

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA
CURSO DE GRADUAÇÃO

DRIELI RAMOS DO NASCIMENTO
MÁRCIA ALVES TENÓRIO BASÍLIO
YSRAEL BASÍLIO

**A GASTRONOMIA COMO ELEMENTO ATRATIVO
PARA O TURISMO NO BRASIL**

RECIFE/2020

DRIELI RAMOS DO NASCIMENTO
MÁRCIA ALVES TENÓRIO BASÍLIO
YSRAEL BASÍLIO

A GASTRONOMIA COMO ELEMENTO ATRATIVO PARA O TURISMO

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, como requisito parcial para obtenção do título de tecnólogo em Gastronomia.

Professor Orientador: Cibele Cavalcante

RECIFE/2020

DRIELI RAMOS DO NASCIMENTO
MÁRCIA ALVES TENÓRIO BASÍLIO
YSRAEL BASÍLIO

A GASTRONOMIA COMO ELEMENTO ATRATIVO PARA O TURISMO

TCC aprovado como requisito para obtenção do título de Tecnólogo em Gastronomia, pelo Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, por uma comissão examinadora formada pelos seguintes professores:

Priscila Maia Nogueira

Professora Especialista Cibele Flávia Cavalcante Nascimento

Professor(a) Orientador(a)

Recife, 12/01/21

NOTA: 9,4

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO..... | 7 |
| 2 OBJETIVOS..... | 9 |
| 2.1 Geral..... | 9 |
| 2.2 Específicos..... | 9 |
| 3 JUSTIFICATIVA..... | 10 |
| 4 DELINEAMENTO METODOLÓGICO..... | 10 |
| 5 RESULTADOS..... | 11 |
| 5.1 A gastronomia como elemento fundamental para o turismo no Brasil.. | 11 |
| 5.2 Relações entre gastronomia e turismo..... | 14 |
| 5.3 A gastronomia na atualidade como elemento atrativo para o turismo no Brasil | 18 |
| 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 21 |
| 8 REFERÊNCIAS..... | 21 |

A GASTRONOMIA COMO ELEMENTO ATRATIVO PARA O TURISMO

Drieli Ramos do Nascimento

Márcia Alves Tenório Basílio

Ysrael Basílio

Professor(a) orientador(a) Cibele Flavia Cavalcante Nascimento ¹

Resumo:

Este artigo teve como objetivo principal analisar as implicações da gastronomia para o incentivo do turismo brasileiro, e como objetivos específicos: descrever como e quando a gastronomia passa a ser elemento fundamental para o turismo no Brasil; identificar as relações entre gastronomia e turismo; e verificar como a gastronomia tem se tornado um elemento atrativo para o turismo no Brasil. No turismo, a gastronomia tem sido utilizada como um fator de atração, principalmente no Brasil, um país de ordem continental, o que faz com que cada uma das suas regiões ofereça um leque de opções gastronômicas bem diversificadas. Para atender a esse intento, realizamos uma pesquisa bibliográfica em sites, artigos e livros especializados no tema, Gil (2010) diz que esse tipo de pesquisa consiste em desenvolver um trabalho baseado num material que já foi elaborado por outros autores. Os resultados foram organizados em três categorias teóricas relacionados com o tema pesquisado: *A gastronomia como elemento fundamental para o turismo no Brasil*; *Relações entre gastronomia e turismo* e *A gastronomia na atualidade como elemento atrativo para o turismo no Brasil*. Foi vista a importância da gastronomia para o turismo, porém a necessidade de uma articulação mais sistemática entre esses dois setores. De acordo com os autores estudados não se deve deixar de considerar o prazer à mesa, uma boa refeição, as cozinhas regionais, as preparações de diversas regiões, entre outros, como atrativos para um turista querer conhecer uma determinada região. Nessa perspectiva, a inter-relação entre turismo e gastronomia é considerável.

Palavras-chave: Gastronomia. Turismo. Gastrônomo.

1 INTRODUÇÃO

A necessidade de se alimentar sempre fez parte do repertório da existência humana, seja em sua residência, ou viajando, os indivíduos sempre precisaram satisfazer suas necessidades de alimentação. Ao longo da história da humanidade,

¹ Professor(a) da UNIBRA, Bacharel em Gastronomia e Segurança Alimentar pela UFRPE, Especialista em Turismo e Gastronomia e Bacharel em Nutrição.

adventos como o aparecimento do fogo, a agricultura, a revolução industrial e a revolução tecnológica fizeram com que os modos de vida e de produção dos alimentos fossem se modificando e se complexificando, trazendo o benefício de uma gama de alimentos produzidos de formas diferenciadas em várias regiões do planeta terra, (KOPRUSZYNSKI E MARIN, 2019).

No contexto atual, a gastronomia tem sido cada vez mais utilizada como um atrativo para o turismo (CUNHA e OLIVEIRA, 2020). Não é difícil ver anúncios de vários recantos do país em que são elencados seus pratos tradicionais como um dos elementos de chamamento para turistas, inclusive, há eventos especificamente gastronômicos em que são apresentadas as culinárias regionais, pratos específicos, muitas vezes com chefs renomados, colocando-os como um aspecto mobilizador da economia da localidade onde acontece.

