



A Aprendizagem de Gastronomia pela Experiência: O Evento Gastronomix.

Alvaro César Portella Kosinski
Patrícia Lisboa

Resumo: O evento gastronômico, pelo Turismo, proporciona uma experiência do gosto, apresentado e saboreado em condições e locais especiais. Já ao acadêmico de gastronomia oportuniza a chance de aprender pela experiência. O Gastronomix, uma das atrações do Festival de Curitiba, reúne a cada edição, desde 2009, diferentes *chefs* de cozinha que vendem seus pratos para o público. Uma equipe operacional ligada à cozinha, formada por estudantes de Gastronomia, dá suporte a esta atividade para que as preparações sejam executadas e servidas. Neste contexto, o objetivo da pesquisa é identificar o que leva os estudantes a participar voluntariamente do evento. A pesquisa caracteriza-se como um estudo exploratório-descritivo e os resultados permitem afirmar, de forma geral, que a principal razão mencionada pelos voluntários é a possibilidade de trabalhar com *chefs* de sucesso.

Palavras-chave: Aprendizagem pela Experiência; Evento Gastronômico; Gastronomix

Abstract: The gastronomic event, by Tourism, provides a taste experience, presented and tasted in special conditions and places. Already the gastronomic academic offers the opportunity to learn from experience. Gastronomix, one of the attractions of the Festival of Curitiba, brings together each edition, since 2009, different chefs who sell their dishes to the public. An operational team linked to the kitchen, made up of Gastronomy students, supports this activity so that the preparations are executed and served. In this context, the objective of the research is to identify what leads students to voluntarily participate in the event. The research is characterized as an exploratory-descriptive study and the results allow to state in general that the main reason mentioned by the volunteers is the possibility Working with successful chefs.

Key words: Experiential learning; Gastronomic event ; Gastronomix



1 INTRODUÇÃO

Porque a comida é o resultado de um longo processo histórico-social que se inicia no plantio e chega até ao serviço, passando pelas escolhas dos alimentos, preparos e harmonizações, a gastronomia que dela decorre pode ser reconhecida como um patrimônio cultural, passível de exploração como produto turístico.

Neste sentido, a gastronomia ganha importância, segundo Gastal e Pertile (2013), pelos cuidados e sofisticação dispensados aos seus apreciadores que, em retribuição, passam a reconhecê-la, de acordo com Gimenes (2012), como uma experiência, algo capaz de fazer com que se envolvam de uma maneira pessoal, emocionando-se e aprendendo com as vivências de consumo.

Já a aprendizagem é um processo multifacetado na procura por uma melhor adaptação, que está relacionado com a interação entre o indivíduo e o meio que o envolve e que depende de uma série de variáveis contextuais que influenciam a maneira como as pessoas vêem o mundo e atribuem significados a determinados eventos implicando uma modificação da própria pessoa, e não apenas do meio. (MENESES, 2007; SILVA, 2008).

E em relação às abordagens tradicionais de formação Naquin; Holton; Elwood (2006) observam que elas tem se revelado insuficientes em cumprir as expectativas e exigências atuais que, segundo Garavan; Mcguire (2001) e Lyons (2008), consistem na maior agilidade, produtividade, flexibilidade e em como mudar e permanecer focado, a custos mais baixos.

Jennings (2010) e Jennings; Wargnier (2010) apresentam pesquisas que revelam que metade, ou mais, do que se aprende é esquecido em quarenta minutos, a menos que este conhecimento seja reforçado ou aplicado ou uma nova habilidade seja praticada, consistindo um desafio reter o conhecimento aprendido em sala de aula e a de aplicá-lo efetivamente, despertando a atenção de muitas organizações para a aprendizagem no local de trabalho, que remete, segundo Illeris (2007) à noção de aprender fazendo, em vez de aprender por meio de cursos e estudos.

No Brasil conforme descrevem Tominatsu e Furtado (2011), a preparação e encaminhamento do profissional ao mercado de trabalho, realizados pelos cursos superiores em Gastronomia, passam obrigatoriamente pela capacitação técnica por meio de aulas práticas, estágios e atividades complementares de vivência, completadas pela formação acadêmico/científica tradicional.

