

ÉRIKA SANTOS SILVA

**O TURISMO GASTRONÔMICO EM CAMPO GRANDE/MS
COM PERSPECTIVAS DE DESENVOLVIMENTO LOCAL.**

UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO
LOCAL**

**MESTRADO ACADÊMICO
CAMPO GRANDE – MS**

2018

ÉRIKA SANTOS SILVA

**O TURISMO GASTRONÔMICO EM CAMPO GRANDE/MS
COM PERSPECTIVAS DE DESENVOLVIMENTO LOCAL.**

Dissertação de mestrado apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local- Mestrado e Doutorado acadêmico da Universidade Católica Dom Bosco, como exigência final para obtenção do título de mestre em Desenvolvimento Local sob a orientação da Professora Doutora Arlinda Cantero Dorsa.

**CAMPO GRANDE - MS
2018**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Biblioteca da Universidade Católica Dom Bosco – UCDB, Campo Grande, MS, Brasil)

S586t Silva, Érika Santos

O turismo gastronômico em Campo Grande - MS: com perspectivas de desenvolvimento local / Érika Santos Silva; orientadora Arlinda Cantero Dorsa -- 2018.

86 f. + anexos.

Dissertação(mestrado em desenvolvimento local) – Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande, 2018.

1. Gastronomia 2. Turismo – Campo Grande, MS 3. Patrimônio cultural. Cultura 4. Desenvolvimento regional I. Dorsa, Arlinda Cantero II. Título

CDD – 338.4791

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: “O turismo gastronômico em Campo Grande – MS com perspectivas de desenvolvimento local”.

Área de concentração: Desenvolvimento Local em Contexto de Territorialidades.

Linha de Pesquisa: Cultura, Identidade e Diversidade na Dinâmica Territorial.

Dissertação submetida à Comissão Examinadora designada pelo Conselho do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local – Mestrado Acadêmico da Universidade Católica Dom Bosco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Local.

Exame de Defesa aprovado em: 19/03/2018

BANCA EXAMINADORA



Profª Drª Arlinda Cantero Dorsa
Universidade Católica Dom Bosco



Prof Dr Heitor Romero Marques
Universidade Católica Dom Bosco



Profª Drª Maria Geralda de Miranda
Centro Universitário Augusto Motta

“Realizar um sonho inclui perder e ganhar várias coisas pelo caminho, porque afinal sonhos não tem preço e nem fim!”.

(Érika Santos Silva)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por sempre me guiar nos caminhos por onde decido seguir, não deixando que me falte nada e fortalecendo a minha FÉ.

A minha avó Silvia Luiz Santos que foi o fator essencial para a busca desse sonho.

Aos meus pais e irmãos que apesar de toda dificuldade sempre estiveram ao meu lado apoiando e estimulando todo tipo de evolução.

A minha orientadora Prof^ª. Dr^ª. Arlinda Cantero Dorsa, que se fez uma professora, mãe e amiga em todo o processo. Sou grata pela paciência, compreensão e todo conhecimento que me ofereceu no decorrer do mestrado.

Meus amigos e companheiros de vida que me mantiveram em pé durante todo tempo Gustavo Figueroa, Victor Hugo Rodrigues e Guilherme Neto.

A Maira Garcia que no momento mais difícil me acolheu e confortou meu coração com suas palavras amiga.

Ao José Carlos de Oliveira Monteiro que foi essencial durante uma parte do processo se fazendo parceiro e amigo, apoiando e ajudando da melhor forma que lhe cabia.

E a Pabline Nunes amiga de todas as horas, que me acolheu e dividiu comigo toda sua energia, força e fé diariamente, fazendo mais feliz esse caminho.

SILVA, Érika S. **O turismo gastronômico em Campo Grande-MS com perspectivas de desenvolvimento local.** p.86. Ano 2018. Dissertação Mestrado em Desenvolvimento Local. Universidade Católica Dom Bosco.

RESUMO

O turismo vem aumentando consideravelmente nos últimos anos, a facilidade de locomoção e o conhecimento de lugares por meio de mídias digitais se tornou um atrativo para os viajantes, neste contexto, a gastronomia assumiu um papel relevante com a promoção da alimentação diversificada, propiciada pelas diferentes culturas que ressaltam seus ingredientes típicos e os promovem como atrativo turístico. O reconhecimento da gastronomia como patrimônio cultural se observa no processo de identidade e memória do povo, refletindo diretamente na alimentação, no modo de saber-fazer e na utilização de produtos típicos da região que se encontra. Este estudo destaca a importância da gastronomia como atrativo turístico e objetiva levantar o potencial gastronômico da cidade de Campo Grande-MS sob a ótica de universitários. Neste cenário, apresenta inicialmente o estado do conhecimento relacionado ao turismo gastronômico, discute os conceitos de turismo, patrimônio cultural e histórico e sua relação com a gastronomia, apresenta o turismo como vetor de Desenvolvimento Local e por fim, analisa os dados obtidos por meio de pesquisa semiestruturada aplicada na comunidade universitária. Infere-se que grande parte dos universitários tem por hábito alimentar-se fora de casa e sempre à procura de uma gastronomia diversificada como atrativo turístico semanal e a cidade de Campo Grande-MS oferece essa possibilidade em razão de uma gastronomia que é influenciada pela miscigenação cultural com enfoques na gastronomia.

Palavras-chave: Gastronomia. Turismo. Patrimônio Cultural. Campo Grande-MS. Desenvolvimento local.