Nessa perspectiva, a relação entre a gastronomia e o turismo tem sido cada vez maior. Vários pacotes turísticos já buscam incluir em seus roteiros percursos em que são apresentados restaurantes, bares, trattorias, lanchonetes, entre outros. Um repertório significativamente rico em sabores, aromas, cheiros e cores que se tornam mais um upgrade para o turismo. Cunha e Oliveira (2020) relatam que uma das formas de divulgar a gastronomia tem sido a utilização da mídia que constantemente bombardeia os indivíduos com informações atrativas sobre a temática.

Dito isto, a gastronomia também tem contribuído como um fator de fortalecimento econômico das regiões que a tomam como um elemento de chamamento de pessoas das mais diversas regiões para saborear os seus alimentos típicos gerando riquezas não só culturais, mas também econômicas, garantindo o sustento de várias famílias e até de populações. Peccini (2013) salienta que a gastronomia é uma fonte inesgotável de recursos para o turismo.

Um exemplo dessa forte relação entre gastronomia e turismo pode ser vista em uma reportagem do Diário de Pernambuco² em que Roberto Pereira (2016), ex-secretário de Educação e Cultura de Pernambuco, traz o potencial do nordeste brasileiro no que concerne ao turismo devido à sua extensa cultura e suas belezas naturais, soma-se a isso, a rica gastronomia da região. Preparações como a feijoada, a carne de sol, o peixe, a tapioca, a farinha, entre outros, são atrativos para

² Disponível em: < www.diariodepernambuco.com.br/noticia/politica/2016/10/roberto-pereira-o-nordeste-a-gastronomia-e-o-turismo.html>. Acesso em: 07 de setembro de 2020.

que vários estrangeiros e brasileiros pertencentes a outras regiões visitem o nosso rico nordeste.

Avelino, Matos e Salazar (2016) pontuam essa relação ao dizerem que a gastronomia está inserida na marca do destino turístico. Os autores destacam que ela insere-se como um importante elemento no contexto do turismo cultural, apontando a sua relevância ao trazer que ela propicia ao visitante não só visitar uma localidade, mas vivenciar experiências sensoriais como também culturais.

Ferreira (2016) afirma que um dos componentes mais relevantes da cultura de um país é a gastronomia. Também traz que ela deve ser pensada numa perspectiva tanto sociocultural quanto comercial. Dito isto, a autora afirma que o profissional que trabalha com gastronomia no turismo deve buscar compreender as dimensões sociais e culturais do espaço aonde irá atuar, estudando os aspectos no que concernem a sua cultura alimentar.

O Ministério do Turismo (2013) também afirma a importância da gastronomia para o turismo brasileiro³. Pontua que é cada vez maior o número de pessoas que preparam suas malas para participarem dos mais de duzentos festivais gastronômicos que se realizam durante todo ano em nosso país.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

- Analisar as implicações da gastronomia para o incentivo do turismo brasileiro.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Descrever como e quando a gastronomia passa a ser elemento fundamental para o turismo no Brasil;
- Identificar as relações entre gastronomia e turismo;
- Verificar como a gastronomia tem se tornado um elemento atrativo para o turismo no Brasil.

³ Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/4708-a-importancia-da-gastronomia-para-o-turismo-brasileiro.html>>. Acesso em: 07 de setembro de 2020.

3 JUSTIFICATIVA

Essa temática se justifica pelo fato de cada vez mais no turismo a gastronomia tem sido utilizada como um fator de atração, principalmente no Brasil, um país de ordem continental, o que faz com que cada uma das suas regiões ofereça um leque de opções gastronômicas bem diversificadas. Um exemplo que podemos pontuar é o nosso Nordeste onde o fato de existir um rico litoral ofereça pratos preparados com frutos do mar famosos como a peixada, ou também localidades do agreste em que as festas juninas trazem uma riqueza de comidas típicas como a pamonha e a canjica.

Além disso, esse contexto oferece ao profissional formado no Curso de Gastronomia mais um campo de atuação profissional. Conhecer a relação entre a gastronomia e o turismo, visualizar, entender e trabalhar para o fortalecimento dessa relação poderá propiciar a esse profissional pensar em gerar da melhor forma possível experiências sensoriais que garantam uma maior atração de turistas na localidade aonde irá atuar. Dessa forma, conhecer e articular essa relação poderá contribuir ainda mais para o fortalecimento do campo de conhecimento da gastronomia.

4 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

Para atender aos objetivos da nossa pesquisa realizamos uma pesquisa bibliográfica em sites, artigos e livros especializados no tema, de acordo com Gil (2010) esse tipo de pesquisa consiste em desenvolver um trabalho baseado num material que já foi elaborado por outros autores, e que estes podem está em livros e artigos científicos e podem ser oriundos da internet, porém, recomenda-se cuidado, pois os mesmos precisam vir de fontes consideradas legítimas.

Para Gil (2010, p.29-31) “a pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, esta modalidade de pesquisa inclui material impresso como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos”. Nessa perspectiva, buscamos artigos que focaram na gastronomia como elemento central para o desenvolvimento do turismo e que pudessem servir de subsídio para a nossa pesquisa.

O presente trabalho foi organizado em três capítulos, o primeiro abordou os aspectos históricos do nosso objetivo de pesquisa, o segundo as relações entre a gastronomia e o turismo, e por fim, descreveremos o fortalecimento da gastronomia como um fator de atração para o turismo no Brasil.

