

# A FENOMENOLOGIA E A PESQUISA EM TURISMO: REFLEXÕES PARA APLICAÇÃO COM BASE NO TURISMO GASTRONÔMICO

Phenomenology and research on tourism: annotations for application  
based on gastronomy tourism

La fenomenología y la investigación en turismo: reflexiones para su  
aplicación con base en el turismo gastronómico

**Mirna de Lima Medeiros**

[mirnamedeiros@hotmail.com](mailto:mirnamedeiros@hotmail.com)

FEA-RP/USP - Faculdade de Economia, Administração e  
Contabilidade de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo  
Graduação em Turismo pela Universidade Federal de Minas Gerais

**João Luiz Passador**

[jlpassador@usp.br](mailto:jlpassador@usp.br)

FEA-RP/USP - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto  
da Universidade de São Paulo

Doutor em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas – SP  
Mestrado em Administração Pública e Governo pela Fundação Getúlio Vargas – SP  
Especialização pelo Program Internacional in Management da Università Commerciale Luigi Bocconi  
Graduação em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo  
Graduação em Administração pela Fundação Getúlio Vargas – SP

**Débora Goulart Becheleni**

[debora.goulart@gmail.com](mailto:debora.goulart@gmail.com)

Instituto Estrada Real Graduação em Turismo pela Universidade Federal de Minas Gerais

**Correspondencia:**

Mirna de Lima Medeiros – Rua Marques da Cruz, 1807.  
Bairro Vila Monte Alegre. Ribeirão Preto – SP, CEP 14051-150.

Data de Submissão: 05/10/2009

Data de Aprovação: 13/12/2010

## RESUMO

O que distingue a ciência como forma particular de construção da realidade é o uso sistemático do método científico. Às metodologias positivista e dialética, habitualmente utilizadas na produção de conhecimento dentro das Ciências Sociais Aplicadas, vê-se recentemente adotadas, de maneira progressiva e com mais propriedade, as contribuições do método fenomenológico. Este se apresenta como alternativa de postura investigativa, não só para a grande área do conhecimento, mas, especificamente, para o campo do Turismo. Mesmo havendo relativamente poucos adeptos ao referido método, este oferece notáveis vantagens para os esforços de pesquisa sobre o Turismo, temática reconhecidamente complexa e multifacetada. Estimulado por essas questões preliminares, o presente trabalho teórico tem por objetivo organizar um quadro conceitual sobre o método fenomenológico, bem como apresentar técnicas e procedimentos básicos de pesquisa de interesse para os pesquisadores em Turismo. Para melhor compreensão conceitual e apreensão das técnicas de pesquisa fenomenológica, o trabalho utiliza-se de exemplos de pesquisa no segmento de turismo gastronômico.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo; Método; Fenomenologia.

## ABSTRACT

The characteristic that distinguishes science as a particular way of constructing reality is the systematic use of scientific method. Besides the positivist and dialectical perspectives that are habitually used in the production of knowledge within Applied Social Sciences, contributions from the phenomenological method are being increasingly adopted in a gradual way and with growing propriety. This method is proving to be an alternative investigative posture, not only for knowledge production in a broader sense, but also, more specifically for the field of Tourism. Despite the fact that there are still very few advocates of the research method in question, it offers notable advantages for research efforts in the field of tourism, which is a notably complex and multifaceted theme. Prompted by these preliminary questions, the aim of this theoretical essay is to organize a conceptual framework on the phenomenological method, and to present techniques and basic research procedures for this approach, which should be of interest for tourism researchers. For a better conceptual understanding of phenomenological research techniques, this essay uses examples of research in the segment of Gastronomy Tourism.

**KEYWORDS:** Tourism; Method; Phenomenology.

## RESUMEN

Lo que distingue a la ciencia como forma particular de construcción de la realidad es el uso sistemático del método científico. Las metodologías positivista y dialéctica, habitualmente utilizadas en la producción de conocimiento dentro de las Ciencias Sociales Aplicadas, vieron recientemente adoptadas, de manera progresiva y con más propiedad, las contribuciones del método fenomenológico. Este se presenta como alternativa de postura investigativa, no solo para la gran área del conocimiento sino, específicamente, para el campo del Turismo. Aun habiendo relativamente pocos adeptos al referido método, este ofrece notables ventajas para los esfuerzos de investigación sobre el Turismo, temática reconocidamente compleja y multifacética. Estimulado por esas cuestiones preliminares, el presente trabajo teórico tiene por objetivo organizar un cuadro conceptual sobre el método fenomenológico, así como presentar técnicas y procedimientos básicos de investigación de interés para los investigadores en Turismo. Para la mejor comprensión conceptual y aprehensión de las técnicas de investigación fenomenológica, el trabajo utiliza ejemplos de investigación en el segmento de turismo gastronómico.

**PALABRAS CLAVE:** Turismo; Método; Fenomenología.

## 1 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 uma mudança de postura em relação às bases epistemológicas que guiam a ação dos pesquisadores (BICUDO, 1994; GIL, 1995; MASSUKADO, 2008; VERGARA, 1989).

