

## O ESTUDO DE CASO NA PESQUISA EM TURISMO: UMA ABORDAGEM METODOLÓGICA

Noémi Marujo<sup>1</sup>

### RESUMO

O estudo do turismo como campo académico está em crescimento. Observar e analisar o fenómeno turístico para compreendê-lo constitui um factor essencial para obter conhecimento sobre o turismo. Na pesquisa em turismo, o método do estudo de caso desempenha um papel relevante na produção de novos conhecimentos, na criação de hipóteses ou proposições. Por outro lado, permite que o investigador possa testar teorias existentes. É o tema da investigação, a natureza do problema colocado e os objetivos da pesquisa que determinam a escolha do investigador pelo método do estudo de caso. O presente artigo pretende analisar a importância do método do estudo de caso para a pesquisa em turismo. Apresenta-se as principais vantagens do método e os tipos de estudo de caso que podem ser aplicados nos estudos turísticos. Para atingir o objetivo, usou-se como suporte metodológico a revisão bibliográfica sobre a referida temática.

**PALAVRAS-CHAVE:** TURISMO. PESQUISA. ESTUDO DE CASO. METODOLOGIA.

---

<sup>1</sup> Professora da Universidade de Évora. Doutorada em Turismo, Mestre em Sociologia e Licenciada em Comunicação Social. Directora da Licenciatura em Turismo da Universidade de Évora (Portugal). Investigadora integrada do CIDEHUS e Membro da Comissão de Curso do Mestrado em Turismo e Desenvolvimento de Destinos e Produtos (Universidade de Évora). E-mail: noemi@uevora.pt

## INTRODUÇÃO

O conteúdo e a escala do turismo como um fenômeno global de produção e consumo, para além da complexidade da sua interação com os diferentes ambientes, sociedades e culturas, justificam a atenção académica (Sharpley, 2011). Não é possível entender o turismo e a investigação social fora das sociedades modernas e tão pouco se podem conceber as sociedades modernas sem o turismo e a investigação social (Brito, 2007). O turismo “é uma plataforma de pensamento baseada no conhecimento que a vê como um todo ou um sistema com a finalidade de compreender as suas estruturas e funções subjacentes” (Peral e Gil, 2013, p. 36).

O turismo possui uma natureza complexa e, por isso, requer vários métodos e disciplinas que interatuam para produzir conhecimentos que possam contribuir para uma maior compreensão do fenómeno (Korstanje, 2015). De facto, não existe um quadro geral de métodos e técnicas utilizadas nas investigações em turismo, pois “há uma infinidade de procedimentos metodológicos que variam conforme a disciplina na qual o estudo se desenvolve” (Rejowski, 1999, p. 49). Para esta autora os investigadores, para além dos recursos metodológicos que possuem na sua área específica, necessitam de saber da existência de outros métodos, os quais podem ser mais adequados ao objeto de estudo de determinado tema em turismo.

Ao longo das últimas décadas, a área do turismo passou por rápidas mudanças no enfoque da investigação e sofisticação metodológica (Xiao e Smith, 2006). As mudanças na investigação turística podem ser mapeadas à volta de uma série de linhas de pesquisa relacionadas com duas questões: como investigamos e o que investigamos (Tribe e Airey, 2007). Segundo estes autores, a pesquisa em turismo percorreu, em meados de 1960, um longo caminho desde os primeiros desenvolvimentos na identificação e delimitação de uma área temática específica. No início dos anos 70 do século passado, o turismo foi descoberto por cientistas sociais e tornou-se um espaço legítimo para a

pesquisa sistemática (Dann *et al*, 1988). Hoje, a pesquisa desenvolve-se por novos caminhos e procura especialmente a sistematização de um corpo teórico para o turismo (Marujo, 2013).

Nos últimos anos emergiram algumas obras que procuram dar um maior contributo para o desenvolvimento teórico e conceptual do turismo como, por exemplo, as obras de Phillimore e Goodson (2004); Netto (2005); Tribe e Airey (2007); Ateljevic *et al* (2007); Jamal e Robinson (2009); Pearce e Bultler (2010); Nechar e Netto (2010); Pearce (2012); Hsu e Gartner (2012). Tal facto aponta, de certa forma, para a maturidade e sofisticação crescentes no campo do turismo (Ritchie *et al*, 2005), que tanto pode ser entendido como um fenómeno económico, social, histórico, geográfico e cultural. Daí, que o seu objecto de estudo seja analisado em diferentes perspectivas que vão, essencialmente, desde a Sociologia, à Antropologia, à Geografia, à Economia e à Psicologia.