5 RESULTADOS

5.1 A gastronomia como elemento fundamental para o turismo no Brasil

Sabemos que hoje a gastronomia permeia todas as atividades humanas, desde as nossas alimentações no lar até aos grandes eventos culturais, a questão do que servir sempre permeia as decisões das pessoas, pois todos precisam se alimentar. Porém, devido a sua grande evidência nas mídias sociais tanto na TV quanto nas redes sociais, hoje, a gastronomia tem ganhado destaque no cenário internacional, como também no Brasileiro e essa realidade tem implicações no setor de turismo, (CUNHA e OLIVEIRA, 2020).

Erig (2019) relata que o ser humano no começo da sua história buscou seus alimentos através da coleta, caça e pesca. Havia uma divisão social em que os homens saíam para caçar e pescar animais, enquanto as mulheres coletavam os alimentos e cuidavam das crianças. Porém, o advento da agricultura na antiguidade modificou essa realidade, pois, além de se fixarem mais a terra, os homens passam a produzir seu próprio alimento.

Aspecto também relevante na caminhada da humanidade está ligado ao aparecimento do fogo, através dele foi possível à modificação de vários alimentos, pois, segundo Ferreira, apesar de hoje nos alimentarmos de alimentos crus e alimentos cozidos, o aparecimento do fogo modifica a relação do homem com a comida, pois aumenta o número de possibilidades de preparações. Nessa perspectiva, de acordo com Ferreira (2016, p. 25):

A associação da importância do fogo aos processos de socialização e hominização da espécie humana está relacionada ao fato de que uma nova dinâmica foi imposta a partir do momento que o fogo passou a ser administrável, socializando o ato de comer ao transformá-lo em uma atividade praticada em local e momento determinados, por uma comunidade de comensais.

De acordo com Montanari (2003) com o tempo, na idade média, foram sendo aprendidas várias técnicas de preparações de alimentos bem como de sua conservação, o que acabou por contribuir com o surgimento da alta gastronomia como também de produtos típicos que se traduziram em elementos que se tornaram parte decisiva do patrimônio gastronômico.

Já no período da modernidade, vão ocorrer mudanças nos estilos de vida dos seres humanos, entre eles, o fato das refeições ficarem subordinadas a organização da jornada de trabalho das pessoas, diminuindo o tempo que era gasto nas confraternizações, priorizando a economia do tempo. Mas a frente, com a construção de estradas automobilísticas, vai ocorrer que os acessos a lugares antes inexplorados, começam a acontecer, como consequência, novas cozinhas regionais são descobertas, trazendo o desejo de conhecer essas gastronomias. De acordo com Marquette e Jarczewski (2020, p. 2) “O discurso sobre a culinária local adquire uma amplitude considerável e foi sendo colocada no mesmo plano que outros acontecimentos e propostas turísticas.”.

De acordo com Marquette e Jarczewski (2020), nos últimos cinquenta anos, na parte ocidental do mundo, houve mudanças significativas como o aumento do comércio internacional e de transportes, o que vai influenciar de forma significativa na culinária. Soma-se a isso, a industrialização que impactou no aumento da produção alimentar, mesmo com sua distribuição desigual, vai trazer as sociedades ocidentais abundância.

O ritmo acelerado das sociedades ocidentais traz mudanças à rotina das pessoas que passam a comer de forma constante e sem horário específico. Nessa perspectiva, as refeições diminuem o seu caráter de reunir as pessoas para solidificar seus laços afetivos. O mercado vai se modificando, pois começar a existir demandas por pequenas refeições a serem feitas de forma rápida, nesse contexto, nasce o *fast foods* no intuito de atender a um público voraz e a turistas em massa, (MARQUETTO E JARCZEWSKI, 2020).

Também, outro fenômeno social que teve implicações na relação entre o turismo e a gastronomia tem a ver com a globalização, pois propiciou um maior número de trocas e intercâmbios culturais. Goeldner, Ritchie e McIntosh citados por Marquette e Jarczewski (2020, p. 1) vão dizer que “O grande desafio da gastronomia é estar aberta ao novo, sintonizar-se, absorvendo novas tendências e ajustando-se

ao conceito de ‘padronização’ sem perder sua autenticidade, seu caráter de regionalidade (...)”.

Outra questão importante para a gastronomia e o turismo está ligada ao fato de que o alimento, além de repor nossas necessidades de energia vital, ele também se estabelece como um elemento modificador das relações entre os homens, suas relações sociais e sua cultura, ou seja, o consumo alimentar se traduz como um elemento mediador entre os homens e as relações que eles estabelecem com o meio. É um fator de expressão social e reflete as estruturas sociais, (ERIG, 2019).

Nessa perspectiva, é importante compreender o quanto a gastronomia pode se tornar um forte fator de atração para o turismo, pois os hábitos alimentares e culturais de um povo podem se tornar elementos convidativos para quem se sinta despertado para conhecer alguma região do mundo, não só a beleza de uma região chama a atenção das pessoas, mas o prazer de saborear uma boa refeição também é gratificante para qualquer turista, (CUNHA e OLIVEIRA, 2020)

Para Cunha e Oliveira (2020) compreender todo esse contexto, faz-se necessário entender o conceito de gastronomia. A gastronomia é mais que apenas preparar uma refeição, exige de seus profissionais os estudos necessários para identificar não só os ingredientes de uma determinada região, mas também de compreender os fatores históricos, espaciais, físicos e culturais das diferentes cozinhas, além do domínio das técnicas necessárias para a execução dos processos que fazem parte da preparação de um determinado prato. Porém não é só quem prepara o alimento que tem que está com seus sentidos aguçados, mas também quem vai consumir esse alimento e esse aspecto é muito importante na relação gastronomia e turismo.