No turismo, segundo Panosso Netto (2005), são utilizadas várias abordagens, porém, nem mesmo a sistêmica, que poderia ser colocada como uma das mais utilizadas na área, alcança

unanimidade. O fato é que a escolha de qual modelo seguir está a cargo do pesquisador, de acordo com seus objetivos. É necessário, então, que haja conhecimento das possibilidades metodológicas, suas vantagens e limitações. Contudo há poucos autores que se preocupam com a epistemologia do turismo, postura que ganhou importância nos estudos em turismo apenas na década de 1990. Nota-se que existiu, no histórico de produção de conhecimento em Turismo de maneira contumaz, uma predileção aparente por 'questões práticas da atividade' como as questões econômicas, impactos ambientais, planejamento turístico, políticas públicas entre outros. Muitas vezes esses estudos são mais voltados para ações ou análises do mercado e se preocupam pouco com o rigor acadêmico e científico dos estudos produzidos (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2008; PANOSSO NETTO, 2005).

As pesquisas em turismo muito têm a caminhar. O professor João dos Santos Filho (2007, p.02) salienta que para escrever de forma científica sobre o fenômeno do turismo ou sobre qualquer outro assunto é necessário paciência, disciplina, conhecimento epistemológico, dedicação à pesquisa e, particularmente no campo destacado, certa 'audácia investigativa vanguardista', pois este se constitui em uma 'ciência' recente no campo das humanidades. Barretto e Santos (2005) também realizam uma ressalva quanto à abordagem científica do turismo ao salientar que as confusões podem originar-se no fato de o turismo constituir-se, simultaneamente, em objeto de estudos científicos e em área de ação do marketing e de outros fazeres que privilegiem a sua dimensão de negócio.

Nechar (2006) expõe que uma perspectiva positivista tem dominado os estudos em Turismo. É provável que esta preferência pelos enfoques positivistas, 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; bem como o fato de haverem poucos estudos claros que sirvam de orientação para o uso desta abordagem (BOEMER, 1994; LIMA, 1999; PERNECKY; JAMAL, 2010) justificam o ensaio em tela.

Algumas das atuais abordagens do Turismo parecem envolver alguns métodos mais interpretativos, como poderia ser classificada a fenomenologia. No entanto, quando isso ocorre, nota-se que as opções metodológicas interpretativas giram em torno das baseadas na etnografia e semiótica entre outras (NECHAR, 2006; SZMIGIN e FOXALL, 2000). Contudo, mesmo quando se valem destas, não se propõem na íntegra a utilizar tais metodologias. Aparentemente a fenomenologia, seja como paradigma, postura ou método propriamente dito, ainda conta com poucos pesquisadores adeptos. Santos, Possamar e Marinho (2009), ao fazerem um levantamento das teses de doutorado produzidas sobre turismo no Brasil de 2005 a 2007, constataram que menos de 6% utilizavam abordagem analítica de dimensão fenomenológica.

Entre alguns autores que discutem sobre a fenomenologia como base útil ao Turismo ou que realizam estudos da área sob esta perspectiva podem-se citar, no Brasil: Panosso Netto (2005), Barretto (2005), e Malta e Almeida (2008). Em âmbito internacional Cohen (1984), Masberg e Silverman (1996), Li (2000), Obenour (2004), Hayllar e Griffin (2005), Everett e Aitchinson (2008), Andriotis (2009), Santos e Yan (2010), Pernecky e Jamal (2010) entre outros, são exemplos de autores que utilizam e/ou defendem o uso da fenomenologia nas pesquisas. O último trabalho citado, ainda em fase de publicação, reforça, por meio da realização de uma ampla revisão bibliográfica, que são poucos os estudos fenomenológicos em turismo e ainda, que desses, vários apresentam deficiências e equívocos. É tendo em mente as vantagens apresentadas por essa abordagem (que aqui serão brevemente apresentadas), bem como a atualidade da emergência de seu uso (como pode ser observado nas datas dos trabalhos nacionais e internacionais mencionados), e com vistas a ampliar o seu uso; que se propõe esse estudo metodológico, cujo objetivo se apresenta como: oferecer indicações do que 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 essa perspectiva; utilizando o segmento de turismo gastronômico para maior clarificação.

Privilegia-se o segmento de Turismo Gastronômico como objeto para exemplificação da adequação da fenomenologia aos estudos em Turismo. No entanto, essa escolha se dá com a finalidade de facilitar o entendimento e aplicação desse enfoque em pesquisas futuras, por parte de pesquisadores que, por ventura, não tenham tanta familiaridade com esta abordagem. Certamente a fenomenologia pode ser

aplicada nas outras modalidades do turismo como em Malta e Almeida, 2008; Masberg e Silverman, 1996; Li, 2000; Obenour, 2004; Hayllar e Griffin, 2005; Andriotis, 2009; e Santos e Yan, 2010. Porém, se optou por utilizar apenas uma área específica de forma a deixar mais clara a aplicabilidade e evitar potenciais confusões por excesso de conteúdos de segmentos distintos. Além disso, apesar de valorizada, nota-se que no Brasil, ainda há certa subestimação da importância da gastronomia. Barrera (2006) apoia 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". Tais fatos, somados às características de complexidade e subjetividade nele envolvidas, bem como a familiaridade dos autores com o tema, foram determinantes na escolha do Turismo gastronômico como alvo de interface e exemplos do uso do método fenomenológico. Almejou-se também que este estudo estimulasse o desenvolvimento de mais pesquisas na área específica.