Inserido na programação do Festival de Curitiba em 2009 (atual denominação do Festival de Teatro de Curitiba), o Gastronomix (Gmix) é realizado nos dois últimos dias do Festival, tem como premissa refletir nas artes culinárias o que se busca nas artes cênicas: apresentar ao público uma amostra rica e diversificada de produções; ser local e global ao mesmo tempo, isto é, partir das produções locais para uma visão global, e, ao mesmo tempo, trazer um olhar mais universal para o contexto local.

Neste campo de estudos que envolvem a gastronomia como produto turístico, e também como área de formação acadêmico-profissional, além da aprendizagem pela experiência, esta pesquisa objetiva identificar as razões que levam estudantes de gastronomia a trabalhar voluntariamente no evento.

A este objetivo precedeu a necessidade de descrever o Gmix para compreendê-lo enquanto evento e, então, obter dos acadêmicos voluntários, via entrevistas, os motivos que os fizeram a se candidatar e, posteriormente, cumprir a carga horária prevista para o trabalho.

O estudo caracteriza-se como exploratório-descritivo, pois, como dizem Richardson (1999) e Vergara; Caldas (2005) a pesquisa é exploratória quando não se têm informações sobre determinado tema, há pouco conhecimento acumulado ou sistematizado sobre ele, mas se busca conhecê-lo. E é descritiva, segundo Merriam (1998), a investigação cujo objetivo é descrever as características de determinada população ou fenômeno, propiciando, em alguns casos, descobrir associações entre variáveis que levem a uma compreensão mais ampla do problema.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 APRENDIZAGEM PELA EXPERIÊNCIA



Para Lefrançois (2008) a aprendizagem, implica mudanças na capacidade, ou seja, na potencialidade para fazer algo, e também na disposição, inclinação para o desempenho. A evidência de que a aprendizagem aconteceu pode depender também da oportunidade para agir; daí a necessidade de definir a aprendizagem como uma mudança no potencial para o comportamento, em vez de simplesmente uma mudança no comportamento.

Num apanhando inicial, então, pode-se afirmar que o aprendizado pela experiência é um processo que implica uma tomada de consciência (reflexão) pela pessoa das qualidades, formas e resultados de experiências pessoais à medida que ela as vai experimentando, cujo resultado é a construção de conhecimentos, aquisição de habilidades e elevação de seus valores individuais (GODSEY, 2007). Segundo Antonello (2006), pode ser descrita como um processo que inicia com a experiência; avaliação, que conduzirá a um significado próprio, consideradas as metas, objetivos, ambições e expectativas da pessoa; conduzindo a *insights*, descobertas e, por fim, ao entendimento. Os indivíduos assumem seus lugares e a experiência toma significado e forma, somando em relação a outras experiências. Isso é então conceituado, sintetizado e integrado aos sistemas de construção da pessoa, que lhe impõe o mundo pelo qual ela vê, percebe, categoriza, avalia e busca experiência.

Para Silva (2009) estas reflexões ilustram que o processo de aprendizagem é educativo e também está vinculado à prática social, uma vez que as pessoas podem aprender por meio das experiências vividas ao longo da vida, cujo contexto profissional voltado para o desenvolvimento de competências não é apenas um processo lógico, estruturado, mas envolve comportamento, relações sociais, e também um processo reflexivo e introspectivo, que culmina em mudanças nas perspectivas de significado.

Portanto, a aprendizagem experiencial, interminável por natureza, uma vez que fundamentada na experiência que apresenta um caráter dinâmico, pois questionada e alterada em função das novas situações vivenciais, organiza-se em função dos acontecimentos do meio envolvente e da vida cotidianos, sem deixar de considerar, outrossim, os múltiplos contextos em que acontecem,



entendidos como espaços de interação da pessoa consigo própria, com os outros e com o mundo, o que permite a evolução do indivíduo e dá origem a um processo de formação ao longo da vida (CAVACO, 2009; CURADO, 2010).

2.2 GASTRONOMIA E TURISMO

A identidade de um povo, conforme dizem Lemos (2000) e Giustina; Selau (2009), pode ser qualificada pelos sabores, mas também, pelo saber fazer ou transformar um produto a partir de recursos disponíveis que podem ser representados por alimentos, utensílios, equipamentos, artefatos, entre outros.

Já Gimenes (2006) afirma que a abrangência da relação alimentação/cultura não se restringe aos processos relacionados com a manipulação da iguaria a ser digerida, mas se estende aos modos à mesa, bem como aos locais e às maneiras com que a degustação ocorre, fazendo com que o complexo fenômeno da alimentação humana tenha, segundo Ceretta (2012), marcas de mudanças sociais, econômicas e tecnológicas, todos eles representativos de um determinado momento histórico.