Gastronomia é uma disciplina que exige arte não somente de quem executa, mas também de quem a consome ou usufrui. É artesanato, porque exige de quem a faz conhecimento, habilidade e técnica. É uma arte ou ciência que exige conhecimento e técnica de quem a executa e formação do paladar de quem a aprecia. (BRAUNE apud CUNHA e OLIVEIRA, 2020, p. 2).

No que concerne ao turismo, Cunha (1997) afirma que o turismo como acontece hoje vai aparecer a partir da modernidade. Vai ser após a segunda guerra mundial que começam a serem massificadas as viagens, pois após o período da revolução industrial, com o advento dos empregos e o tempo livre propiciado pelas férias aos trabalhadores, o número de viagens para o turismo vai aumentar.

Cunha (1997) também afirma que o turismo moderno teve origem num contexto social maior devido às transformações sociais ocorridas nesse período. A mudança no modo de produção, a acumulação de capital por parte da sociedade, o desenvolvimento tecnológico que propiciou uma maior mobilidade das pessoas, ou seja, um maior trânsito, possibilitando a capacidade de deslocamento para regiões diferenciadas, entre outros, trouxeram mudanças relevantes durante a modernidade. Nessa perspectiva, a passagem do século XVIII para o XIX no contexto europeu, foi pontuada por grandes transformações tanto econômicas quanto políticas e sociais.

Nessa perspectiva, esse contexto vai demandar a preocupação com a melhoria dos serviços prestados pela rede de serviços necessários para atender as necessidades dos turistas, entre eles, a gastronomia. O turismo passa a ser uma atividade profissional permeada pela organização de excursões, guias turísticos, hospedagens, entre outros, cujo foco era propiciar satisfação aos clientes, (FERRO, 2013).

A gastronomia entra então como elemento modificador das relações com o turismo, pois, além de aproveitar o tempo livre para conhecer novos lugares, as pessoas passam a buscar espaços que possam propiciar uma experiência gastronômica que traduza a cultura do local que estão visitando. De acordo com Ferro (2013, p. 45) no que concerne a gastronomia “Apesar de sua longa existência, ganhou maior espaço por conta da conscientização e relevância da gastronomia nas viagens, (...)”, elemento que será abordado na próxima sessão.

5.2 Relações entre gastronomia e turismo

Cunha e Oliveira (2020) argumenta que quanto mais foi se sofisticando a gastronomia e as culinárias regionais, elas foram se tornando cada vez mais valorizadas, e devido a isso, as relações entre a gastronomia e o turismo foram se estreitando. Hoje, os cardápios oferecidos pelos restaurantes e outros estabelecimentos que oferecem refeições são o motivo de vários turistas quererem conhecer determinado lugar.

Azevedo e Neto (2020) argumentam que há um valor simbólico na atratividade de vários destinos turísticos brasileiros. Porém, argumentam que o Brasil, apesar de ser um país privilegiado no que concerne às manifestações culinárias e gastronômicas, esse capital cultural não tem sido empregado de forma

satisfatória no que concernem as estratégias de promoção turística, ou seja, apesar de ser uma riqueza memorável, ainda não tem sido utilizada em todo o seu potencial.

Bahl, Gimenes Sperandio Garcia e Nitsche Bartoszeck (2011) em trabalho sobre a territorialidade gastronômica, afirmam que as cozinhas regionais são uma forma de mediação entre o homem e o meio, e consecutivamente, um atrativo turístico. Os autores apontam que as escolhas alimentares das pessoas são uma forma de representação do mundo delas, constituindo-se um instrumento identidade de um grupo de pessoas, ou de uma localidade. Além disso, materializam os valores e podem oferecer inúmeras informações sobre aqueles que praticam essas escolhas.

De acordo com Cunha e Oliveira (2020) as cozinhas possuem suas particularidades, é um tipo de linguagem, uma espécie de código complexo que é capaz de possibilitar a compreensão dos mecanismos das sociedades dos quais os sujeitos fazem parte. É uma forma de linguagem representada de forma material, mas que representa dimensões sociais e simbólicas de um determinado grupo social.

Para Maciel citado por Bahl, Gimenes Sperandio Garcia e Nitsche Bartoszeck (2011, p. 5):

A alimentação, organizada como uma cozinha, torna-se um símbolo de uma identidade (atribuída e reivindicada) através da qual os homens podem se orientar e se distinguir. Mais do que hábitos e comportamentos alimentares, as cozinhas implicam formas de perceber e expressar um determinado “modo” ou “estilo” de vida que se quer particular a um determinado grupo.

Nessa perspectiva, as cozinhas regionais são representações do homem e do seu meio, pois não apresentam apenas os ingredientes e os sabores de um determinado lugar, mas vão além, pois trazem a sua realização numa perspectiva própria com suas técnicas de produção, seu preparo e seu serviço que são capazes de transmitir valores e tradições de uma região. É assim que as culinárias regionais são mais que simples preparações, pois são verdadeiras riquezas que se tornam atrações turísticas para quem quer conhecer um determinado lugar, (BAHL, GIMENES SPERANDIO GARCIA e NITSCHKE BARTOSZECK (2011).