Admitindo o Turismo como objeto de investigação complexo e multifacetado, o presente ensaio faz uma ponte desta área do conhecimento com uma das possíveis abordagens de pesquisa. À continuidade desta apresentação inicial são expostos o histórico, as vertentes e as questões inerentes ao enfoque fenomenológico. Em seguida oferecemos apontamentos para a sua aplicação na seção intitulada "Notas sobre os procedimentos para o uso do método fenomenológico". Por fim, apontamos vantagens, possibilidades e entraves para a pesquisa com adoção da postura investigativa em foco, por meio de exemplificação e discussões em área temática específica, turismo gastronômico, e de considerações tecidas após a exposição do conteúdo principal.

## 2 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 precípuo 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). O processo pelo qual se "suspende" essas crenças e juízos é a redução fenomenológica ou *epoché*, que será mais bem descrito na seção seguinte.

De acordo com Moreira (2002), podem-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 1920 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 e propõe uma reflexão exaustiva, constante e contínua, através do ciclo

hermenêutico composto pelas etapas compreensão, interpretação e nova compreensão. Pernecky e Jamal (2010) expõem, porém não pormenorizam, que existem ainda outras nuances construídas, principalmente, a partir dos trabalhos de Husserl e Heidegger, da fenomenologia. Essas variantes subsequentes foram adicionadas por “influentes estudiosos contemporâneos: Hans-George Gadamer (hermenêutica filosófica), Ricoeur (hermenêutica crítica), e Jacques Derrida (desconstrução), Alfred Schutz (fenomenologia social-intersubjetiva)” (PERNECKY; JAMAL, 2010, p. 17).

Existem vários fenomenólogos e, por conseguinte, linhas de pensamento. Lyotard (1986, p.12) salienta que esses estudiosos colocam diferentes “acentuações de Heidegger a Fink, de Merleau-Ponty a Ricoeur, de Pos ou Thévenaz a Lévinas”, mas subsiste um *estilo* fenomenológico comum, mesmo com as divergências tênues ou acentuadas entre esses autores. Ainda que a abordagem dos problemas se dê de maneiras distintas, as variantes fenomenológicas possuem em comum o fato de terem renovado a forma de abordar os fenômenos humanos ao adotar uma abordagem eidética, ou seja, se preocupam com suas essências (Dartigues, s/d; Wagner, 1979).

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. O autor 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; SCHUTZ apud WAGNER, 1979; SANDERS, 1982; DA SILVA, 2007) fazem propostas de princípios e passos para a realização da pesquisa fenomenológica. É importante salientar que apesar dessas tentativas de estruturação, o método fenomenológico não existe na forma de uma regra ou modelo rígido a ser seguido. O método, segundo Panosso Netto (2005) é uma atitude e um posicionamento do pesquisador no desenvolvimento da pesquisa, pois no ato da pesquisa ele deve se livrar de todos os conceitos e conhecimentos que tem da realidade objeto de estudo (processo de *époche*). Ainda assim, essas tentativas de estruturação facilitam a aplicação e são de grande valia. 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 podem citar: a forma de coleta de dados; em que há priorização pelo uso de entrevista, descrição de experiências do próprio participante; relatos autobiográficos; 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 segundo a 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).

Panosso Netto (2005, p.99) coloca uma das principais indagações dos pesquisadores em foco: “Por que se opta pela escolha do método fenomenológico?”. E sua resposta é que existem três motivos ou três respostas para tal questionamento: primeiro, porque esse é um método novo de abordagem do turismo, fato que pode trazer novas possibilidades para esse campo de estudo; segundo, porque a fenomenologia nasceu no início do século XX, justamente como reação contra os reducionismos (historicismo, biologismo, psicologismo) nas análises da sociedade e; terceiro, porque, nas palavras do próprio Husserl, [...] a fenomenologia quer ser ciência e método, a fim de elucidar possibilidades universalmente em questão e, portanto, as investigações fenomenológicas são investigações universais de essências.

### 3 NOTAS SOBRE OS PROCEDIMENTOS PARA O USO DO MÉTODO FENOMENOLÓGICO

Certamente, há algumas questões básicas a serem seguidas ao se proceder a 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; SCHINDLER, 2003; SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006) e, é baseado neste roteiro, que se expõem particularidades da abordagem.