As investigações que usam o método do estudo de caso como estratégia fazem, essencialmente, parte da história da investigação qualitativa (Souza *et al*, 2015). Estes autores atestam que o “aumento da investigação qualitativa com foco no estudo de caso, tem contribuído para a discussão sobre a qualidade da investigação desta natureza e sua relação com a viabilidade temporal dos estudos a nível de mestrado e de doutoramento” (Souza *et al*, 2015, p. 144). No entanto, o estudo de caso pode ser usado numa investigação qualitativa ou quantitativa (Stake, 1995; Yin, 2005). Assim sendo, e no caso do turismo, o estudo de caso pode ser baseado em evidências qualitativas e quantitativas. Ou seja:

O estudo de caso é um método que usualmente combina dados qualitativos e quantitativos (...) O uso da combinação de métodos será utilizado devido à complexidade dos fenómenos e para triangular melhor a validade (Finn *et al*, 2000, p. 81).

O presente artigo pretende analisar a importância do método do estudo de caso para a investigação turística. Para atingir o objetivo, usou-se como suporte metodológico a revisão bibliográfica sobre a referida temática.

## O ESTUDO DE CASO NA PESQUISA EM TURISMO

O objetivo do estudo de caso consiste em descrever os factos como sucederam, narrar situações, proporcionar conhecimento acerca do fenómeno estudado e comprovar ou contestar efeitos e relações presentes no caso (Guba e Lincoln, 1994). Assim, o que define um estudo de caso não é apenas a metodologia que adota, mas o objeto que tem de ser “único, específico, diferente e complexo” (Mertens, 1998, p. 166). Logo, como afirma Stake (1995), não se estuda um caso para compreender outros casos, mas sim para compreender o caso. Ou seja, o método do estudo de caso refere-se a uma análise rigorosa de uma situação específica e, portanto, ele tem como principal objectivo a preservação do carácter unitário do objecto estudado pelo investigador. Segundo Dooley (2002) investigadores de diferentes áreas usam, cada vez mais, o método de investigação do estudo de caso para desenvolverem teoria, produzirem nova teoria, contestarem ou desafiarem a teoria, para explorarem ou descreverem um objecto ou um fenómeno ou, ainda, para explicarem uma situação.

Para Gil (2009), o estudo de caso compreende as seguintes características: é um delineamento de pesquisa e, portanto, não pode ser confundido com uma técnica para recolha de dados; investiga um fenómeno contemporâneo; preserva o carácter unitário do fenómeno investigado; não separa o fenómeno do seu contexto; é um estudo em profundidade; requer a utilização de múltiplos procedimentos de recolha de dados. Segundo Souza *et al* (2015), um dos factores que personaliza o estudo de caso é, especialmente, o facto de ele ser comprometido com uma visão holística profunda e completa do fenómeno em estudo.

Stoecker (1991), numa análise crítica sobre a aplicação do estudo de caso nas ciências sociais, concluiu que o referido método tem sido erroneamente criticado. Mas segundo este autor, o estudo de caso é o melhor caminho pelo qual um investigador “pode alimentar a teoria geral e aplicar intervenções eficazes em situações complexas” (Stoecker, 1991, p. 109). O estudo de caso permite gerar novos saberes sobre o assunto quando o conhecimento existente é insuficiente e incompleto (Yin, 2005). De facto, este

método “tem um lugar de honra entre os métodos actualmente ensinados e praticados nas ciências sociais. Mas isso está longe de ser evidente” (Gerring, 2007, p. 5). Ou seja, segundo este autor, o método do estudo de caso é visto pela maioria dos metodólogos com extrema precaução (Gerring, 2007). No entanto, ele apresenta vantagens para determinados tipos de investigação como, por exemplo, no turismo.