Um exemplo dessa realidade é trazido por Barroco e Barroso (2020) em seu estudo sobre a importância da gastronomia como patrimônio cultural para o turismo baiano. Não é novidade para ninguém o fato de os quitutes da cozinha regional

baiana serem o motivo para viagens de várias pessoas aquele estado. O acarajé, a moqueca baiana, o vatapá, o abará, o bobó de camarão são exemplos do quanto à gastronomia baiana é apetitiva. Nessa perspectiva, a gastronomia baiana devido à presença do seu forte traço cultural “(...) insere-se no paradigma das exigências estabelecidas pela globalização, e devido sua originalidade se coloca como instrumento das relações públicas, contribuindo para a difusão da cultura baiana e do turismo.” (2020, p. 1).

Ferro (2013), o patrimônio cultural tem evoluído ao longo do tempo e tem sido um busca do homem moderno pela sua identidade, pois procura inicialmente o patrimônio material, bens e objetos que resgate a sua identidade cultural, para depois buscar o intangível, ou seja, o patrimônio imaterial, festas, celebrações, lugares e saberes que fazem parte da sua formação cultural. Nesse contexto, encontramos também a gastronomia.

Cruz (2020) também estudou a importância da gastronomia como atrativo turístico-cultural analisando a potencialidade da região do sul da Bahia nesse contexto. A autora verificou em sua pesquisa que o sul baiano tem realizado algumas estratégias para a consolidação da gastronomia enquanto atrativo turístico naquela localidade. Porém, argumenta que os eventos destinados a esse fim não ocorrem com certa frequência, e por isso, apesar de serem fonte do dinamismo para a geração de empregos nessa região, essa falta de uma iniciativa mais arrojada acaba por não contribuir de forma mais eficaz para a evolução gastronômica e turística do sul baiano.

Cruz (2020) também salienta que a população local dessa região parece não está inserida nos eventos gastronômicos que são realizados, a autora parte do pressuposto de que os preços dos produtos ofertados estão acima das condições econômicas dessa população, pois a maioria das pessoas da localidade não possui poder aquisitivo suficiente para adquirir tais produtos. Nessa perspectiva, pontua para a necessidade de um desenvolvimento sustentável em que todos possam ser incluídos.

Outro aspecto importante para o turismo brasileiro é o fato de nossa cultura ser constituída na sua origem pela participação de três povos: os nativos, os africanos e os portugueses (BARROSO e BARROSO, 2020). Esse aspecto é relevante, pois trouxe uma variedade de formas de preparos e alimentos que hoje constituem a diversidade que a gastronomia brasileira representa. Do norte,

nordeste, centro-oeste, sudeste ao sul temos uma gama elementos que fazem com que comer no sul ou no norte sejam experiências turísticas bem diferentes. O autor também salienta a importância do patrimônio cultural de cada região que é formado por elementos característicos dos povos que compõem o nosso país, e que esse aspecto quando bem utilizado pode ser um elemento atrativo para o turismo nas regiões, sendo as preparações características de cada região, verdadeiras representações de seu patrimônio cultural.

Patrimônio cultural é a riqueza comum que nós herdamos como cidadãos, transmitida de geração em geração. Constitui a soma dos bens culturais de um povo. Ele conserva a memória do que fomos e somos, revela a nossa identidade. Expressa o resultado do processo cultural que proporciona ao ser humano o conhecimento e a consciência de si mesmo e do ambiente que o cerca. Apresenta, no seu conjunto, os resultados do processo histórico. Permite conferir a um povo a sua orientação, pressupostos básicos para que se reconheça como comunidade, inspirando valores, estimulando o exercício da cidadania, a partir de um lugar social e da continuidade no tempo. (BARROSO e BARROSO, 2020, p. 1)

Castro e Santos (2020) em estudo sobre a cultura gastronômica como atrativo turístico, trouxeram um relato sobre sua pesquisa em restaurantes de Aracajú. As autoras pontuaram que ao visitarem dez restaurantes na capital de Sergipe, verificaram que esses diferentes estabelecimentos oferecem pratos que representam os aspectos históricos, culturais e sociais que estão relacionados aos alimentos presentes no estado, como o pirão de capão e a feijoada sergipana, além disso, são representativos dos hábitos, símbolos, usos e costumes que estão relacionados ao repertório gastronômico sergipano. Apesar disso, essa gastronomia ainda não é utilizada de forma atrativa para o turismo nesse lugar.

Outro elemento relevante sobre a relação entre o turismo e a gastronomia é abordado no trabalho de Costa (2020), o autor ao estudar o turismo *gourmand* como luxo e a gastronomia como vetores para o apetite de viajar, salienta que desde a antiguidade que a gastronomia é vista como luxo, bem como que o conhecimento sobre os alimentos de luxo são propagados a partir de viagens, nessa perspectiva, a combinação entre os ingredientes de luxo e a gastronomia pode ser um atrativo para os visitantes o que acabou por criar o segmento do turismo *gourmand*.

Nessa perspectiva, os trabalhos desses autores trazem a gastronomia enquanto atrativo para o turismo, eles mostram as possibilidades dessa relação e os desafios que ainda precisam ser superados em termos de fortalecer ainda mais essa relação. Ferro (2013) argumenta que a busca pela vivência do turismo não se dá

apenas por objetos tangíveis, a exemplo de restaurantes, museus e prédios históricos, mas tem a ver também como objetos intangíveis, pelas sensações que são proporcionadas pelos festivais, eventos culturais, tradições e pelos produtos gastronômicos.