Após a definição da área temática, é preciso definir seu problema de pesquisa e objetivos. Esse primeiro passo é crucial, pois "não adianta definir um método se a questão de pesquisa não está clara para o pesquisador, pois é ela que indica o caminho metodológico a ser seguido", além disso, na pesquisa fenomenológica, "tudo parte da experiência vivida e retorna a ela" e essa delimitação indica qual fenômeno da experiência vivida será investigado (VAN MANEN, 1990 apud DA SILVA, 2007). Segundo Da Silva (2007) quando se opta e delinea uma trajetória de pesquisa, se assume implicitamente uma ontologia, uma epistemologia e uma suposição sobre a natureza humana, que representa uma forma de ver o mundo. Se, após a definição da problemática, a opção fenomenológica for considerada interessante e pertinente, o pesquisador deve seguir na elaboração de seu plano de trabalho dentro das características e ditames da linha.

Antes de decidir as diversas questões "mais práticas" da atividade investigativa, tais como amostra, forma de coleta e análise de dados, é importante ter clareza quanto à forma do método que se aplicará. A pesquisa fenomenológica é apoiada por suposições ontológicas e epistemológicas que variam de acordo com o teórico que se segue (PERNEKY; JAMAL, 2010). Moreira (2002) expõe algumas variantes, assim como Perneky e Jamal (2010) realizam algumas comparações e salientam que a fenomenologia apresenta um leque de opções de abordagens e direções metodológicas que são guiadas por diferentes suposições filosóficas. Portanto, é importante conhecer esses ramos, ou linhas de pensamento e ação fenomenológica, e se aprofundar na que seja mais interessante ao trabalho em desenvolvimento. Muitos estudos falham ao se basear num "*poutpourri de idéias*", apresentando discrepâncias e falhando em seguir objetivamente uma linha. Por exemplo, a "fenomenologia autêntica" de Husserl é mais descritiva e busca por estruturas essenciais da consciência e estruturas intrínsecas da experiência; a vertente de compreensão ou existencial busca, além dos dados objetivos (descrição em si) e com sua ajuda, o entendimento (interpretação) do "ser" e suas relações com os objetos; já a hermenêutica se assemelha à vertente anterior, porém propõe uma reflexão mais aprofundada através das etapas do ciclo hermenêutico: compreensão, interpretação e nova compreensão (MOREIRA, 2006; DARTIGUES, s/d; PERNEKY; JAMAL, 2010).

O juízo fenomenológico proposto por Husserl exige uma "eliminação" das noções preconcebidas com relação à natureza última dos objetos e da realidade que se ocupa a consciência humana, trata de colocar entre parênteses os julgamentos tanto do senso comum, quanto das proposições das ciências que lidam com a realidade estudada. Essa desconexão do pesquisador com suas perspectivas prévias são chamadas de redução fenomenológica ou *epoché*. Alguns autores posteriores a Husserl salientam que esse processo de desligamento esbarra em algumas dificuldades práticas, uma vez que a própria consciência do pesquisador atua como ruído na busca por uma evidência final. Para lidar com esse percalço, opta-se pelo reconhecimento da intencionalidade do pesquisador e da subjetividade e da intersubjetividade inerente às experiências, pois isso permite a visualização da evidência em meio aos ruídos provocados pela consciência do observador ao permitir a descrição rigorosa da relação dialógica entre pesquisador e objeto de pesquisa (DARTIGUES, s/d; SCHULTZ apud WAGNER, 1979; LYOTARD, 1986; MERLEAU-PONTY, 1999 APUD TERRA, 2010; PERNEKY; JAMAL, 2010). Mesmo que o pesquisador encontre alguma dificuldade para transpor esse conceito para o contexto da pesquisa, segundo Da Silva (2007), a compreensão do significado de redução fenomenológica pode auxiliá-lo a se concentrar no fenômeno em estudo a partir de um olhar despidido de pressuposições, hipóteses ou fatos que indiquem relações causais.

A proposta husserliana busca a apreensão da própria coisa (fenômeno em estudo) aquém de toda predicação, ou seja, busca apreender aquilo que lhe é essencial e invariável, por meio de um esforço denominado de redução eidética. Nesse processo não se trataria, mas sim de concluir e "purificar" o fenômeno. Reduzir, não por meio de manipulações, mas sim de um esforço de pensamento sobre

um fenômeno cujo sentido é buscado. A essência é definida como a “consciência da impossibilidade”, ou seja, aquilo que é impossível à consciência pensar de outro modo. O processo pelo qual se pode chegar a essa consciência, denominado de *variação eidética* por Husserl, consiste em imaginar todas as variações que um objeto (modelo) pode sofrer sem se descaracterizar, ou seja, sem se tornar um exemplo “de outra espécie”. O processo de redução eliminará, então, qualquer característica que não seja fundamental para que o fenômeno seja reconhecido tal como o é. Esse “invariante” identificado por meio das diferenças define precisamente a essência dos objetos desta espécie. (DARTIGUES, s/d; LYOTARD, 1986; ZITKOSKI, 1994). Algumas abordagens valem-se somente desse rígido exercício descritivo com vistas a apreender a essência “pura” (fenomenologia descritiva); já outras realizam o exercício, nem sempre buscando descrições tão acuradas, mas considerando outras questões como as particularidades de contexto e de interpretação, e as qualidades dialógicas, intersubjetivas e interpretativas do “ser” (PERNECKY; JAMAL, 2010).