O estudo de caso envolve um assunto mais focado e aprofundado do que a simples investigação de um qualquer fenómeno. Examina a dinâmica de uma situação no contexto com o mundo real do caso sem tentar necessariamente generalizar ou identificar padrões que possam ser aplicados a outras situações ou a uma população mais alargada (Smith, 2010). Para Yin (2005), o estudo de caso como estratégia de pesquisa compreende um método que abrange tudo, ou seja, trata da lógica do planeamento, das técnicas de recolha de dados e das abordagens específicas à análise dos mesmos. O autor refere que:

Os estudos de caso representam a estratégia preferida quando se colocam questões do tipo ‘como’ e ‘por que’, quando o investigador tem pouco controle sobre os acontecimentos e quando o foco se encontra em fenómenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real (Yin, 2005, p. 19).

Yin (2005) define três tipos de estudo de caso para a pesquisa: explanatórios, descritivos e exploratórios. Por outro lado, Gil (2009) classifica os estudos de caso em exploratórios, descritivos, explicativos e avaliativos. Nos exploratórios, o investigador faz um estudo aprofundado, mas não obtém uma resposta final, ou seja, fica em aberto. A finalidade dos estudos exploratórios é, essencialmente, definir as questões ou hipóteses para uma investigação posterior (Yin, 2005). Os descritivos estão associados aos estudos de um fenómeno e são enfatizados através das questões ‘como?’ e ‘o quê?’. Ou seja, envolvem a descrição completa do fenómeno inserido no seu contexto. Nos explicativos, o investigador estuda o problema. Ou seja, o investigador procura informação que possa possibilitar o estabelecimento de relações de causa-efeito. Os avaliativos envolvem a descrição e explicação, mas também o julgamento (Gil, 2009). Para Stake (1995) há três tipos de estudo de caso: a) o estudo de caso intrínseco que procura conhecer e aprender acerca de um único fenómeno; b) o estudo de caso instrumental que procura estudar um

caso particular em que o objectivo final consiste em compreender e aprofundar a questão do fenómeno; c) o estudo de caso colectivo que compreende o estudo de casos múltiplos com a finalidade de produzir uma análise mais ampla de uma visão particular.

Tribe e Airey (2007) argumentam que o turismo (como a pesquisa em outras áreas) está sujeito a uma dupla seletividade. Esta situação ocorre em dois pontos que se relacionam ao 'quê' e ao 'como' de uma investigação. Segundo estes dois autores, quando um investigador se dirige para o mundo do turismo uma primeira seleção surge e, portanto, o cenário de uma área de interesse ou problema toma lugar. Seleciona, deste modo, aspetos a considerar e outros que são excluídos. Mas, uma segunda seleção ocorre e o processo de investigação continua onde o investigador seleciona o problema para ser abordado. Ou seja:

Que métodos serão utilizados e que disciplinas serão utilizadas para questionar o problema? O olhar do investigador e a sua dupla seletividade é o caminho da compreensão dos resultados e padrões da pesquisa turística (Tribe e Airey, 2007, p. 7).

O estudo de caso tem sido utilizado extensivamente na pesquisa em turismo (Beeton, 2005; Xiao e Smith, 2006; Altinay e Paraskevas, 2008; Smith, 2010). Aliás, segundo alguns autores, "o estudo de caso domina a literatura dos estudos em turismo" (Botterill e Platenkamp, 2012, p. 20). Para estes dois autores, este domínio deve-se essencialmente ao facto das disciplinas académicas mais influentes no surgimento dos estudos em turismo terem sido atraídas pelo método do estudo de caso como, por exemplo, a Geografia. Uma das razões para o crescimento da popularidade do método do estudo de caso na investigação em turismo está relacionada com o facto de este método proporcionar uma melhor compreensão de certos fenómenos que não poderiam ser obtidos através de outros métodos. Por outro lado, pode fornecer uma descrição mais pormenorizada do contexto do fenómeno em estudo (Smith, 2010).