SILVA, Érika S. **O turismo gastronômico em Campo Grande-MS com perspectivas de desenvolvimento local.** p.100. Ano 2018. Dissertação Mestrado em Desenvolvimento Local. Universidade Católica Dom Bosco.

ABSTRACT

Tourism has been increasing considerably in recent years, the ease of locomotion and knowledge of places through digital media have become an attraction for travelers, in this context, gastronomy has played a relevant role with the promotion of diversified food, provided by different cultures that highlight their typical ingredients and promote them as a tourist attraction. The recognition of gastronomy as a cultural heritage is observed in the process of identity and memory of the people, reflecting directly on the food, the know-how and the use of typical products of the region. This study highlights the importance of gastronomy as a tourist attraction and aims to raise the gastronomic potential of the city of Campo Grande-MS from the perspective of university students. In this scenario, it initially presents the state of knowledge related to gastronomic tourism, discusses the concepts of tourism, cultural and historical heritage and its relation with gastronomy, presents tourism as a vector of Local Development and, finally, analyzes data obtained through semistructured research applied in the university community. It is inferred that most university students have a habit of going out to eat and always look for a diversified gastronomy as a weekly tourist attraction, and the city of Campo Grande-MS offers this possibility due to a gastronomy that is influenced by the miscegenation with a focus on gastronomy.

Keywords: Gastronomy. Tourism. Cultural heritage. Campo Grande, MS. Local development

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - A fisiologia do gosto.....	33
Figura 2 -Gastronomia: uma breve história ilustrada.....	34
Figura 3 -Gastronomia e turismo	34
Figura 4 -A história da gastronomia	35
Figura 5 -Turismo, história e gastronomia.....	35
Figura 6 -Brasil: gastronomia, cultura e turismo	36
Figura 7 –Cartaz festival gastronômico bar em bar MS	44
Figura 8 –Aperitivos do festival gastronômico bar em bar MS	44
Figura 9 –Bar participante do festival bar em bar MS	45
Figura 10 –Restaurante Casa do Peixe	45
Figura 11 –Cartaz circuito gastronômico Av. Bom Pastor	46
Figura 12 –Perspectiva I Av. Bom Pastor	46
Figura 13 - Perspectiva II Av. Bom Pastor	47
Figura 14 - Festa da Linguiça de Maracaju –MS	48
Figura 15 - Festa da Linguiça de Maracaju –MS	48
Figura 16 - Festival Gastronômico Sabores das Américas (Fegasa)	49
Figura 17 - Parapesca	49
Figura 18 - Festival do sobá	50
Figura 19 - Festival do sobá- feira central.....	50
Figura 20 . Crescimento do Turismo Internacional 2016	56
Figura 21 - Entrada principal Feira Central.....	70
Figura 22 Pizzaria Pedaco da Pizza.....	71
Figura 23 - Entrada principal Feira Central	72
Figura 24 - Delícias da Tia	73
Figura 25 - Point do Espeto e Sobá	73
Figura 26 - Churrascaria e Costelaria Gaúcho Gastão	74
Figura 27 - Feira central	74
Figura 28 - Bifão da Coophasul	75
Figura 29 - Cantina Masseria	76
Figura 30 - Cantina Romana	76
Figura 31 - Restaurante Lagoa da Prata.....	77

Figura 32- Vermelho Grill.....	77
Figura 33- Merceria Bar.....	78
Figura 34- Água Doce cachaçaria.....	78

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -Dissertações refinadas da Universidade do Vale do Itajaí- UNIVALI.....	19
Quadro 2 -Dissertações refinadas da Universidade de Brasília- UNB.....	22
Quadro 3 -Dissertações refinadas da Universidade Anhembi Morumbi- AM.....	24
Quadro 4 -Dissertações refinadas da Universidade Estadual do Ceará- UECE.....	25
Quadro 5 -Dissertações refinadas da Universidade Federal do Rio Grande do Norte-UFRN	27
Quadro 6 -Dissertações refinadas da Universidade Federal do Paraná- UFPR	28
Quadro 7 -Dissertações refinadas da Universidade de Caxias do Sul- UCS	29
Quadro 8 -Dissertações refinadas da Universidade de São Paulo- USP	31

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Universidades pesquisadas.....	67
Gráfico 2 - Do gênero.....	68
Gráfico 3 - Faixa de etária.	69
Gráfico 4 - Locais mais frequentados	69

SUMÁRIO

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	11
2 GASTRONOMIA: CONSIDERAÇÕES PONTUAIS	14
2.1 Gastronomia- estado de conhecimento	16
2.2 O banco de teses e dissertações -CAPES	18
2.3 O estado de conhecimento – Obras publicadas	32
2.4 O estado de conhecimento - Dos artigos publicados.....	37
3. O TURISMO, O PATRIMÔNIO CULTURAL E HISTÓRICO E SUA RELAÇÃO COM A GASTRONOMIA (DO GERAL AO LOCAL)	38
3.1 A gastronomia e suas potencialidades: olhares globais.....	39
3.2 A gastronomia e suas potencialidades: olhares nacionais.....	41
3.3 A gastronomia e suas potencialidades: olhares locais	43
3.4 A relação turismo e gastronomia como fator de desenvolvimento	50
4 O TURISMO GASTRONÔMICO COMO VETOR DE DESENVOLVIMENTO LOCAL	54
4.1 O turismo e sua relação com a gastronomia como vetores de desenvolvimento local	54
4.2 Gastronomia como patrimônio histórico cultural	61
4.3 Gastronomia como capital social	64
5 PERCURSOS GASTRONÔMICOS NAS PERCEPÇÕES DA COMUNIDADE UNIVERSITÁRIA.....	67
5.1 Aplicação da pesquisa.....	67
5.2 Circuitos universitários mais frequentes.....	70
5.3 Circuito gastronômico tradicional	75
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	79
REFERÊNCIAS	84
ANEXO.....	86

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Devido aos seus aspectos identitários, a gastronomia tem valor cultural em meio ao território vivido, ressaltando-se a identidade e memória local por meio da alimentação e partindo-se do pressuposto que a comida não só é necessária para a subsistência humana, como também pode ser utilizada como atrativo turístico.