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; 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; LEE, 2000; SANTOS, 1994). Ao que se propõe a utilizar a metodologia, pode-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; HUBERMAN, 1994; ROSSI; HOR-MEYLL, 2001). Por meio da dinâmica participativa do pesquisador, o estudo adquire depoimentos, histórias e narrativas (ARNOULD; PRICE, 1993; PHILIPS, 1995), em detrimento às estagnadas hipóteses e estatísticas características do posicionamento positivista (KILDUFF; 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; 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; MEHRA, 1997; ROSSI; HOR-MEYLL, 2001). Da Silva (2007) salienta que é preciso ter certo cuidado nesta etapa, pois durante a leitura e releitura dos dados coletados, o pesquisador pode ter a sensação de “estar perdido”; mas por meio da manutenção da questão de pesquisa em mente (para que não haja perda do foco), surgirão “*insights*” que possibilitarão o estabelecimento de uma estrutura para compreensão<sup>1</sup> dos significados.

Os resultados obtidos podem ser organizados de diversas maneiras, tais como: categorias, temas, tipologias entre outras. O trabalho de Cohen (1979), tido como um dos primeiros a utilizar a fenomenologia em turismo, propõe uma tipologia das experiências do turista. Já Da Silva (2007), baseado em Van Manen (1990) sugere a delimitação de temáticas. É, no entanto, a forma de ver e entender os dados pelo pesquisador que irá definir a organização dos dados coletados e, a partir destes, a elaboração do texto final, sua forma e estrutura de apresentação. Van Manen (1990 apud Da Silva, 2007) expõe cinco possibilidades, não exaustivas e não mutuamente exclusivas, de organizar o texto da escrita fenomenológica: tematicamente, analiticamente, exemplificativamente, exegeticamente e existencialmente. Ao escrever o texto fenomenológico, então, o autor possui certa liberdade para utilizar os recursos e ferramentas de que dispõe para “interrogar” os dados. A interrogação do fenômeno, segundo Fini (1994 apud Da Silva, 2007), é inesgotável, pois sempre haverá outro sujeito (pesquisador) para o qual ele se mostrará de maneira diferente. O produto textual final terá, conseqüentemente, a perspectiva de seu escritor, pois foi produzido a partir de

interrogações decorrentes de seu olhar particular. Essa liberdade de construção do texto não é total, pois requer a manutenção do rigor e das bases fundamentais da vertente metodológica adotada, mas ainda assim, o caráter polissêmico que o fenômeno adquire, mesmo dentro de uma vertente, é uma virtude dessa abordagem.

#### 4 O TURISMO GASTRONÔMICO E O MÉTODO FENOMENOLÓGICO

As pesquisas quanto ao turismo gastronômico, bem como diversas pesquisas em turismo seu ensino devem ser realizados 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, a fim de compreender a complexidade e possíveis impactos dessa atividade sobre o meio natural, bem como sociocultural (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, sob 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 tem 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 da 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 consequência, 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; PETERSON, 2001; SERVA; 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. Coloca-se como ponto positivo da pesquisa fenomenológica a possibilidade de se compreender melhor as experiências dos turistas e dos empreendedores do turismo; além do fato de que a abordagem, a descrição fenomenológica, explica claramente os processos analisados, já que utiliza as estruturas invariáveis, ou essências do pensamento de cada grupo de pessoas entrevistadas (PANOSSO NETTO, 2005). Para a formulação das teorias, utiliza-se o processo indutivo, agregado às padronizações permitidas pelas interpretações de significado da



experiência vivida/estudada (CHURCHILL; WERTZ, 1985; FOXALL, 1995; GIL, 1995). Por meio da fenomenologia, o turismo pode obter caráter diferente do qual hoje possui e receber um sentido humano (MOLINA, 1991 apud PANOSSO NETTO, 2005).

Poder-se-ia utilizar dessa 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. Apesar de as possibilidades ofertadas pela fenomenologia, em âmbito nacional e internacional ainda são poucos os trabalhos no ramo do turismo que se valem das vantagens apresentadas pela fenomenologia para estudo das experiências. No Brasil é possível encontrar alguns trabalhos que discutem o uso da fenomenologia nas pesquisas como os de *Panosso Netto (2005)* e Lohmann e Panosso Netto (2008) e outros de segmentos do turismo distintos do aqui utilizado para exemplificação como o de Malta e Almeida (2008), que tratam da percepção dos sujeitos de uma cidade quanto à entrada do turismo em seu cotidiano. No entanto, não foram encontradas, nas buscas realizadas, trabalhos do segmento de turismo gastronômico que se valessem da abordagem em discussão. Felizmente, em âmbito internacional é possível encontrar trabalhos fenomenológicos na temática específica do turismo gastronômico como Hjalager (2003); Everett e Aitchinson (2008), Cousin, O’Gorman e Marc Stierand (2010), além de quantidade pouco maior e, aparentemente, crescente sobre outros nichos do turismo.