A diversidade gastronômica brasileira, escrevem Milagres e Gomes (2014), envolve um conjunto de cores, aromas e sabores variados, o que permite a elaboração de pratos que vão além da função alimentar; marcam a identidade cultural do brasileiro, constituindo-se, de acordo com Gimenes (2015), em elemento fundamental no contexto turístico, pois extrapola o universo da oferta técnica e se consolida como integrante da oferta original e diferencial de um destino quando reconhecida como patrimônio cultural imaterial.

De acordo com Medeiros e Santos (2009), nota-se uma valorização da culinária como oferta turística principal, uma forma de atrair turistas em épocas de menor ocupação. Ela surge, segundo Marujo (2014), como uma 'arma' para identificar um destino, melhorar a imagem do lugar ou combater a sazonalidade.

Neste sentido, Martins, Matias e Paes (2012) dizem que os eventos gastronômicos são importantes para o turismo e para a gastronomia que pode

ganhar novos talentos ou então preservar suas tradições culinárias e históricas; contribuem para ampliar e socializar o conceito da gastronomia, ainda vista por muitos como algo destinado apenas às classes mais altas da sociedade; uma forma de entrar em contato com as novas tendências, conhecer de perto como os *chefs* concebem suas criações, como utilizam os conceitos da gastronomia regional e os ingredientes da terra em pratos mais sofisticados.

A interação do visitante com o local visitado, que segundo Gimenes (2012) deve propiciar a vivência de experiências potencialmente inesquecíveis, cujas memórias irão influenciar positivamente a relação do consumidor com aquilo que é consumido, é mais um resultado do processo de transformação da gastronomia em atrativo turístico. E de acordo com Silva (2013) porque podem proporcionar momentos únicos e memoráveis, com apelo aos cinco sentidos, os *chefs* desempenham um papel predominante no que respeita ao binômio turismo-gastronomia, sobretudo quando se está diante da economia das experiências.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho é uma pesquisa de abordagem qualitativa básica (GODOY, 1995) pela qual se analisa o fenômeno observado, que se serviu da técnica de entrevista, com a formulação de perguntas que seriam básicas para o tema a ser investigado (LALANDA, 1998).

Segundo Alberti (2004), a escolha dos entrevistados deve ser orientada pela sua posição no grupo ou por sua experiência. Por isso, as entrevistas foram realizadas nos dias 25 e 26 de março de 2015 (7ª edição foi realizada 28 e 29 de março) e 30 e 31 de março de 2016 (8ª edição ocorreu em dois e três de abril), com estudantes de curso de tecnólogo em gastronomia que aceitaram os termos do serviço voluntário proposto, passaram pelo processo seletivo e tiveram cem por cento de presença nos dias do evento, respeitando condições essenciais à entrevista qualitativa, descrita por Godoi e Mattos (2006).

O material passou pelo método de análise de conteúdo Campos (2004), de forma a estabelecer-se um melhor entendimento dos temas abordados. De acordo com Minayo (2007), esse tipo de análise pode ser



utilizado em qualquer tipo de pesquisa qualitativa e tem como principal objetivo agrupar ideias, elementos ou expressões obtidas a partir da interação das pessoas envolvidas com o fenômeno pesquisado.

4 RESULTADOS / DISCUSSÃO

4.1 Gastronômix 2015 e 2016

Divulgado como um evento que valoriza o *chef de cuisine*, profissional da área da Alimentação responsável pela concepção, confecção e pelo serviço a ser prestado ao cliente, ocorre no último final de semana do Festival de Curitiba, em 2015 aconteceu nos dias 28 e 29 de março e em 2016 nos dias 02 e 03 de abril, entre 11 e 17 horas, na área térrea, externa e jardim, totalizando treze mil metros quadrados, do Museu Oscar Niemayer no Centro Cívico em Curitiba.

Com entrada no valor de R\$ 10,00 (2015) e R\$ 12,00 (2016), crianças até 05 anos não pagam, as edições 2015 e 2016 apresentaram pratos servidos em porções que variaram em torno de 150 gramas, possibilitando a escolha de mais de uma preparação, cujos preços foram fixados de acordo com o critério de cada *chef* entre R\$ 10,00 e R\$ 20,00.