Um dos primeiros livros a ser publicado na área intitula-se "*Case Studies in Tourism*", em 1978, do autor Roger Doswell. O livro aborda as incertezas, ambiguidades e controvérsias que podem fazer do turismo um assunto confuso (Haywood, 1978). De facto, o enorme debate académico que existe sobre a verdadeira essência do turismo

remete-nos para uma complexidade e abrangência do fenómeno turístico. Abrangente porque o turismo é estudado por distintas ciências sociais. Complexo porque não existe uma definição consensual para o turismo, mas sim um conjunto de várias investigações para responder à questão: “o que é o turismo” (Przeclawski, 1993, p. 9). No livro de Roger Doswell, as respostas e problemas para as questões do turismo são procurados através dos estudos de caso, e “cada capítulo está em aberto no sentido em que não há uma resposta certa ou uma solução segura” (Haywood (1978, p. 361).

A aplicação do estudo de caso, a sua natureza de desenvolvimento e a sua posição epistemológica na pesquisa em turismo são refletidas através das análises críticas desta abordagem no campo emergente do conhecimento em turismo (Xiao, 2010). Segundo este autor, o problema com o estado teórico da arte está relacionada, sobretudo, com o facto de muitos pesquisadores manterem a produção de estudos de caso para dar resposta às diversas variações da atividade turística. Logo, o autor considera que:

reflexões metodológicas sobre o estado da arte sugerem que os investigadores em turismo se envolvam em estratégias alternativas ou inovadoras mais do que continuarem a produzir muitos estudos de caso com um valor científico limitado (Xiao, 2010, p. 121).

Por outro lado, e no caso do estudo de caso, o uso de diversas técnicas de recolha de dados podem ajudar a melhorar a qualidade da investigação (Yin, 2005; Gil, 2009). A utilização diversificada de técnicas “reduz o viés, promove informações adicionais, possibilita a realização da triangulação e aumenta a qualidade das conclusões” (Souza *et al*, 2015, p. 149).

No turismo, o estudo de caso “é uma estratégia legítima e útil para compreender situações complexas, tais como aquelas onde o enfoque do estudo não pode ser facilmente separado do contexto alargado do fenómeno ou do problema a ser estudado” (Smith, 2010, p. 198). Numa investigação em turismo, a estratégia metodológica baseada no estudo de caso pode ser entendida como “uma pesquisa empírica que investiga um fenómeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenómeno e o contexto não estão claramente definidos” (Yin, 2005, p. 32).

Segundo este autor, a investigação do estudo de caso beneficia do desenvolvimento prévio de proposições teóricas para conduzir a coleta e a análise de dados.

Os estudos de caso em turismo, tal como em outros campos das ciências sociais, têm sido erroneamente considerados como uma abordagem fraca para a criação de conhecimento científico social (Xiao, 2010). Na maioria dos estudos de casos da pesquisa em turismo (publicados em revistas acadêmicas ou apresentados em congressos de turismo) “esta metodologia é raramente discutida, debatida ou defendida, indicando uma falta de confiança na sua utilização, mesmo por aqueles que empregam essa abordagem” (Beeton, 2005, p. 47). Porém, e ao contrário do que muitos investigadores possam pensar, ela apresenta vantagens. Os principais pontos fortes do estudo de caso na investigação em turismo estão relacionados com a sua capacidade para explorar processos sociais à medida que eles se desenvolvem nas organizações; com a exploração de processos ou comportamentos que são pouco compreendidos; com a sua importância na investigação transnacional para compreender os significados ligados a comportamentos específicos (Finn *et al*, 2000).

Segundo Beeton (2005), existe um número de aspectos do estudo de caso que justificam o seu uso como uma ferramenta metodológica válida na investigação em turismo. Ou seja, segundo a autora, a aplicação do estudo de caso nos estudos em turismo apresenta as seguintes vantagens: pode explicar porque é que uma inovação funcionou ou falhou; tem a vantagem de uma visão prévia que pode ser relevante no presente e no futuro; pode ilustrar as complexidades de uma situação reconhecendo mais do que um factor contributivo; mostra a influência de personalidades e políticas num determinado tema; pode mostrar a influência da passagem do tempo através de estudos longitudinais; o leitor pode ser capaz de aplicá-lo à sua situação; pode avaliar alternativas não escolhidas; pode utilizar informação de diversas fontes; pode apresentar a informação numa larga variedade de modos; pode esclarecer um problema geral através da análise de uma instância específica (Beeton, 2005). Por isso, “o estudo de caso na pesquisa em turismo é tão rigoroso e sistemático como os outros métodos” (Xiao, 2010, p. 124). Stake (1995) referiu igualmente a vantagem desta abordagem como o ‘estudo do particular’, o qual envolve a natureza, cenários históricos, os locais físicos,

assim como os contextos socioculturais de um caso específico. Neuman (2009) também refere que os estudos de caso são eficientes para uma pesquisa cruzada e são também úteis para os investigadores analisarem do nível micro ao nível macro o assunto em causa.