O trabalho de Hjalager (2003) propõe um “modelo” das experiências em turismo gastronômico que divide as atitudes e preferências dos turistas por alimentos e bebidas de acordo com quatro categorias: recreativa, existencial, diferencial e experimental (*recreational, existential, diversionary, experimental*). Este modelo foi construído a partir da categorização fenomenológica de Cohen (1979), o que lhe dá certa fragilidade, uma vez que, segundo Pernecky e Jamal (2010), o trabalho de Cohen oferece uma estrutura e uma tipologia das experiências dos turistas; mas não fornece muitas referências à rica tradição do estudo fenomenológico e tampouco expõe suas justificativas teóricas. Talvez essa fragilidade e carência de aprofundamento nas questões inerentes à fenomenologia, contribua para que alguns autores que tratam do turismo gastronômico citem o modelo fenomenológico de Hjalager (2003), e (mesmo possuindo problemas de pesquisa que poderiam ser abordados de forma rica por meio da fenomenologia como é o caso de Kivela e Crotts [2005 e 2006], que visavam identificar a percepção do turista sobre a experiência do “comer-fora” em viagem) optem pelo uso metodologias “mais tradicionais” em detrimento da abordagem fenomenológica com a qual se depararam em suas leituras.

Everett e Aitchinson (2008) conduzem um estudo exploratório com vistas a examinar o papel do turista gastronômico no desenvolvimento e sustentação de identidades regionais dentro do contexto de regeneração rural, diversificação agrícola e a criação de relacionamentos mais próximos entre produção e consumo no meio rural. Eminentemente qualitativo o trabalho parece ter se pautado em algumas linhas fenomenológicas, pois, apesar de não deixar claro na metodologia, os autores salientam que buscaram uma abordagem interdisciplinar conectando perspectivas antropológicas, etnológicas e sociológicas e citam em suas referências bibliográficas o trabalho de Cohen (1979).

Por fim, a recente pesquisa de Cousin, O’Gorman e Marc Stierand (2010) foca-se menos nas discussões sobre o turismo e focaliza-se na gastronomia buscando explorar o fenômeno da gastronomia molecular, por meio de dezoito entrevistas fenomenológicas com *chefs* de cozinha. Os autores demonstram compreender a amplitude que o termo fenomenologia oferece, pois ressaltam que utilizam a fenomenologia no contexto de sua arguição, contudo, as dimensões filosóficas e paradigmáticas dão fundamento à forma das entrevistas. Além disso, explicita a adoção da vertente hermenêutica.

Nota-se, então, que são escassos os trabalhos fenomenológicos na área temática e, em alguns casos, os autores não se propõem na íntegra a utilizar tal abordagem como foi percebido, por meio das descrições dos estudos encontrados; e como também acontece com outras abordagens mais interpretativas como mencionaram Nechar (2006) e Szmigin e Foxall (2000). Apesar disso, por meio das discussões realizadas e exemplos mencionados, percebe-se que a fenomenologia pode ser uma opção bastante útil aos pesquisadores da área que devem encontrar alguns desafios interessantes, entre os quais podemos citar os expostos por Pernecky e Jamal (2010): 1) A fenomenologia é em grande parte desconhecida no meio acadêmico do turismo e falta uma clareza metodológica nos poucos estudos que se valem desta; 2) A pesquisa fenomenológica é complexa, consome tempo e requer alto envolvimento, atenção e aprofundamento das questões filosóficas que guiam a abordagem específica escolhida.

Um breve exercício reflexivo pode ser útil para tornar mais clara a possível aplicação da fenomenologia em pesquisas sobre o turismo, sendo assim, abrir-se-á um parêntese para propor, de forma simplificada, um exemplo do trabalho de delineamento da investigação, a partir do que foi exposto na seção passada. Primeiramente se deve escolher a área temática: Como este ensaio se propôs a realizar apontamentos para aplicação da fenomenologia com base no turismo gastronômico. Sendo assim, já a temos definida. Em seguida devem ser delineados a questão de pesquisa e seus objetivos decorrentes. Uma possibilidade de questão fenomenológica: o que significa a visitação a locais de produção para o turista? Um objetivo possível: Estudar a experiência vivida por turistas que realizam visita a um local de produção de um queijo x típico da região y.

A partir dessas primeiras decisões o pesquisador teria que definir a sua trajetória de pesquisa de acordo com as suas preferências, recursos, habilidades e visões de mundo, se baseando em uma vertente específica para desenvolver todo o processo investigativo. Poder-se-ia realizar uma comparação entre as vertentes fenomenológicas como, por exemplo, a descritiva (proposta por Husserl) e a hermenêutica. O autor que escolhesse a primeira opção iria buscar desvendar a experiência "essencial" (estruturas de consciência da experiência) da visitação em locais de produção por turistas por meio do afastamento do pesquisador (epoché) e da tentativa de chegar à "consciência da impossibilidade" dessa experiência (redução eidética). Já o que preferisse a segunda opção tentaria iluminar a experiência de visitar um local de produção à luz de outras questões como o entendimento do pesquisador sobre o tema, se já realizou vivência semelhante antes da pesquisa, a origem e histórico dos sujeitos pesquisados, a intenção da visita turística entre outras "atividades, propósitos, e objetos significantes" em torno do fenômeno analisado, dando ênfase menor à descrição exaustiva, mas enfocando a reflexão exaustiva (ciclo hermenêutico), e procurando entender as qualidades e relacionamentos que situam o sujeito naquela experiência.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se perceber que a fenomenologia encontra-se subutilizada no turismo, de maneira geral, e principalmente na área de alimentos e bebidas. Trabalhos teóricos nacionais e internacionais apontam para esta abordagem como uma possibilidade útil e adequada aos estudos da área e os poucos estudos analisados demonstraram a necessidade de maior orientação e, quiçá trabalhos que sirvam de referência para que os pesquisadores possam melhor aplicá-la. A partir das discussões realizadas e dos estudos consultados, é possível inferir que o método, ou abordagem, fenomenológico se faz adequado para estudos no âmbito do turismo, pois o objeto deste é essencialmente a experiência humana, seja 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. Como o método busca as essências do fenômeno estudado, permite o aprofundamento de questões, a busca por respostas claras e não superficiais, sendo válido para a análise de aspectos fundamentais dos diversos segmentos do turismo.