A escolha dos 25 *chefs* feita pelo curador do Gmix levou em consideração quais restaurantes da cidade e de outros estados e/ou países atuavam conforme os princípios do movimento gastronomia responsável.

Uma vez confirmada a participação, coube a produção de cozinha do evento o contato como *chef* para alinhar o produto a ser servido às diretrizes do Gmix, uma vez que há risco de se repetirem total ou parcialmente as preparações e haver distorções nas quantidades. Além disso, ficou estabelecido o número de credenciais para a equipe de cada um dos *chefs* e a necessidade de que cada barraca providenciasse um número aproximado de 800 porções a serem vendidas por dia.

Em relação à infraestrutura de produção o evento ofereceu a cada convidado participante uma barraca coberta com 2,3m x 2,3m, identificada com o nome do *chef*, do prato a ser servido e do restaurante correspondente, instalada sob uma tenda branca calhada para proteção contra eventuais



chuvas. Dentro de cada barraca foram disponibilizados dois pontos elétricos de 220v, um fogão de alta pressão de duas bocas e o gás necessário para o seu funcionamento, além de uma mesa de 1,80m x 0,90m para apoio. Os demais equipamentos específicos, eventualmente necessários para compor a barraca, deveriam ser providenciados pelo *chef* responsável.

Já para os frequentadores a estrutura física colocada à disposição, nas edições pesquisadas, consistiu em 1787 lugares sentados, sendo 619 lugares no piso superior, dos quais 512 lugares em cadeiras, 72 lugares em bancos e 35 lugares em *louges*, e 1168 lugares no piso inferior, sendo 900 lugares cobertos em cadeiras e 268 lugares sentados descobertos, incluindo área de piquenique.

Por fim, a organização disponibilizou uma equipe de cozinha composta por quatro grupos distintos com funções específicas. A equipe de produção de cozinha, composta por um produtor, um maquinista, um motorista e um estudante voluntário de Gastronomia. A equipe de limpeza, composta por sete auxiliares de serviços gerais, responsáveis pela higienização dos pratos e demais louças da cozinha, além do ambiente de produção. A equipe de traslado, composta por seis colaboradores, responsáveis por transportar os pratos sujos para as cozinhas de apoio e repor os pratos limpos nas barracas dos *chefs*. E por fim, a equipe operacional, que em 2015 e 2016, foi composta, respectivamente, por 29 e 31 estudantes voluntários de Tecnologia em Gastronomia e um professor responsável que os acompanhou no sábado e no domingo.

Durante o evento houve programação paralela com oficinas, aulas show, programação infantil e apresentações teatrais e musicais de artistas locais.

Considerando os envolvidos com o evento e os que adquiriram ingresso, o Gmix teve um público de aproximadamente dez mil pessoas em cada um dos anos pesquisados.

4.2 Razões que levaram os estudantes a trabalhar voluntariamente no evento



Do total de sessenta estudantes de curso de tecnólogo em gastronomia que trabalharam no Gmix em 2015 e 2016, dezessete aceitaram realizar a entrevista.

Destes, doze reuniram as condições estabelecidas nesta pesquisa (aceitaram os termos do serviço voluntário proposto, passaram pelo processo seletivo e tiveram cem por cento de presença nos dias do evento) e, assim, serão apresentadas.

O quadro a seguir apresenta de maneira resumida as razões expostas pelos entrevistados para aceitar os termos do trabalho voluntário desenvolvido no evento gastronômico denominado Gmix, edições 2015 e 2016:

VOLUNTÁRIO 1	É a segunda vez que participo do Gmix. Na primeira não tinha muitas expectativas... o que me levou foi o entrosamento com a turma que ia participar e o desejo de trabalhar com determinado <i>chef</i> convidado. Agora, o que me faz ir novamente é o desafio de poder fazer melhor, compreender as determinações e corresponder às expectativas dos superiores. A quantidade de trabalho é enorme e a tensão que isso gera em todos os envolvidos nos fortalece enquanto profissionais. A cozinha de preparação tem um trabalho puxado, que exige força física e mental nos dois dias do evento.
VOLUNTÁRIO 2	Acredito que o Gastronomix abre grandes portas de encontros entre estudantes e profissionais da área. Espero ter a oportunidade de aplicar meus conhecimentos de cozinha, mas também em outros ramos da gastronomia já que o evento é diversificado. Vou pronto para aproveitar a oportunidade de ser conhecido.
VOLUNTÁRIO 3	Desde as primeiras semanas de aula ouvimos os veteranos falando sobre o Gastronomix. Há muitas histórias sobre pessoas que não aguentaram o ritmo de trabalho, as exigências dos <i>chefs</i> , os quilos e mais quilos de cebola, batata, abobrinha pra descascar... enfim, o que é trabalhar verdadeiramente em uma cozinha de um evento grande. Como escolhi o curso pelo prazer que tenho pela cozinha, trabalhar no Gastronomix é uma realização profissional. Ainda que esteja no primeiro semestre do curso espero poder realizar as tarefas a mim conferidas da melhor forma possível, seguindo as orientações dos profissionais que me guiarão.
VOLUNTÁRIO 4	Quando março chega, o Gastronomix vira assunto dentro do curso de gastronomia. A expectativa é ter uma experiência prática, de poder vencer os desafios que o evento proporciona. Além disso, ter a oportunidade de estar neste evento trabalhando com inúmeras pessoas, partilhando experiências e histórias, e adquirindo muito conhecimento com pessoas que vivem a gastronomia. Ver acontecer um evento deste porte, e poder vivenciá-lo por trás daquilo que a maioria das pessoas nem sequer imaginam.
VOLUNTÁRIO 5	Minha terceira vez no Gmix. Ser voluntário novamente me dará a chance de aumentar minha experiência, já que o Gmix mostra a pura realidade de como é um evento gastronômico. Além disso, poder mostrar meu aprendizado na cozinha e conhecer novos <i>chefs</i> que estão atuando no mercado de trabalho, saber sobre suas trajetórias



	ao longo do tempo, fora as dicas que dão são os motivos que me levaram, mais uma vez, a ser um voluntário.
VOLUNTÁRIO 6	O Gmix é minha primeira oportunidade de trabalhar em um evento que reúne milhares de pessoas. Estar perto de profissionais conhecidos, referências no ramo, por si só, já é uma experiência. O desafio de trabalhar por longas horas e dias seguidos também é uma oportunidade de validar a escolha profissional que fiz.
VOLUNTÁRIO 7	Vejo no evento uma oportunidade de aprendizagem com <i>chefs</i> , cozinheiros e organizadores que permite-me desenvolver novas habilidades com quem é referência na gastronomia. Além de ampliar meu networking, podendo mostrar o meu trabalho a terceiros.
VOLUNTÁRIO 8	A expectativa de trabalhar com uma das <i>chefs</i> convidadas. Tenho uma admiração especial pelo trabalho desenvolvido por ela e ter a chance de vê-la em ação, e mais, em ser orientada por ela é a razão de ter feito a inscrição para participar do Gmix.
VOLUNTÁRIO 9	Trabalhar e lidar com pessoas não é fácil, ainda mais em uma cozinha onde sempre haverá divergências de pensamentos e opiniões. Acredito que o Gastronomix, por reunir muitas pessoas na equipe de apoio aos <i>chefs</i> , fará com que haja interação e fortalecimento das relações, o que será uma experiência enriquecedora. Lidar no dia a dia do ritmo de uma cozinha, a pressão da saída dos pratos com agilidade e eficiência, o improvisar, o aprender com os mais experientes faz com que o conhecimento seja muito maior.
VOLUNTÁRIO 10	Algo que sempre se fala nos encontros de alunos de gastronomia é sobre as experiências tidas no Gastronomix. A correria, a pressão, a tensão que antecede o evento, o trabalho de preparação, a disposição de fazer o que é preciso, o contato com o <i>chef</i> , os estágios que surgem de um bom desempenho, os que não aguentaram e desistiram no primeiro dia, os que não foram no domingo, tudo isso se fala do Gastronomix. E aí é você não vai? É como uma prova de fogo que todo cozinheiro precisa passar. O desejo de viver isso é a razão!!
VOLUNTÁRIO 11	Atuar profissionalmente com pessoas conhecidas no mercado de trabalho, que tem uma realidade diferente da nossa de estudante, é o que me fez ser voluntário.
VOLUNTÁRIO 12	Minha segunda vez como voluntário no Gastronomix. Meu objetivo neste ano é me destacar e poder trabalhar com determinada <i>chef</i> , pois ano passado alguns alunos que foram bem receberam convite para trabalhar logo após se formar. Quero ver se consigo dar este salto profissional e ter a oportunidade de trabalhar no restaurante dela.