5.3 A gastronomia na atualidade como elemento atrativo para o turismo no Brasil

Com o processo de globalização, das mídias, do marketing, entre tantos outros elementos, a gastronomia tem ganhado destaque no cenário mundial. Hoje vários programas de TV procuram apresentar ao seu público uma gama de roteiros turísticos e dentro desse leque de opções, a gastronomia é um dos elementos mais decisivos em termos de atratividade para se conhecer um determinado lugar. Henrique e Custódio (2020) argumentam que a gastronomia é um patrimônio intangível que coopera com a valorização da unicidade e identidade dos destinos turísticos.

Cada região do mundo possui suas peculiaridades em relação a sua cozinha, pois, apesar de vivermos em um mundo globalizado, cada cozinha de um país é representada pelos seus pratos específicos, o que tem a ver com o clima da região, ou seja, os alimentos que cada região pode oferecer, além do patrimônio histórico-cultural daquela região. Henrique e Custódio (2020) vão dizer que a relação turismo e gastronomia é quase simbiótica e que as cozinhas de cada região promovem essa atratividade.

Santos (2020, p. 149) salienta que “[...] com base no processo histórico, a gastronomia saiu da cozinha e passou a ser objeto de estudo, envolvendo fatores sociais, culturais, econômicos, políticos, tecnológicos, nutricionais, antropológicos.”. Esse fortalecimento da gastronomia teve implicações também no turismo, pois ao conhecer um lugar, os indivíduos precisam se alimentar. Nessa perspectiva, a cozinha acabou por passar por diversas influências, o que resultou no que hoje denominamos de cozinhas locais, regionais, nacionais e internacionais.

Um aspecto relevante abordado por Dória (2020) tem a ver com o que ele chama de relações perigosas entre o turismo e a gastronomia, pois o autor faz uma crítica em relação à visão do turismo atual focado no marketing, para o autor o foco dos investimentos oficiais hoje é mais atrelado à infraestrutura do que no

desenvolvimento da gastronomia, o que vai exigir uma maior sensibilização sobre a necessidade de maior investimento no setor gastronômico.

Em pesquisa bibliométrica baseada em dados nacionais e internacionais, Ribeiro-Martins e Silveira-Martins (2018) estudaram o turismo gastronômico através do levantamento de trabalhos sobre a temática. Nos seus resultados apontaram que na atualidade o construto turismo gastronômico é reconhecido, pois tem o poder econômico ao levantar recursos econômicos para roteiros e regiões turísticas; e no que concerne aos aspectos culturais e sociais, tem sido uma forma de ressurgimento e manutenção de receitas e hábitos culturais das regiões.

Santos (2020) afirma que no contexto atual, a cozinha contemporânea, devido aos processos de globalização, acaba por empregar produtos de várias origens, combinando vários métodos de cocção, bem como pode ocorrer à miscigenação de várias culturas em um só prato. No mundo moderno temos várias tendências gastronômicas que tem impacto no turismo.

[...] as tendências gastronômicas atuais são: o finger food - com a sua praticidade, apresentação e requinte, o small food - com a sua sofisticação na elaboração e a diversidade dos cardápios, buscando a oportunidade do resgate da culinária brasileira para os eventos, os doces gourmet - como os cupcake, se encontram em versões doces e salgadas, verrines de vários sabores e decorações, brigadeiros e beijinhos com lâminas de castanhas e sementes variadas, popcakes, push-cakes, bolos flutuantes, bem (casados, comemorados, vividos, formados), dentre outros. Além do uso das ervas frescas que está em alta, trazendo o realce do sabor e a segurança na ausência de fungos. A tendência gastronômica também se encontra no uso dos produtos naturais que vem crescendo com interesse em uma alimentação mais saudável, e para pessoas com restrições alimentares, intensificando de formas distintas os sabores, as texturas e as cores das apresentações, com inovações e beleza aos pratos. (SANTOS, 2020, p. 172).

Gimenes (2020) também abordou questões atuais sobre o turismo e a gastronomia no Brasil. A autora em seu trabalho traz que atualmente a atividade turística é caracterizada por ser econômica, porém que ela é também ao mesmo tempo sociocultural em que o elemento humano é indispensável em todo o seu processo. Além de o fluxo turístico mobilizar um quantitativo significativo de pessoas, no seu próprio planejamento e na operacionalização das suas ações, elas são também realizadas por pessoas. Nessa perspectiva, o turismo vai trabalhar com desejos, necessidades e motivações.

É pontuado por Gimenes (2020) que os turistas podem ter vários destinos, uns com pouca oferta de atrativos naturais e outros com atrativos naturais de

destaque, como é o caso do chamado Turismo Sol e Praia. Esse tipo de turismo tem buscado se diferenciar em relação aos seus concorrentes. É aí que aspectos como o patrimônio cultural vão ganhar destaque, nessa perspectiva, a questão gastronômica pode ganhar notoriedade, gerando exemplos de sucesso ao se constituir não só apenas como um atrativo, mas complementar a oferta turística do destino a que pertence. A autora traz como exemplo as culinárias baiana e mineira.