O mérito especial do método do estudo de caso, na investigação turística, pode ser sintetizado da seguinte forma: capacidade para colocar organizações, pessoas, eventos e experiências no seu contexto social e histórico; o caso único ou um número limitado de casos oferece um conjunto de dados de gestão fácil, sobretudo, quando os recursos são limitados; habilidade para tratar o objecto de estudo como um todo, mais do que abstrair um conjunto limitado de aspectos; os métodos múltiplos – triangulação – estão implícitos e constituem um ponto forte; não existe necessidade de generalizar a uma determinada população alargada; a flexibilidade na estratégia da recolha dos dados permite aos investigadores adaptar a sua estratégia de investigação de acordo com o desenvolvimento da pesquisa (Veal, 2006). O autor identificou alguns cenários do estudo de caso que podem ser aplicados na investigação em turismo (Tabela I).

**Tabela I** – Cenários para a pesquisa do estudo de caso no turismo

<b>Tipo</b>	<b>Propósito da Pesquisa</b>	<b>Resultados do Estudo de Caso</b>
<b>Pesquisa Explanatória</b>	Testa uma teoria simples	O estudo de caso confirma a aplicabilidade numa única situação ou, em alternativa, levanta dúvidas em relação à aplicabilidade da teoria e sugere modificações ou alternativas.
	Testa teorias alternativas/ competitivas	O estudo de caso demonstra que uma teoria é melhor que outra numa situação particular, ou que não funciona.
	Desenvolve teoria onde ela não existe	A tarefa do estudo de caso é sugerir uma possível teoria.
<b>Pesquisa Avaliativa</b>	Testar a eficácia de uma política única	O estudo de caso confirma a eficácia dum política em pelo menos uma situação, ou, em alternativa, levanta dúvidas sobre a eficácia da política e possivelmente sugere modificações ou alternativas.
	Testa políticas alternativas/ competitivas	O estudo de caso demonstra que uma política é mais efectiva do que outra numa situação particular, ou que não funciona.
	Estabelece a necessidade de medidas políticas	O estudo de caso estabelece os problemas actuais e as suas prováveis causas e sugere a necessidade de uma acção política.

Fonte: Veal (2006: 110)

A abordagem do estudo de caso na investigação em turismo pode proporcionar uma riqueza e singularidade dos dados, bem como conter detalhes problemáticos de descrições de acontecimentos que podem ter pouca relevância fora da organização a ser investigada (Finn *et al*, 2000). Os autores consideram que o principal objectivo consiste em compreender as características específicas e únicas do caso, mas também desenhar uma análise que tenha uma aplicabilidade alargada. Na pesquisa em turismo, o estudo de caso tem a vantagem de ser adequado nas abordagens quantitativas hipotético-dedutivas e no paradigma holístico-indutivo da pesquisa turística, demonstrando uma flexibilidade não evidente em outros modos de pesquisa alternativos (Jennings, 2010). Smith (2010) classificou o estudo de caso na investigação turística em quatro modelos:

a) Modelo de caso simples: explora um fenómeno, história ou evento particular. Ele pode ser um evento único ou extremo, ou pode ser algo que o investigador considera reflectir padrões ou histórias que possam ser encontradas em situações parecidas noutros locais ou tempos.

b) Modelo de caso inserido (encaixado): é um tipo especial de um estudo de caso simples. Um modelo de caso inserido também explora um fenómeno simples, mas envolve duas ou mais unidades de análise, tal como dois hotéis dentro da mesma cadeia.

c) Modelo de caso hierárquico: é um tipo especial de modelo de caso inserido. Compara um subconjunto de uma entidade maior com a entidade maior. Podemos usar um modelo hierárquico se quisermos avaliar os problemas de gestão ou estratégia num ou mais museus e compararmos com todos os museus de uma zona metropolitana.

d) Modelo de caso múltiplo: Difere de um modelo de caso inserido, em que cada caso é tratado como um estudo separado no estudo geral. Um modelo de caso múltiplo trata cada caso como um estudo separado e considera avaliar padrões comuns, processos ou resultados.