Quadro 1 - Principais razões citadas pelos voluntários para participar voluntariamente do Gmix nos anos de 2015 e 2016:

Fonte: Os autores.

A partir dos argumentos expostos pelos entrevistados verifica-se que a razão que se sobressai é ter contato com um *chef*. Neste sentido, os voluntários 1, 5, 6, 8, 10 e 11, de alguma maneira fizeram referência a este personagem.

Em segundo plano, o contexto em que o evento acontece, isto é, sua grandeza, o alto índice de exigência física e mental para suportar o trabalho, a



pressão para realizar as tarefas de acordo com as expectativas e no tempo adequado, foi mencionado pelos estudantes 1, 3, 6, 9 e 10.

Por fim, em um terceiro nível, a influência do meio acadêmico e dos colegas aparece como uma razão. Os entrevistados 1, 3, 4 e 10 mencionaram, de diferentes formas, que conversas entre estudantes sobre o evento, de alguma forma, aguçaram a curiosidade sobre ele e os influenciaram na escolha.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pelo evento gastronômico o Turismo proporciona uma experiência do gosto de um prato, saboreado em condições e locais especiais. Fixa, assim, na memória do turista um momento, um relacionamento, além de beneficiar econômica e emocionalmente a comunidade que o proporciona, seja por lhe trazer dividendos, seja por lhe aumentar a autoestima de ser capaz de oferecer uma experiência única.

Conforme o objetivo específico proposto a pesquisa descreveu, sob o ponto de vista da produção de cozinha, o evento Gmix. Nesse sentido puderam-se verificar as condições de infraestrutura e operacionais oferecidas aos *chefs* participantes, inclusive, no que se refere às equipes de apoio.

Já sob o objetivo geral de identificar os motivos que conduziram os estudantes a trabalhar voluntariamente do Gmix a oportunidade de trabalhar com *chefs* conhecidos, o contexto do evento e a influência que os colegas e amigos exercem foram as razões mais citadas.

Como principal limitação há que se considerar que a pesquisa contou com uma amostra pequena, tendo em vista os critérios adotados.

REFERÊNCIAS

ANTONELLO, C. S. **Aprendizagem na ação revisitada e sua relação com a noção de competência.** Revista Comportamento Organizacional e Gestão, vol. 12, n. 2, 2006.

ALBERTI, Verena. **Manual da história oral.** Editora FGV. Rio de Janeiro, 2004. 234p.



CAMPOS, C.J.G. Método de Análise de Conteúdo: ferramenta para análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Revista Brasileira de Enfermagem**. DF, 2004.

CAVACO, C. Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências: Complexidade e novas atividades profissionais. Sísifo. **Revista de Ciências da Educação**, 2, 2007.

CURADO, F. C. S. F. **Do professor do ensino secundário a formador de RVCC**. Dissertação Mestrado em Ciências da Educação, Universidade de Lisboa, 2010.

CERETTA, Caroline C. Eventos de Marca: Evidências de valor turístico na gastronomia regional do Rio Grande do Sul/Brasil. *In: Revista Rosa dos Ventos*, v. 4 (I), p. 89-99, jan.-jun., 2012.

GARAVAN, T. N.; MCGUIRE, D. (2001). Competencies and workplace learning: Some reflections on the rhetoric and the reality. **Journal of Workplace Learning**, 13(3), 144-163, 2011.

GASTAL, Susana. & PERTILE, Krisciê. As Comidas de Rua entre Fixos e Fluxos. *In: X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, Universidade de Caxias do Sul*. Anais, 2013.

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: IV Seminário de Pesquisa e Turismo do MERCOSUL*. Caxias do Sul, 2006.

GIMENES, Maria. H. G. M. Você tem sede de quê? Contextos da Alimentação – **Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade**, Vol. 1, nº. 1, 2012.

GIMENES, Maria. H. G. M. Para turista ver (e provar): usos do patrimônio gastronômico no contexto do turismo. **Tessituras**, Pelotas, v. 3, n. 2, p. 175-194, jul./dez., 2015.

GODOI, C. K.; MATTOS, P.L.C.L. Análise de entrevistas não-estruturadas: da formalização à pragmática da linguagem. *In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DEMELLO, R.; SILVA, A. B.. (Org.). Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais: Paradigmas, Estratégias e Métodos*, 2006. 460p.