Nesta dissertação, tem-se por objetivo geral analisar a importância da gastronomia relacionada ao turismo gastronômico e específicos: i) Pesquisar o estado de conhecimento sobre a temática relacionada ao turismo gastronômico; ii) Apresentar o embasamento teórico conceitual sobre o turismo, o patrimônio cultural e histórico e sua relação com a gastronomia ; iii) Discutir o turismo gastronômico como vetor de Desenvolvimento Local; iv) Pesquisar e analisar a percepção universitária de Campo Grande-MS com relação à gastronomia e sua relação com o patrimônio histórico cultural com perspectivas de Desenvolvimento Local visando à multiculturalidade, tendo em vista o perfil da capital de Mato Grosso do Sul.

Algumas questões norteiam esta pesquisa e se voltam aos seguintes questionamentos: Qual a percepção gastronômica da comunidade universitária da cidade de Campo Grande-MS? Como a prática gastronômica como atrativo turístico pode favorecer o Desenvolvimento Local?

Tem-se por hipótese que a gastronomia diversificada que se encontra na cidade de Campo Grande- MS pode propiciar a exploração de seus potenciais turísticos utilizando a variedade alimentar encontrada como atrativo para pessoas que passam pela cidade, tanto a trabalho porque permanecem pelo menos uma noite, quanto a passeio por seguirem viagem para o interior do estado ou outras localidades.

O hábito rotineiro da população de se alimentar fora de casa, mostra que um dos fatores principais que contribuem para essa prática se deve ao grande hibridismo cultural encontrado na cidade desde sua fundação. No entanto, o aumento da busca por conhecimento gastronômico através de programas de televisão, blogs de gastronomia e sites tem contribuído para o desenvolvimento rápido dos corredores gastronômicos pela cidade, propiciando o surgimento de empreendimentos diversos em diferentes regiões da cidade como restaurantes e bares, facilitando a busca dos clientes.

A alimentação é primordial para sobrevivência do corpo fisiológico humano, além de remeter a identidade cultural e memória do povo, dessa forma, a gastronomia é um dos meios

que mais auxiliam no Desenvolvimento Local, pois tem um giro rápido de capital e carrega conhecimento cultural do território onde se encontra. No enfoque desta dissertação, busca-se conceituar a gastronomia como patrimônio cultural e suas vertentes elencando-a como ferramenta de desenvolvimento humano, social e local.

Justifica-se a escolha desta temática pelo apreço ao patrimônio cultural e sua busca por turismo gastronômico. Assim, mediante pesquisas, observou-se um potencial na gastronomia campo-grandense-MS que com atenção e dedicação necessária de políticas públicas pode-se tornar um eficiente atrativo turístico para a cidade favorecendo o Desenvolvimento Local.

A pesquisa possui abordagem quali-quantitativa, buscando complementar os dados coletados com a fundamentação teórica para alcançar maior riqueza de informações. Objetivou-se proporcionar uma visão geral da temática em estudo, envolvendo, desta maneira, análise de conteúdo, levantamento bibliográfico e documental.

Foi realizada em quatro etapas: levantamento bibliográfico; coleta de dados por meio do mapeamento das dissertações defendidas entre os anos de 2012 a 2016 buscadas no Banco de Teses e Dissertações da CAPES, mapeamento das obras publicadas sobre a gastronomia, aplicação, tabulação e análise dos dados obtidos por meio da aplicação de questionário semiestruturado em cerca de 330 universitários da capital sul-mato-grossense.

O primeiro capítulo traz o estado de conhecimento sobre o tema turismo gastronômico, relacionando todo o processo e levantamento bibliográfico da pesquisa. Nele decorre o desenvolvimento detalhado da pesquisa exploratória e bibliográfica, que foi feita por meio do acesso virtual ao banco de dados no Banco de teses e dissertações no *site* da CAPES. Após busca inicial e devido à grande quantidade de conteúdo, foram necessários vários refinamentos nos arquivos encontrados, e para não dispersar do tema e extrair apenas as informações relevantes houve uma divisão das instituições que mais publicaram dentro da temática abordada. Após isso cada dissertação foi analisada para a construção do conhecimento a respeito do turismo gastronômico.

O segundo capítulo aborda os principais conceitos formados por estudiosos, da área de turismo, patrimônio cultural e histórico. Nele observa-se que o turismo só se constitui devido ao deslocamento do território de convivência para outro, e a permanência nesse novo lugar deve ter uma duração mínima de quatro horas. Já o patrimônio cultural é existente em todos os lugares, o que constitui a sua existência é um conjunto de bens materiais ou imateriais que são reflexo da população que habita ou habitou o local. Pode-se encontrar o patrimônio cultural refletido na herança do saber-fazer, manifestações populares, eventos, cultos, festas

típicas, gastronomia, rituais e tudo aquilo que é herdado de geração para geração, e que possa ser identificado como identidade e memória de um povo.