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, o preparo, interesse e habilidade, bem como tempo e recursos disponíveis. Além disso, mesmo que não haja regras rígidas para a pesquisa fenomenológica, uma postura coerente dentro de uma das possíveis vertentes deve adotada, ou ainda o ecletismo de vertentes deve ser indicado e justificado.

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.

O presente ensaio possui algumas fragilidades e questões que podem ser abordadas ou discutidas em trabalhos futuros. A primeira delas, ao mesmo tempo em que limitou as discussões foi uma das questões que motivou o trabalho, e se trata da quantidade relativamente pequena de estudos brasileiros na área de turismo que se valem da fenomenologia. A segunda questão diz respeito à opção por não defender uma ou outra 'vertente' da fenomenologia, deixando o leitor livre para aplicar a postura investigativa da maneira que mais lhe parecer adequada de acordo com crenças, características e recursos particulares e a partir de um aprofundamento na linha de trabalho escolhida. E, por fim, a terceira questão é que, em vários trechos do presente ensaio (principalmente na parte introdutória), o leitor pode ter se perguntado se tratávamos da fenomenologia como visão de mundo, lógica, filosofia, abordagem, postura ou método (LYOTARD, 1986; DARTIGUES, s/d). Optamos deliberadamente por não deixar claro, em alguns momentos, qual a nossa definição da fenomenologia ou forma de apreensão adotada dentre as diversas citadas e demais possíveis; por termos em nossos objetivos mais "íntimos" o desejo de incentivar os pesquisadores da área a adotar a fenomenologia da forma que lhes pareça mais útil e conveniente. Além disso, como explicita Dartigues (s/d) em suas considerações finais, a fenomenologia não deve ser exposta como um método estreitamente definido ou sistema filosófico definitivamente estruturado, pois "certamente, era o destino da fenomenologia e a fonte de sua riqueza não poder se deter e se imobilizar em nenhuma de suas formas, mas fecundar sem cessar novos domínios, [...]". O autor recupera ainda a observação de Heidegger (1964): "compreender a fenomenologia quer dizer: captar suas possibilidades" e isso foi, mais ou menos, o que tentamos brevemente realizar e transmitir ao leitor.

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; 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 para os quais já ofertamos algumas possibilidades na seção que antecede as presentes considerações.

## 6 REFERÊNCIAS

- ANDRIOTIS, K. Sacred site experience: A Phenomenological Study. **Annals of Tourism Research**, v. 36, n.1, p. 64-84, jan 2009.
- 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.
- BARRETTO, M. **Turismo, cultura e sociedade**. Caxias do Sul: Educs, 2005.
- BARRETTO, M.; SANTOS, R. J. Fazer Científico em Turismo no Brasil e seu reflexo nas publicações. **Turismo – Visão e Ação**, v. 07, n.2, p.357-364, maio/ago. 2005.
- BAKER, J. **Examining the informational value of store environments**. In: SHERRY JR., J. F. *Service escapes: the concept of place in contemporary markets*. Chicago: NTC Business Books, 1998.
- 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.; ESPÓRIO, 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.