Giustina, A. P. D. D., Selau, M. S. A culinária como patrimônio imaterial. **Cadernos do CEOM**, 23 (31), 45-67, Rio de Janeiro, 2009.

GODOY, A. S. A pesquisa qualitativa e sua utilização em Administração de Empresas. **Revista de Administração de Empresas**. Vol. 35, N. 4. São Paulo, 1995.

GODSEY, M. Ethics education: Let the adventure begin! **Journal of Business Ethics Education**, 4 (16495195), 55-77, 2007.

ILLERIS, K. What do we actually mean by experiential learning? **Human Resource Development Review**, 6(1), 84-95, 2007.

JENNINGS, C. Learning on the job. **Global Focus**, 4(1), 30-33, 2010. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/338598274?accountid=14643>.

JENNINGS, C.; WARGNIER, J. Experiential learning - a way to develop agile minds in the knowledge economy? **Development and Learning in Organizations**, 24(3), 14-16, 2010.

LALANDA, Piedade. Sobre a metodologia qualitativa na pesquisa sociológica. **Análise Social**, vol. XXXIII (148), Lisboa, 1998 (4.º), 871-883.

LEFRANÇOIS, G. R. **Teoria da Aprendizagem**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

LEMOES, Carlos. A. C. **O que é patrimônio histórico**. São Paulo: Brasiliense, 2000. 115p.

LYONS, P. Training for template creation: A performance improvement method. **Journal of European Industrial Training**, 32(6), 472-489, 2008.

MARTINS, Samara F; MATIAS, Esdras M; PAES, Tais A A. Festivais Gastronômicos: Um Estudo da Versão 2011 do Brasil Sabor em João Pessoa-PB. . In: **VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Universidade de Caxias do Sul**. Anais, 2012.

MARUJO, Maria N. Turismo e eventos culturais: a Festa da Flor na Ilha da Madeira e as motivações dos turistas. **Investigaciones Turísticas**. N° 7, enero-junio 2014, pp. 71-86).

MEDEIROS, Mirna L.; SANTOS, Eliana M. Festivais Gastronômicos em Belo Horizonte – MG. Considerações sobre os reflexos gerados nos



empreendimentos envolvidos. **CULTUR – Revista de Cultura e Turismo** - ano 03 – n. 02 – abril/2009 – Edição Especial).

MENESES, T. C. V. **Queimaduras em Pediatria e Aprendizagem Experiencial das Famílias**. Dissertação Mestrado em Ciências da Educação, Universidade de Lisboa, 2007.

MERRIAM, Sharan. **Qualitative Research and Case Study Applications in Education**. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1998. 304p.

MILAGRES, Vanessa R.; Costa, Rejane S. O.; GOMES, Sérgio. B. Planejamento Operacional da Gastronomia como Fator de Valorização da Identidade Regional no Brasil. *In: XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, Universidade do Estado do Ceará. Anais, 2014.

MINAYO, Maria C. S. **Desafio do Conhecimento: Pesquisa Qualitativa em Saúde**. 10.ed. São Paulo: Hucitec, 2007, p. 406.

NAQUIN, C.,S.; HOLTON, ELWOOD F., I.,II. Leadership and managerial competency models: A simplified process and resulting model. **Advances in Developing Human Resources**, 8(2), 144-165, 2006.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 334p.

SILVA, A. B. **Como os Gerentes Aprendem?** São Paulo: Editora Saraiva, 2009.

SILVA, R. M. da. **Aprendizagem e competências de gestores da Superintendência Regional do Nordeste da INFRAERO**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2008.

SILVA, S. R. L. B. **O património gastronômico regional enquanto fator de valorização da experiência turística: O caso da indústria hoteleira de cinco estrelas no Algarve**. Dissertação para obtenção do grau de Mestre em Turismo e Culturas Urbanas, Universidade do Algarve, Pt., 2013.

TOMIMATSU, C. E.; FURTADO, S. M. **Formação em gastronomia - Aprendizagem e Ensino**. São Paulo: Ed. Boccato (2011).

VERGARA, Sylvia. C.; CALDAS, Miguel. P. Paradigma Interpretacionista: A Busca da Superação do Objetivismo Funcionalista nos Anos 1980 e 1990. São



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Paulo: **RAE – Revista de Administração de Empresas**, v. 45, n. 4, p. 66-72,
out./dez., 2005.