O patrimônio cultural está inserido no contexto do turismo, por conter diversos elementos de atração turística. Em meio às grandes procuras o mais buscado ainda é o patrimônio histórico arquitetônico, seguido pelo turismo litorâneo, mas em ambos é inevitável a apreciação da gastronomia local. A alimentação é uma necessidade fisiológica do ser humano, mas pode diversificar-se muito, dependendo do local que está inserida, sofrendo mudanças efetivas mediante ao bioma em que se encontra.

O terceiro capítulo apresenta o contexto do turismo gastronômico para a cidade de Campo Grande –MS, buscando entender como esse processo acontece em outras cidades, municípios e países e qual a relação das políticas públicas diante esse tema, de que forma se pode favorecer o Desenvolvimento Local para potencializar o turismo gastronômico campo-grandense.

O quarto e último capítulo demonstra o resultado da análise dos dados coletados, referentes à aplicação do questionário semiestruturado na comunidade acadêmica, de quatro instituições universitárias na cidade de Campo Grande-MS. Nele se observa o aumento do fluxo turístico local e internacional, a busca pelo turismo cultural, e o aumento da demanda gastronômica tanto pela população local quanto para os visitantes.

O Desenvolvimento Local é retratado em meio à relação homem-território dentro do contexto de capital social, pois abrange funções individuais e coletivas sociais que tem objetivos comuns e que em cooperação se promovem dentro do território campo-grandense. Trabalham num sistema de sociedade-espaço-tempo resultando no Desenvolvimento Local.

A gastronomia por sua vez funciona dentro do capital social promovendo uma melhoria de vida das pessoas e da sociedade em geral relacionando o momento atual e perspectivas futuras, constituindo relações com o Desenvolvimento Local.

2 GASTRONOMIA: CONSIDERAÇÕES PONTUAIS

Os trabalhos acadêmicos independentes do tema e dos objetivos necessitam do conhecimento da produção existente, cuja finalidade é reconhecer os avanços e limites do que até então foi produzido e relacionado a um tema de estudo.

Na acepção de Peixoto (2007), há inúmeras áreas que têm dedicado atenção especial na busca de diminuir o estado de dispersão graças aos investimentos mais recentes das bibliotecas na elaboração de catálogos eletrônicos que possibilitam o levantamento ou mapeamento.

Esta dissertação, portanto, parte da busca pelo conhecimento, elencando que no decorrer das décadas, as produções teóricas vêm sendo ampliadas a cada dia. Algumas práticas de publicações implantadas pela comunidade científica fazem com que constantemente os bancos de dados científicos sejam abastecidos com informações de pesquisas atualizadas.

Dessa forma o estudo de temas mesmo que recorrentes, possui uma abrangência muito maior, pois os pesquisadores passam a ter acesso ao que já foi publicado podendo analisar as pesquisas existentes, reestruturar a pesquisa em andamento, expandir ou inová-las cada vez mais. Para que essas publicações tenham fundamentação, existem *sites* de publicações específicos com um banco de dados extenso no qual os trabalhos passaram por várias seleções que dão suporte a teoria da pesquisa. Na busca pelo estado de conhecimento, foi acessado o Banco de teses e dissertações da CAPES com a finalidade de realizar-se o levantamento dos temas relacionados com esta dissertação.

2.1 Gastronomia- estado de conhecimento

Os trabalhos acadêmicos de qualquer tema precisam levantar conhecimentos de produções já existentes, chamado de levantamento do estado da arte, que reconhece os avanços nas produções do conhecimento sobre um tema de estudo. Neste contexto, Peixoto, (2007), Ferreira (2002) acrescentam que devem ser utilizadas principalmente fontes de consulta disponíveis em forma de resumos ou catálogos de fontes. O objetivo do estado da arte é “mapear e discutir certa produção acadêmica em determinado campo do conhecimento”.

Neste contexto, Ferreira (2002) afirma que o ponto em comum é mapear uma produção acadêmica em vários campos de conhecimento. Em seus estudos, o pesquisador concluiu com as produções acadêmicas, segundo, quando identifica e quantifica os dados bibliográficos, na intenção de mapear as produções, delimitando períodos, locais, e áreas de produção. Sendo assim, o pesquisador lida com dados objetivos e específicos que remetem à pesquisa, nesse momento é possível verificar o amadurecimento das produções da pós-graduação, vinculados a determinadas entidades e órgãos no país.

O pesquisador constata que as pesquisas crescem, ampliando-se e multiplicando-se, e mudando os envolvidos, assim como os locais de produção. Já em um segundo momento o pesquisador analisa acerca das possibilidades referentes às produções, tem acesso às tendências, escolhas metodológicas e teóricas, diferenciando os trabalhos entre si em uma determinada área do conhecimento. As perguntas são respondidas: “quando”, “onde” e “quem”. Nesta etapa as dificuldades são inúmeras, como organizar o material e fazer a leitura dos resumos.

Ampliando esta discussão, Peixoto (2007) afirma que o conhecimento do estado da arte permite identificar as problemáticas para a pesquisa e ampliar os conhecimentos de um determinado campo. Já investigações sobre a denominação de “estado da arte” podem ser mais abrangentes ou mais restritas, dependendo das fontes de informações empregadas, sobre este assunto, Nóbrega -Therrien (2010) ponderam que, no estado da arte, utilizam-se “predominantemente resumos e catálogos de fontes de produção científica”.