O estudo de caso envolve o estudo de um exemplo - um caso - do fenómeno a ser pesquisado. Portanto, o objectivo é tentar compreender o fenómeno turístico recorrendo ao estudo de exemplos singulares. Os casos podem consistir em indivíduos, em comunidades, em regiões ou países, em organizações, em lugares ou projectos. Por

isso, os estudos de caso são centrais à maior parte das pesquisas em humanidades e ciências sociais e são certamente adequados na pesquisa turística (Beeton, 2005). Os estudos de caso na investigação em turismo são usados em contextos ou situações tão diversas como, por exemplo, no planejamento e desenvolvimento do turismo; nas percepções da comunidade sobre os impactos do turismo; nas formas alternativas da experiência turística; no *marketing* do destino e imagem; na segmentação e mercados turísticos; no turismo cultural; nas relações entre turistas e anfitriões e nos festivais e eventos (Xião, 2010). A opção por este método de análise, numa investigação em turismo, deve-se ao facto dele consistir essencialmente:

no exame intensivo, tanto na amplitude como em profundidade, e utilizando todas as técnicas disponíveis, de uma amostra particular, seleccionada de acordo com determinado objectivo, de um fenómeno social, ordenando os dados resultantes de forma a preservar o carácter unitário da amostra (Almeida e Pinto, 1995, p. 95).

Sintetizando, o estudo de caso permite ao investigador “a possibilidade de se concentrar num caso específico ou situação e de identificar, ou tentar identificar, os diversos processos interactivos em curso” (Bell, 2004, p. 23). Como qualquer outra forma de investigação subjetiva, o estudo de caso coloca vários desafios e riscos. A intrínseca subjectividade da análise e interpretação significa que os investigadores devem precaver-se activamente contra os erros de confirmação e narrativa (Smith, 2010).

## CONCLUSÃO

Na pesquisa em turismo, o estudo de caso é utilizado por diversos investigadores, especialmente, das áreas da sociologia, da geografia, da antropologia, da psicologia e da economia. A finalidade do método do estudo de caso consiste em obter uma grande compreensão do fenómeno turístico na sua totalidade e, portanto, ele pode constituir uma contribuição importante para o desenvolvimento científico dos estudos em turismo.

Ele permite aos investigadores observar, entender, analisar e descrever uma determinada situação real.

O método do estudo de caso, na pesquisa em turismo, abrange vectores descritivos, explicativos e exploratórios, na medida em que pretende responder a questões de partida que se preocupam com a evolução de um fenómeno turístico no seu contexto. Trata-se, de facto, de uma metodologia em que o investigador observa, questiona e estuda o objecto de análise em profundidade. Permitirá, portanto, uma melhor compreensão do caso específico que irá ser abordado, o que fará com que o investigador obtenha um conhecimento científico, técnico e prático da realidade em causa.

No campo do turismo, os estudos de caso têm sido usados para tratar de uma multiplicidade de temas e questões. No turismo quase tudo pode ser um caso: um grupo de turistas, uma tipologia de turistas, uma comunidade, uma organização turística, etc. O objectivo principal é que o investigador procure compreender a dinâmica de um determinado fenómeno a partir da sua singularidade. Por outro lado, os estudos de caso têm contribuído para o estado teórico e metodológico da arte da investigação. Numa investigação em turismo, este método desempenha um papel relevante na criação de novos conhecimentos, na produção de hipóteses ou proposições e permite, ainda, testar teorias existentes. Os estudos de caso “podem ser úteis para obter informações para o planeamento de investigações importantes e podem servir como criadores de hipóteses” (Pizam, 1994, p. 98).