- COHEN, D. R. A phenomenology of tourist experiences. **Sociology**, v.13, n.2, p.179-201, 1979.
- 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.
- COUSINS, J; O'GORMAN, K; STIERAND, M. Molecular gastronomy: cuisine innovation or modern day alchemy? **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 22, n.3, p.399-415, 2010.
- DARTIGUES, A. **O que é a fenomenologia?** 7. Ed. São Paulo: Centauro, s/d.
- DA SILVA, A. B. A fenomenologia como método de pesquisa em estudos organizacionais. In. GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELO, R.; DA SILVA, A. B. (Org.). **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais: Paradigmas, Estratégias e Métodos**. São Paulo: Saraiva, 2007.
- 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.
- DOS SANTOS FILHO, J. Mitos e Ladainhas do fazer turístico: apologia ao fetiche. **Revista Patrimônio: Lazer & Turismo**. Santos: Universidade Católica de Santos (UNISANTOS), 2007. Disponível em: <<http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/artigos.php?cod=89>> Acesso em: ago 2010.
- EVERETT, S.; AITCHINSON, C. The role of food in sustaining regional identity: A Case Study of Cornwall, South West England. **Journal of Sustainable Tourism**, v.16, n.2, p.150-167, jul 2008.
- FAGLIARI, G. S. **Turismo e alimentação: análises introdutórias**. 1. Ed. São Paulo: Roca, 2005.
- FINI, M. I. Sobre a pesquisa qualitativa em educação que tem a fenomenologia como suporte. In. BICUDO, M. A. V.; ESPOSITO, V. H. C. (Org.). **A pesquisa qualitativa em Educação: um enfoque fenomenológico**. Piracicaba: UNIMEP, 1994.
- FOXALL, G. R. Science and interpretation in consumer research: a radical behaviorist perspective. **European Journal of Marketing**, v.29, n.9, 1995.
- 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.
- 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.
- HAYLLAR, B.; GRIFFIN, T. The precinct experience: a phenomenological approach. **Tourism Management**, v.26, n.4, p.517-528, aug. 2005.
- HJALAGER, A. M. What do tourists eat and why? Towards a sociology of gastronomy and tourism. In. Col-len, J.; Richards, G. (Eds.). **Gastronomy and tourism**. Gravenwezel/Schilde, Belgium: Academie Voor de Streekgebonden Gastronomie, 2003.

- HEIDEGGER, M. **L'Être et le Temps**. Gallimard, 1964.
- 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.
- VAN MANEN, M. **Researching lived experience: human science for an action sensitive pedagogy**. London, Ontario: State University of New York Press, 1990.
- 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.
- KIVELA, J.; CROTTS, J. C. Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment. **Journal of Culinary Science & Technology**, v.4, n.2/3, p.39-55, 2005.
- KIVELA, J.; CROTTS, J. C. Tourism and Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, v.3, n.3, p.354-377, aug 2006.
- KUHN, T. S. **A Estrutura das Revoluções Científicas**. 8.ed.São Paulo:Perspectiva,2003.
- LI, Y. Geographical consciousness and tourism experience. **Annals of Tourism Research**, v.27, n.4, p.863-883, oct.2000.
- LIMA, J. B. Pesquisa qualitativa e qualidade na produção científica em administração de empresas. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 23., 1999, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu: ANPAD, 1999.
- LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. **Teoria do Turismo: Conceitos, Modelos e Sistemas**. São Paulo: Aleph, 2008.
- LYOTARD, J. **A fenomenologia**. Lisboa: Edições 70, 1986.
- 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.
- MALTA, G.; ALMEIDA, F. B. Turismo, Cultura e as transformações na vida dos sujeitos de Ipoema – Distrito de Itabira/MG. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO SUSTENTÁVEL, 2., 2008, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza: Instituto Terramar, 2008.
- MASBERG, B. A.; SILVERMAN, L. H. Visitor experiences at heritage sites: a phenomenological approach. **Journal of Travel Research**, v.34, n.4, p.20-25, 1996.
- 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.
- MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. 2. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- MILES, M. B; HUBERMAN, A. M. **Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods**. 2. Ed. Beverly Hills: Sage Publications, 1994.
- MOLINA, S. **Conceptualización del turismo**. México: Limusa, 1991.
- 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.

OBENOUR, W. L. Understanding the meaning of "journey" to budget travelers. **International Journal of Tourism Research**, v.6, n.1, p.1-15, 2004.

PANOSSO NETTO, A. **Filosofia do Turismo**: Teoria e Epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005.

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

PERNECKY, T; JAMAL, T. (Hermeneutic) Phenomenology in tourism studies. **Annals of Tourism Research**, in press, 2010. doi: 10.1016/j.annals.2010.04.002

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 DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA 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. A; YAN, G. Genealogical Tourism: A phenomenological examination. **Journal of Travel Research**, v.49, n.1, p.56-67, 2010.

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, M. M. C.; POSSAMAR, A. M. P; MARINHO, M. F. Pesquisa em Turismo: Panorama das teses de doutorado produzidas no Brasil de 2005 a 2007. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v.3, n.3, p.3-33, dez. 2009.

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.

TERRA, L. A. **Dinâmica simbiótica**: o problema estratégico visto sob a perspectiva da complexidade. 183p. Dissertação (Mestrado – Programa de Pós-Graduação em Administração de Organizações). Ribeirão Preto: Universidade de São Paulo, 2010.

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.

WAGNER, H. R. (Organização e Introdução). **Fenomenologia e Relações Sociais**: Textos escolhidos de Alfred Schutz. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

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

ZITKOSKI, J. J. **O método fenomenológico de Husserl**. Porto Alegre: Edipucrs, 1994.

## NOTAS

<sup>1</sup> Apesar de salientar que os autores terão *insights* que permitirão o estabelecimento de uma estrutura para compreensão, Da Silva (2007) propõe um ciclo de análise para pesquisas fenomenológicas composto por seis etapas, construído a partir dos autores Van Manen (1990), Bicudo (2000), Barrit et al. (2000) e Santos (2004).