Alguns pesquisadores do “estado da arte” tomam posições diversas: alguns lidam com certa tranquilidade no mapeamento que se propõe a fazer da produção acadêmica a partir dos resumos publicados em catálogos das instituições, ignorando todas essas limitações que o próprio objeto oferece; outros optam por uma única fonte, por exemplo, os resumos encontrados na ANPED¹; e há ainda aqueles que, num primeiro momento, acessam as pesquisas por meio dos resumos, e, em seguida, vão em busca dos trabalhos na íntegra.

Investigações acerca da denominação de “estado da arte” podem ser mais abrangentes ou mais restritas quanto às fontes de informação utilizadas. Segundo Romanowski e Ens (2006), uma pesquisa dessa natureza deve compreender o levantamento em distintas fontes de informação, tais como artigos de periódicos, trabalhos em eventos, relatórios de pesquisa, dissertações e teses de uma área de conhecimento. Quando a investigação se limita somente a um tipo de publicação científica, Romanowski e Ens (2006) afirmam se tratar de um “estado

¹ ANPED- Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação.

do conhecimento”, em vez de um “estado da arte”, outros autores, contudo, consideram não haver distinção entre “estado da arte” e “estado do conhecimento” (FERREIRA, 2002; TEIXEIRA, 2006). Apresentamos a seguir as teses e dissertações pesquisadas no Banco da CAPES.

2.2 O banco de teses e dissertações-CAPES

Com relação à temática, objeto desta dissertação: Turismo gastronômico foi utilizado o Banco de teses e dissertações da CAPES². Em primeiro momento no refinamento realizado, foram inseridas as palavras chaves para a busca: “Turismo Gastronômico + Patrimônio Histórico Cultural + Gastronomia”, obtendo-se de imediato 124868 (cento e vinte e quatro mil oitocentos e sessenta e oito) dissertações e teses relacionadas.

Em um segundo refinamento foram selecionados os períodos 2012 a 2016, relativo aos últimos 5 (cinco anos) obtendo-se um resultado de 51.011 (cinquenta e um mil e onze), considerando-se ainda um volume muito grande de trabalhos, observou-se a necessidade de mais refinamentos.

No terceiro refinamento, a seleção foi feita por meio da “Grande área do conhecimento”, e área de conhecimento: “Ciências Sociais Aplicadas” resultando em 3.451 (três mil quatrocentos e cinquenta e um) dissertações e teses.

Um novo refinamento foi necessário, partindo-se então para o quarto refinamento, relativo à área de conhecimento” mais específica que foi “Turismo”, dentro do quadro das 12 opções (Administração, Arquitetura e Urbanismo, Ciência da Informação, Comunicação, Demografia, Desenho Industrial, Direito, Economia, Museologia, Planejamento Urbano e Regional, Serviço Social e Turismo) resultando em 87 dissertações e teses.

Por fim, para não dispersar sobre o conhecimento a respeito da temática, devido à pesquisa abranger várias áreas de atuação foi feito um último refinamento, baseado na aproximação com o tema da dissertação, a partir do “Título, Resumo e palavra-chave” de cada dissertação, dessa forma a pesquisa pôde selecionar 34 (trinta e quatro) dissertações de mestrado, as quais possuem uma afinidade com o tema desta dissertação.

² CAPES- Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

Conforme a finalização do processo de refinamento, para entender melhor do conteúdo apresentado, buscou-se organizar as dissertações por instituição, a fim de compreender melhor o enfoque de suas áreas e linhas de pesquisa sobre o tema em busca. Segue o Quadro 1 abaixo:

Quadro 1 – Dissertações refinadas da Universidade do Vale do Itajaí- UNIVALI

UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAI (UNIVALI)				
	ANO	AUTOR	TÍTULO	PALAVRA-CHAVE
1	2016	Valeria Cristina Cunha Lima	A cidade e a fazenda: memória alimentar campo-maiorense e sua potencialidade turística.	Turismo; Campo Maior-PI; Memória Alimentar; Patrimônio cultural
2	2016	Marina Tete Vieira	O patrimônio cultural em torno de um engenho de farinha em balneário Camboriú/SC: saberes e fazeres como motivação turística.	Turismo; Cultura; Engenhos de Farinha; Patrimônio Cultural; Turismo Cultural
3	2016	Luciana Marchetti da Silva	A culinária caiçara e a prática da hospitalidade nos restaurantes especializados em peixes e frutos do mar da baixada santista.	Hospitalidade; Culinária Caiçara; Restaurantes; Diferencial Competitivo; Qualidade de serviços.
4	2015	Ronaldo Luiz Beleze	A ecogastronomia: estudo para incremento da atividade turística nos povoados de Barreirinhas-MA, município onde se situa a maior parte do PNLM (Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses).	Turismo; Lençóis Maranhenses; Ecogastronomia; Barreirinhas.
5	2014	Gustavo Adolfo Maresch	A culinária típica austríaca na cidade de treze tílias (SC) e sua contribuição para o turismo.	Turismo; Culinária Típica austríaca; Gastronomia; Treze Tílias.
6	2014	Rafael Beuther	O uso da gastronomia alemã como fator de atratividade turística em São Bento do Sul (SC).	Turismo; Hibridismo; Gastronomia Alemã; São Bento do Sul.
7	2012	Michelle Kormann da Silva	Aproveitamento gastronômico de pescados oceânicos de ocorrência local em cardápios de restaurantes no litoral de Santa Catarina.	Peixes; Restaurantes; Métodos de cocção; Gastronomia; Litoral de Santa Catarina; Qualificação Profissional.