Sublinhe-se que na pesquisa turística, tal como em todas as outras áreas, o investigador deve optar pelo método que ele considera mais apropriado para o seu objeto de estudo. É o tema da investigação, a natureza do problema colocado e os objectivos da pesquisa que determinam a escolha do investigador pelo método do estudo de caso.

## THE CASE STUDY IN TOURISM RESEARCH: A METHODOLOGICAL APPROACH

### ABSTRACT

The study of tourism as an academic field is growing. Observe and analyze the tourism phenomenon to understand it is an essential factor for acquiring knowledge about tourism. In tourism research, the method of case study plays an important role in the production of new knowledge, in the creation of hypotheses or propositions. On the other hand, allows the researcher to test existing theories. It is the subject of research, the nature of the problem posed and the research objectives that determine the choice of the investigator of the case study method. This paper analyzes the importance of the case study method for tourism research. The article presents the main advantages of the method and the types of case study can be applied in tourism studies. To reach the objective of the paper, it was used a methodological support literature review on that theme.

**KEY-WORDS:** TOURISM. RESEARCH. CASE STUDY. METHODOLOGY.

### REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, João. e PINTO, José. **A investigação nas ciências sociais**. Lisboa: Presença, 1995.
- ALTINAY, Levent. e PARASKEVAS, Alexandros. **Planning Research in Hospitality and Tourism**. Amsterdam: Butterworth-Heinemann, 2008.
- ATELJEVIC, Irena; PRITCHARD, Annette e MORGAN, Nigel (Eds.). **The critical turn in tourism studies: innovative research methodologies**. Amsterdam: Elsevier, 2007.
- BEETON, Sue. The case study in tourism research: a multi-method case study approach. In RITCHIE, Brent. et al (Eds), **Tourism research methods: integrating theory with practice**. Wallingford: Cabi publishing, p.37-48, 2005.
- BELL, Judith. (1997). **Como realizar um projecto de investigação**. Lisboa: Gradiva, 2004.
- BOTTERILL, David. e PLATENKAMP, Vincent. (2012). **Key concepts in tourism research**. London: Sage Publications, 2012.
- BRITO, Jesus. **La investigación social del turismo: perspectivas y aplicaciones**. Madrid: Thomson, 2007.

DANN, Graham.; NASH, Dennison. e PEARCE, Philip. Methodology in Tourism Research. In: **Annals of Tourism Research**. Vol. 15, Nº 1, pp. 1-28, 1988.

DOOLEY, Larry. Case Study Research and Theory Building. In: **Advances in Developing Human Resources**. Vol 4, Nº 3, pp, 335-354, 2002.

FINN, Mick.; WALTON, Mike e ELLIOT-WHITE, Martin. **Tourism & leisure research methods: data collection, analysis and interpretation**. London: Pearson Education, 2000.

GERRING, John **Case study Research: principles and practices**. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

GIL, António. **Estudo de caso: fundamentação científica - subsídios para coleta e análise de dados - como redigir o relatório**. São Paulo: Atlas, 2009.

GUBA, Egon. e LINCOLN, Yvonna. Competing paradigms in qualitative research. In DENZIN, N. e LINCOLN, Y. (Eds.), **Handbook of Qualitative Research**. London: Sage Publications, p. 105-117, 1994.

HAYWOOD, Michael. Tourism Review. In: **Annals of Tourism Research**. Vol 5, Nº 3, pp. 355-361, 1978.

HSU, Cathy. e GARTNER, William. **The routledge handbook of tourism research**. London and New York: Routledge, 2012.

JAMAL, Tazim e ROBINSON, Mike. **The sage handbook of tourism studies**. London: Sage Publications, 2009.

JENNINGS, Gayle. **Tourism research**. 2.<sup>a</sup> Ed., Milton: John Wiley & Sons Australia, 2010.

KORSTANJE, Maximiliano. Problemas de campo en los estudios turísticos. In: **Revista Turismo: Estudos & Práticas**. Vol 4, Nº2, pp.19-34, 2015.

MARUJO, Noémi. A pesquisa em turismo: reflexões sobre as abordagens qualitativa e quantitativa. In: **TURyDES – Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local**. Vol 6, Nº14, pp.1-16, 2013.

MERTENS, Donna. **Research methods in education and psychology: integrating diversity with quantitative & qualitative approaches**. London: Sage Publications, 1998.

