitativa e qualidade na produção científica em administração de empresas. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 23., 1999, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu : ANPAD, 1999.

MALHOTRA, N. K. , PETERSON, M. Marketing research in the new millennium: emerging issues and trends. **Marketing Intelligence & Planning**, v. 19, n. 4, p.216-235, 2001.

MASINI , E. F. S. Enfoque fenomenológico de pesquisa em educação. In: Fazenda, I. **Metodologia da pesquisa educacional**. 4.Ed. São Paulo: Cortez, 1997.

MASSUKADO, M. S. Análise comparativa de estratégias qualitativas de investigação: possibilidades para a pesquisa em turismo. **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 1, n.1, p. 9-27, abr 2008.

MILES, M. B., HUBERMAN, A. M. **Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods**. 2. Ed. Beverly Hills: Sage Publications, 1994.

MOREIRA, D. A. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

NECHAR, M. C. Orientaciones en la construcción del conocimiento turístico: acerca de su epistemología. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 6., 2006, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2006.

PATTON, M. Q. **Qualitative evaluation and research methods**. 2. Ed. London: Sage Publications, 1990.

PHILIPS, N. Telling organizational tales: on the role of narrative fiction in the study of organizations. **Organization Studies**, v. 16, n. 4, p.625-649, 1995.

RAY, M. A. The richness of phenomenology: philosophic, theoretic and methodological concerns. In: MORSE, J. M. **Critical issues in qualitative research methods**. London: Sage Publications, 1994.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, A. A. B. **Geografia do Turismo: novos desafios**. In: TRIGO, L.G.G. (org.). Turismo – como aprender, como ensinar. São Paulo: SENAC, 2002.

ROSSI, C. A. V., HOR-MEYLL, L. F. Explorando novas trilhas na pesquisa do consumidor. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 25., 2001, Campinas. **Anais...** Campinas: ANPAD, 2001.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F; LUCIO, P. L. **Metodologia de Pesquisa**. 3. Ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SANDERS, P. Phenomenology: A new way of viewing organizational research. **Academy of Management Review**, v.7, n.3, p. 353-360, 1982.

SANTOS, C. Somos lo que comemos. In: **Compilación de Gastronomía**. Centro de Investigaciones y Estudios en Turismo. Buenos Aires, 2007. Disponível em: <[http://www.cieturisticos.com.ar/downloads/compilacion\\_gastronomia2007.pdf](http://www.cieturisticos.com.ar/downloads/compilacion_gastronomia2007.pdf)>. Acesso em mar. 2008.

SANTOS, U. W. B. **Métodos qualitativos para pesquisa em administração: caracterização e relacionamento aos paradigmas para pesquisa**. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Administração de Empresas, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 1994.

SERVA, M., JAIME JR., P. Itinerários teóricos e práticas profissionais numa fronteira interdisciplinar: contribuições para o ensino em administração. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 25., 2001, Campinas. **Anais...** Campinas: ANPAD, 2001.

SZMIGIN, I., FOXALL, G. R. Interpretive consumer research: how far have we come? **Qualitative Market Research International**, v. 3, n. 4, p.187-197, 2000.

VAN MANEN, M. **Researching lived experience: human science for an action sensitive pedagogy**. New York : State University of New York Press, 1990

VERGARA, S. C. Teoria prática educacional – da técnica à ética. **Revista Fórum Educacional**, v. 13, n. 3, jun./ago. de 1989.

WEIL, P., D'AMBROSIO, U., CREMA, R. **Rumo à nova transdisciplinaridade**. São Paulo: Summus, 1993.