Fonte: Elaboração pessoal

A Universidade do Vale do Itajaí- UNIVALI tem no Programa de pós-graduação, o Mestrado acadêmico em Turismo e Hotelaria, com conceito Capes (5,0) atualizados no ano de 2017. Sua área de concentração é “Planejamento e gestão do turismo e da hotelaria” com as linhas de pesquisa em “Planejamento do destino turístico” e “Gestão das empresas de turismo”. Suas dissertações em geral ressaltam uma preocupação com a preservação do patrimônio histórico elevando a cultura alimentar e suas tradições, acreditando que a preservação dos mesmos auxilie no Desenvolvimento Local da região.

A dissertação “A cidade e a fazenda: memória alimentar campo-maiorense e sua potencialidade turística” de autoria de Valeria Cristina Cunha Lima apresenta a memória alimentar do município piauiense de Campo Maior, ressaltando o valor das fazendas de gado existentes na região. Dessa forma sua proposta é a de obter subsídios para a organização de atividades turísticas na região, mostrando toda sua tradição alimentar e consequentemente preservando o patrimônio cultural do povo. O método qualitativo utilizado ressalta que a população se constitui em verdadeiros guardadores da memória alimentar local e a análise dos dados coletados seguiu o modelo praticado por Geertz (1997) e encontrado na obra “A interpretação das culturas”. Mediante a essa expressiva memória alimentar que existe em meio do povo de Campo Maior-PI, acredita-se em um legado cultural que somente necessita de organização turística para fornecer desenvolvimento e visibilidade local.

Marina Tete Vieira em sua dissertação “O patrimônio cultural em torno de um engenho de farinha em balneário Camboriú/SC: saberes e fazeres como motivação turística”, observa a necessidade de mostrar que o município de Balneário Camboriú-SC tem outros atrativos além das praias e pôr-do-sol, que podem ser explorados para o fluxo turístico. A pesquisa mostra o último engenho de Farinha de Taquaras em funcionamento da região, e os seus modos de saberes e fazeres que giram em torno do engenho e sua perspectiva para o turismo no Desenvolvimento Local.

A dissertação “A culinária caiçara e a prática da hospitalidade nos restaurantes especializados em peixes e frutos do mar da baixada santista” da autoria de Luciana Marchetti da Silva objetiva a exploração dos fatores que influenciam a culinária caiçara e toda hospitalidade que a acompanha nos estabelecimentos em que são oferecidos peixes e frutos do mar na Baixada Santista. A gastronomia local reflete todo o patrimônio histórico e cultural do povo retratando suas vivências e heranças, e contribuindo para o Desenvolvimento Local. No sec. XX, com a globalização e industrialização os hábitos alimentares foram alterados formando uma padronização dos alimentos oferecidos, no entanto no séc. XXI começou-se a observar a necessidade de valorizar temas como, a sustentabilidade voltando à atenção para a cozinha regional e o uso de alimentos orgânicos. A hospitalidade busca oferecer serviços de qualidade para essa tendência, pois interferem representativamente na culinária caiçara e em seus alimentos típicos.

A dissertação de autoria de Ronaldo Luiz Beleze, intitulada “A ecogastronomia: estudo para incremento da atividade turística nos povoados de Barreirinhas - MA, município

onde se situa a maior parte do PNLM- Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses”, apresenta na cidade de Barreirinha - MA, a principal atividade turística que é a visitação no PNLM. Para a consecução desta atividade é necessária a permanência dos turistas em média três dias na cidade e o trajeto inclui a passagem por seis povoados, e inclui três fases sendo a primeira o conhecimento dos aspectos geo-históricos e econômicos da cidade de Barreirinha e seu entorno. A segunda fase mostra como a gastronomia de cada povoado reflete no turismo sendo usada como geradora de renda; a terceira fase traz a interação dos povoados na prática da econogastronomia. A finalidade então é a exploração da econogastronomia, termo cunhado por Carlo Petrini, simbolizando uma alimentação natural ao homem que ao mesmo tempo preserva a biodiversidade, os modos de comercialização dos mesmos, além de intensificar o fluxo turístico juntamente contribuindo para o Desenvolvimento Local de Barreirinhas - MA.

Ao buscar compreender a peculiaridade da culinária austríaca que foi trazida por imigrantes de Tirol para a comunidade de Treze Tílias-SC, o autor Gustavo Adolfo Maresch atentou-se para observar como a influência da culinária austríaca se incorporou na cozinha típica da cidade de Treze Tílias, identificando as características austríacas, seguindo as adaptações recorrentes da região, mas incluindo as características dos povos instalados no local, ressaltando a importância da gastronomia para a comunidade e elencando a culinária para o estímulo do turismo local.

Beuther (2014), na dissertação “O uso da gastronomia alemã como fator de atratividade turística em São Bento do Sul (SC)” apresenta a imigração do povo alemão na cidade de São Bento do Sul-SC como um grande influente na cultura local, alterando a arquitetura, costumes locais, alimentação e saberes. Isso proporcionou uma cultura local diferente do resto da região de Santa Catarina, aguçando a curiosidade do turismo para a cidade. A pesquisa apresenta uma análise crítica diante dos bens intangíveis, mas com o foco na gastronomia alemã desenvolvida na cidade, a fim de ressaltar o patrimônio histórico, descrever as heranças patrimoniais e gastronômicas deixadas pelo hibridismo criado entre os povos desenvolvidos na região, buscando a perspectiva de auxiliar no desenvolvimento do turismo da região.