NECHAR, Marcelino. e NETTO, Alexandre. **Epistemologia del turismo: estudios críticos**. México: Trillas, 2010.

NETTO, Alexandre. **Filosofia do Turismo: teoria e epistemologia**. São Paulo: Aleph, 2005.

NEUMAN, William. **Social research methods: qualitative and quantitative approaches**. London: Pearson Education, 2009.

PEARCE, Douglas. **Frameworks for Tourism Research**. Wallingford: Cabi International, 2012.

PEARCE, Douglas. e BUTLER, Richard. Introduction - looking back, moving forward. In PEARCE, D. e BUTLER, R. (Eds.). **Tourism Research: a 20:20 vision**. London: Goodfellow, p. 1-12, 2010.

PERAL, Patricia. e GIL, Sergio. Difusión de la investigación científica en turismo. El caso de México. In: **Revista El Periplo Sustentable**. Nº 24, pp. 7-40, 2013.

PHILLIMORE, Jenny. e GOODSON, Lisa. Progress in qualitative research in tourism: epistemology, ontology and methodology. In PHILLIMORE, J. e GOODSON, L. (Eds.), **Qualitative Research in Tourism: ontologies, epistemologies and methodologies** (3-29). London and New York: Routledge, p. 3-29, 2004.

PIZAM, Abraham. Planning a tourism research investigation. In: RITCHIE, J. e GOLEDNER, C. (Eds.), **Travel Tourism and Hospitality Research: a Handbook for Managers and Researchers**. 2ª Ed., New York: John Wiley & Sons, p.91-104, 1994.

PRZECLAWSKI, Krzysztof. Tourism as the subject of interdisciplinary research. In PEARCE, D. e BUTLER, R. (Eds.), **Tourism Research**. Routledge: Londres, p.9-13, 1993.

REJOWSKI, Mirian. **Turismo e pesquisa científica**. 3.ª Ed., Campinas, São Paulo: Papirus, 1999.

RITCHIE, Brent.; BURNS, Peter. e PALMER, Catherine. Introduction: Reflections on the Practice of Research. In RITCHIE, Brent. *et al* (Eds.), **Tourism research methods: integrating theory with practice**. London: CABI Publishing, p.1-8, 2005.

SHARPLEY, Richard. **The study of tourism: past trends and future directions**. London and New York: Routledge, 2011.

SMITH, Stephan. **Practical tourism research**. Wallingford: Cabi International, 2010

SOUZA, Ddayse.; COSTA, António.; SOUZA, Francisco. Desafio e inovação do estudo de caso com apoio das tecnologias. In: SOUZA, Francisco. *et al* (Orgs.). **Investigação qualitativa: inovação, dilemas e desafios**. Aveiro: Ludomedia, p.143-163, 2015.

STAKE, Robert. **The Art of Case Study Research**. London: Sage Publications, 1995.

STOECKER, Robert. Evaluating and rethinking the case study. In: **The Sociological Review**, N° 39, pp. 88-112, 1991.

TRIBE, John. e AIREY, David. **Developments in tourism research**. Amsterdam: Elsevier, 2007.

VEAL, A. **Research methods for leisure and tourism: a practical guide**. 3.<sup>a</sup> Ed., London: Pearson Education, 2006.

XIAO, Honggen. Case study research in tourism. In MILLS, A. *et al* (Eds.), *Encyclopedia of case study research* (121-124). London: Sage publications, p.121-124, 2010.

XIAO, Honggen. e SMITH, Stephen. Case studies in tourism research: A state-of-the-art analysis. In: **Tourism Management**. Vol. 27, N°5, pp.738-749, 2006.

YIN, Robert. **Case Study Research: Design and Methods**. 3.<sup>a</sup> Ed, London: Sage Publications, 2005.

#### **Cronologia do Processo Editorial**

Recebido em: 22. maio. 2016

Aprovação Final: 28. jun. 2016

#### **Referência (NBR 6023/2002)**

MARUJO, Noémi. O estudo de caso na pesquisa em turismo: uma abordagem metodológica. **Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró/RN, vol. 5, n. 1, p. 113-128, jan./jun. 2016.