Gôndara (2020) argumenta que o mundo está atualmente numa transição da chamada sociedade da informação e do conhecimento para a sociedade do sonho. Nessa perspectiva, para o autor “[...] mudança esta que pressupões mais do que um jogo de palavras, mas que evidencia a percepção de que no mundo contemporâneo as demandas emocionais estão ganhando cada vez mais importância em relação às demandas racionais” (p. 179). Nesse contexto, o autor declara que o turismo pode proporcionar aos sujeitos experiências em que possam se sentir protagonistas da sua própria história. Diante dessa realidade, o turismo gastronômico como um dos segmentos emergentes da atualidade, torna-se imprescindível, pois pensar em comida não é só pensar em saciar necessidades fisiológicas, mas também em necessidades psicológicas e sociais.

Nessa realidade, a gastronomia típica pode se destacar, pois, além de se constituir em um bem cultural a ser valorizado como os demais, pode propiciar ao turista um ponto de proximidade com a localidade visitada, pois proporciona não só a satisfação de experimentar uma refeição, mas também poderá propor “no sentido figurado e literal, uma degustação dos ritos, valores e tradições locais.” (GIMENES, 2020, p. 12).

Um dos grandes desafios na atualidade para a gastronomia tem sido a homegeinização e a industrialização de refeições do nosso dia-a-dia, com destaque para os centros urbanos que são os que mais têm sido inseridos nessa realidade e que tem gerado uma tensão com os pratos e as refeições que são considerados tradicionais em determinadas regiões, por outro lado, essa realidade também poderá ser um motivo de valorização da culinária tradicional, pois os pratos típicos podem ganhar mais destaque, sendo considerados mais autênticos e genuínos, e até podem ser considerados exóticos, sendo divulgados como atração do mercado de alimentação, principalmente dentro do contexto turístico gerando uma maior atratividade para esse contexto (FRANZONI, 2020).

Sampaio (2020) argumenta que na atualidade a gastronomia representa o prazer a mesa, caracteriza-se por uma grande variedade de preparações, e por isso, propicia uma maior escolha e seleção. É parte considerável da nossa cultura, por isso, para o autor amar a gastronomia tem a ver com apreciar o que ele chama de verdadeira comida e um bom vinho. Nessa perspectiva, preservar a gastronomia, torna-se tão importante quanto qualquer patrimônio cultural.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados apresentados demonstram a importância da gastronomia para o turismo no mundo e também no Brasil. De acordo com os autores estudados, não se deve deixar de considerar o prazer à mesa, uma boa refeição, as cozinhas regionais, as preparações de diversas regiões, entre outros elementos, como atrativos para um turista querer conhecer uma determinada região. Nessa perspectiva, a inter-relação entre turismo e gastronomia é de fato considerável.

Porém apontam para a assimetria ainda existente entre países e regiões que sabem articular seu potencial turístico e aquelas que ainda o fazem de forma esporádica, ou ainda não aprenderam a explorar todo o potencial que a gastronomia pode trazer para o turismo, e consecutivamente, o crescimento econômico de uma região ou um país. A gastronomia e o turismo podem gerar não só satisfação aos turistas, mas também emprego e aumentar o consumo, propiciando o desenvolvimento de todos. Cabe então aos poderes públicos políticas de incentivo ao turismo e a gastronomia.

Nessa perspectiva, este trabalho poderá contribuir para a reflexão e fortalecimento dessa relação e também para a formação do futuro gastrônomo, pois é um forte campo de atuação profissional, principalmente em Pernambuco onde temos uma faixa litorânea extensa, sendo um espaço promissor para estudantes formados no curso de Gastronomia. As limitações da pesquisa devem-se ao fato de não poder ter sido realizada uma pesquisa de campo para ver mais de perto a relação entre a gastronomia e o turismo, mas o que poderá ser realizado em outros níveis de formação.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Marcelo; NETO, Ernani Coelho. **Turismo, Imagem Territorial e Gastronomia: o valor simbólico da culinária na atratividade de destinos turísticos brasileiros**. Disponível em:

<<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/5768>>. Acesso em 29 de agosto de 2020.

AVELINO, M. R; MATOS, M. B. de A; SALAZAR, V. S. A inserção da Gastronomia na Marca de Destinos Turísticos: um estudo de caso da cidade do Recife-PE. In: **XIII SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO**, 13., 2016, São Paulo. Anais... São Paulo: ANPTUR, 2016.

BAHL, M., GIMENES SPERANDIO GARCIA, M., & NITSCHKE BARTOSZECK, L. TERRITORIALIDADE GASTRONÔMICA: AS COZINHAS REGIONAIS COMO FORMA DE MEDIAÇÃO DO HOMEM COM O MEIO E COMO ATRATIVO TURÍSTICO. Revista Geográfica de América Central, vol. 2, julio-diciembre, 2011, pp. 1-16.

BARROCO, Lize Maria Soares; BARROCO, Helio Estrela . A Importância da Gastronomia como Patrimônio Cultural, no Turismo Baiano. Disponível em: <<https://www.eumed.net/rev/tyrudes/02/sbb.htm>>. Acesso em 29 de agosto de 2020.

CASTRO, Fernanda Meneses de Miranda; SANTOS, Juliana Gomes Marinho dos. A cultura gastronômica como atrativo turístico: relato de uma experiência de pesquisa nos restaurantes de Aracaju/SE.