Por fim, no Quadro 1, a dissertação intitulada “Aproveitamento gastronômico de pescados oceânicos de ocorrência local em cardápios de restaurantes no litoral de Santa Catarina” de autoria de Michelle Kormann da Silva trata da produção nacional de pescados catalogando cerca de 139 espécies de peixes capturados no litoral pela pesca industrial e

artesanal. Objetivando analisar o aproveitamento gastronômico de peixes nos cardápios dos restaurantes dos municípios do litoral catarinenses, o autor afirma que dentre os onze tipos de métodos de cocção empregados pelos estabelecimentos visitados dois foram os mais citados: o fritar e o grelhar/chapear.

Quadro 2 – Dissertações refinadas Universidade de Brasília UNB

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA (UNB)				
	ANO	AUTOR	TÍTULO	PALAVRA-CHAVE
1	2016	Magna Pereira da Silva	Feira Central de Ceilândia e Gastronomia Regional: Patrimônios do Distrito Federal	Feira Central de Ceilândia (FCC), gastronomia regional, Lugar de memória, patrimônio.
2	2016	Thalita Kalix Garcia Santana	Os inventários do patrimônio alimentar brasileiro: possibilidades para o incremento do turismo gastronômico?	Turismo Gastronômico; Patrimônio Alimentar Brasileiro; Cultura Alimentar.
3	2015	Alexander Malaver Copara	Festival "Mistura" (Lima/Peru): nova janela de inclusão dos agricultores familiares pelo turismo gastronômico.	Turismo. Agricultura. Gastronomia. Evento. Sustentabilidade.
4	2015	Barbara Lins Lima	Estrada Geral do Sertão: potenciais turísticos de um caminho quase esquecido.	Turismo. Estrada Geral do Sertão. Memória. Comunicação. Cicloturismo
5	2015	Ana Paula Caetano Jacques	Patrimônio Cultural x Atrativo Turístico: O Caso da Gastronomia em Belém do Pará	Gastronomia paraense; Turismo; Patrimônio cultural.
6	2012	Tainá Bacellar Zaneti	Das panelas das nossas avós aos restaurantes de alta gastronomia: os processos sociais de valorização de produtos agroalimentares tradicionais.	Produtos agroalimentares tradicionais. Valorização. Alta gastronomia. Dispositivos de julgamento. Mercados.

Fonte: Elaboração pessoal

A Universidade de Brasília (UNB) tem o programa de Pós-graduação de Mestrado profissional em Turismo com área de concentração em Cultura e Desenvolvimento Regional, suas linhas de pesquisa são “Cultura e sustentabilidade no turismo” e “Desenvolvimento, Políticas públicas e Gestão no turismo”, tem avaliação de conceito 05 (cinco) pela CAPES e boa parte das pesquisas desenvolvida no programa relacionam a gastronomia ou alimentação como complemento ao Desenvolvimento Local pelo turismo.

Magna Pereira da Silva aborda na dissertação “Feira Central de Ceilândia e Gastronomia Regional: Patrimônios do Distrito Federal”, a região administrativa de Brasília-

DF onde nasceu à cidade de Ceilândia e junto a ela a Feira Central de Ceilândia (FCC), lugar reconhecido pela população e que tem fluxo turístico devido à gastronomia de origem nordestina desenvolvida na região. Por ter se constituído em meio a dois movimentos de erradicação de invasão e erradicação de favelas nas décadas de 1960 e 1970, se formou num núcleo de expressão cultural de gastronomia nordestina. Enfatiza na pesquisa a análise cultural do ponto de vista histórico e social propiciada pela comida apresentada como identidade e memória, favorecendo a atividade turística.

Thalita Kalix Garcia Santana (2016) afirma que a procura pelo tema gastronômico aumentou consideravelmente para a população brasileira, e esse interesse se dá de diversas formas como: *blogs* direcionados, programas de televisão e *sites* gastronômicos. No entanto, observa em sua dissertação intitulada “Os inventários do patrimônio alimentar brasileiro: possibilidades para o incremento do turismo gastronômico?” uma homogeneização aos padrões alimentares internacionais, porém, ainda uma grande demanda do Brasil em explorar sua gastronomia local para o turismo. Com isso foram analisados projetos e ações culturais que promovem o turismo gastronômico e desenvolvimento agrário.

Alexander Malaver Copara (2015) analisa o Festival Gastronômico de Mistura em Huánuco (PERU), atendo-se às dimensões socioeconômicas e culturais da sustentabilidade. Viabiliza a contribuição da comunidade de agricultores familiares no desenvolvimento do turismo local, e identifica que os produtos produzidos nas comunidades de Hayllacayan e Malpaso que fazem parte da região de Huánuco, já são reconhecidos por *chefs gourmet* e nas grandes cidades e capital do Peru. Esse conhecimento é um atrativo para turistas nacionais e internacionais, favorecendo o desenvolvimento e melhores oportunidades para pequenos produtores.

Barbara Lins Lima (2015) aborda na dissertação “Estrada Geral do Sertão: potenciais turísticos de um caminho quase esquecido”, as poucas lembranças que se tem de uma rota que interligava a Bahia ao interior do Brasil, passando pela Estrada Geral do Sertão e atravessando mercadorias, viajantes, ouro e gado antes da construção de Brasília. Com uma extensão de 300 quilômetros que cruzava a região norte do Distrito Federal e circulando ao redor de alguns municípios que caíram no esquecimento, acompanhou muitas histórias durante sua existência. Apesar de não ser divulgada a Estrada Geral do Sertão ainda existe, e no seu entorno se encontram vários atrativos turísticos ambientais e culturais como museus, cavernas, cachoeiras, trilhas além de festas populares dos municípios. Com o aumento de

ciclistas, surgiu a prática do ciclo-turismo que estão encontrando na região esses atrativos turísticos e explorando em busca de memórias existentes, isso faz com que haja mais investimentos na área e conhecimento pela população favorecendo o desenvolvimento dos municípios.