<<https://revhosp.org/hospitalidade/article/view/411/519>>. Acesso em: 29 de agosto de 2020.

CUNHA, Linício. **Economia e Política do Turismo**. Portugal: McGraw’Hill, 1997.

CUNHA, Kênia Braz; OLIVEIRA, Leidmar da Veiga. **A GASTRONOMIA ENQUANTO ATRATIVO TURÍSTICO-CULTURAL**. Disponível em:

<<http://www.anapolis.go.gov.br/revistaanapolisdigital/wp-content/uploads/2011/07/A-GASTRONOMIA-ENQUANTO-ATRATIVO-HIST%C3%93RICO-CULTURAL1.pdf>>. Acesso em: 20 de setembro de 2020.

COSTA, Ewerton Reubens Coelho. **TURISMO GOURMAND: O LUXO E A GASTRONOMIA COMO VETORES PARA O APETITE DE VIAJAR**. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/26584>>. Acesso em: 29 de agosto de 2020.

CRUZ, Mércia Socorro Ribeiro. **GASTRONOMIA COMO ATRATIVO TURÍSTICO CULTURAL**: Uma análise da potencialidade do Sul da Bahia. Disponível em: < http://www.uesc.br/icer/artigos/gastronomiacomoatrativo_mercia.pdf>. Acesso em: 27 de setembro de 2020.

DÓRIA, Carlos Alberto. **Gastronomia e turismo**: relações perigosas. Disponível em: < <http://bibliotecasp.espm.br/index.php/espm/article/view/1185>>. Acesso em: 29 de agosto de 2020.

ERIG, Geruza Aline. **A gastronomia típica, enquanto atrativo turístico-cultural de Palmas/TO**. Disponível em: < <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/37.pdf>>. Acesso em: 27 de abril de 2019.

FERREIRA, Maria Rossi. **Turismo e gastronomia: cultura, consumo e gestão**. Curitiba: InterSaberes, 2016.

FERRO, Rafael C. Gastronomia e Turismo Cultural: reflexões sobre a cultura no processo do desenvolvimento local. **Comportamento, Cultura e Sociedade**: Contextos da Alimentação. Artigo, Vol. 2, N° 2, Ano 2013.

FRANZONI, Elisa. **A gastronomia como elemento cultural, símbolo de identidade e meio de integração**. Disponível em: < _ELISA FRANZONI - A gastronomia como elemento cultural_, símbolo de identidade e meio-.pdf (unl.pt)>. Acesso em: 30 de novembro de 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184p.

GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. **Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico**: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/tp/SemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT03-1.pdf. Acesso em: 29 de agosto de 2020.

GÔNDARA , José Manoel Gonçalves. **REFLEXÕES SOBRE O TURISMO GASTRONÔMICO NA PERSPECTIVA DA SOCIEDADE DOS SONHOS**. Disponível em: https://www.academia.edu/489722/Reflex%C3%B5es_sobre_o_turismo_gastron%C

[3%B4mico na perspectiva da sociedade dos sonhos](#). Acesso em: 29 de agosto de 2020.

HENRIQUES, Cláudia; CUSTÓDIO, Maria João. Turismo e Gastronomia: a valorização do património gastronómico na região do Algarve. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-24082010000100008>. Acesso em: 29 de agosto de 2020.

KOPRUSZYNSKI; Cibele Pereira; MARIN; Flávia Andréia. **ALIMENTAÇÃO HUMANA, PASSADO, PRESENTE E FUTURO**. Disponível em: <<http://www.ibb.unesp.br/Home/Secoes/SecaodeApoioEnsinoPesquisaExtensao-SAEPE/10a-semana---texto-agente.pdf>>. Acesso em: 27 de abril de 2019.

MARQUETTO, Rut Maria Friedrich; JARCZEWSKI, Márcia; BISOGNIN, Edir L.. GASTRONOMIA COMO FATOR DE INTEGRAÇÃO SOCIAL NO TURISMO. Disponível em: <<https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/83-gastronomia-como-fator.pdf>>. Acesso em: 27 de setembro de 2020.

MONTANARI, M. **A fome e a abundância**: história da alimentação na Europa. Bauru: EDUSC, 2003.

PECCINI, Rosane. A Gastronomia e o Turismo. Revista **Rosa dos Ventos**, 5(2), p. 206-217, abr-jun, 2013.

RIBEIRO-MARTINS, Clarissa de Souza; SILVEIRA-MARTINS, Elvis. TURISMO GASTRONÔMICO: UMA PESQUISA BIBLIOMÉTRICA EM BASES DE DADOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS. **Turismo: Visão e Ação**. 2018, Vol. 20 Edição 1, p184-208. 25 p.

SAMPAIO, Francisco. **A gastronomia como produto turístico**. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3395765>>. Acesso em: 29 de agosto de 2020.

SANTOS, Daianna Marques dos. **História da Gastronomia Mundial**. Disponível em <https://www.uniasselvi.com.br/extranet/layout/request/trilha/materiais/livro/livro.php?codigo=29176>. Acesso em: 08 de novembro de 2020.

Disponível em: < www.diariodepernambuco.com.br/noticia/politica/2016/10/roberto-pereira-o-nordeste-a-gastronomia-e-o-turismo.html>. Acesso em: 07 de setembro de 2020.

Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/4708-a-importancia-da-gastronomia-para-o-turismo-brasileiro.html>>. Acesso em: 07 de setembro de 2020.