A dissertação “Patrimônio Cultural x Atrativo Turístico: O Caso da Gastronomia em Belém do Pará” de autoria de Ana Paula Caetano Jacques aborda a temática da gastronomia como indispensável ao turismo, da mesma forma que o turista sempre está em busca da gastronomia. Parte do princípio que a gastronomia deve ser vista como representação do patrimônio cultural geral, mesmo sabendo que se trata de um bem de sobrevivência fisiológico. Na busca por gastronomia típica, a gastronomia paraense passou a ser oferecido como produto de atrativo turístico do Estado do Pará, e Belém por ser a capital surge como produção e consumo de patrimônio cultural e identidade da gastronomia local. Assim, se cria uma discussão sobre a valorização do produto “gastronomia paraense” como atrativo turístico.

A dissertação “Das panelas das nossas avós aos restaurantes de alta gastronomia: os processos sociais de valorização de produtos agroalimentares tradicionais” de autoria de Tainá Bacellar Zaneti Tempor objetiva entender as relações estabelecidas entre os valores: simbólico, moral e econômico dos produtos agroalimentares tradicionais no campo da alta gastronomia. Neste contexto, assume como elemento essencial o papel do *chef* como elemento chave na construção da confiança dos consumidores assim como elemento essencial para a construção da escolha, por meio das informações sobre a qualidade, a tradição, a tipicidade e a singularidade dos produtos. O autor enfatiza a relação existente entre a gastronomia vista entre a tradição e a modernidade; é o saber tradicional transformado em objeto de desejo a partir da aplicação de técnicas, estéticas e ambiente inserido. Tempor (2012) explicita, no entanto, que a diferença entre o discurso de responsabilidade social e Desenvolvimento Local contrasta com uma prática que ergue muros ao invés de pontes entre os circuitos que levam a inserção destes produtos na alta gastronomia.

Quadro 3 – Dissertações refinadas da Universidade Anhembi Morumbi -AM

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (AM)				
	ANO	AUTOR	TÍTULO	PALAVRA-CHAVE
1	2016	Renato Luis da Rocha Duarte	O sommelier de vinhos no mercado enogastronômico de São Paulo: hospitalidade e prática	Sommelier de vinhos; Enogastronomia; Mercado do vinho; Hospitalidade.
2	2015	Marília Malzoni Marchi	A mandioca como patrimônio gastronômico: do artefato à comensalidade	Comensalidade; Sistema Culinário; Artefato; Mandioca; Tipiti.

Fonte: Elaboração pessoal

A Universidade Anhembi Morumbi-AM em seu programa de Pós-graduação tem Mestrado em Hospitalidade, com uma área de concentração em Hospitalidade e duas linhas de pesquisa sendo uma: Dimensões e contexto em hospitalidade e a outra em Hospitalidade na competitividade em serviços.

Renato Luis da Rocha Duarte (2016) na dissertação “O *sommelier* de vinhos no mercado enogastronômico de São Paulo: hospitalidade e prática” discute a econogastronomia como a arte de saber harmonizar vinhos e sabores dos alimentos em uma mesma refeição, agregando prazer, conhecimento e felicidade ao ritual da confraternização alimentar.

Mediante isso, analisa não só as características necessárias para ser um *sommelier* de vinhos e como ele interage na hospitalidade da econogastronomia na cidade de São Paulo, como também os serviços de *sommelier* que agregam valor ao estabelecimento sendo um atrativo aos clientes, fidelizando a frequência e indicação dos mesmos. Na conclusão da pesquisa afirma que a agregação de valor e melhor hospitalidade ao estabelecimento obtido por um *sommelier* trazem vantagens profissionais para aqueles que se especializam na profissão.

A mandioca como patrimônio gastronômico: do artefato à comensalidade (2015) de autoria de Marília Malzoni Marchi, enfatiza a qualidade comercial da culinária da mandioca no Brasil, como um bem histórico cultural e de herança. Apresenta estudos que abordam os meios de preparo e produção dos seus derivados alimentícios que são exaustivamente consumidos pela população brasileira em diversas regiões. Observa que a compreensão da comensalidade sobre a mandioca favorece o enriquecimento cultural, pois relaciona desde a prática agrícola a produção e degustação sendo de grande importância no desenvolvimento regional.

Quadro 4 – Dissertações refinadas da Universidade Estadual do Ceará- UECE

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CEARÁ (UECE)				
	ANO	AUTOR	TÍTULO	PALAVRA-CHAVE
1	2016	Munike de Sousa Magalhães	Confeitarias, quitutes e sabores da oferta turística de fortaleza- Ceará.	Serviços de alimentação. Confeitaria. Turismo gastronômico
2	2016	Valonia de Araujo Oliveira	A gastronomia das barracas da praia do futuro como atrativo- turístico de Fortaleza.	Gastronomia, Barracas da Praia do Futuro e atrativo turístico-cultural
3	2016	Tereza Maria Pacheco Marques	A Gastronomia do Ceará como atrativo turístico.	Gastronomia. Turismo. Atrativo turístico. Ceará.
4	2016	Eline Alves Soares	O bairro turístico gastronômico da Varjota em Fortaleza: Desvendando a cozinha tradicional cearense	Gastronomia. Turismo Cultural. Alimentos e Bebidas. Restaurante. Cozinha Tradicional Cearense

Fonte: Elaboração pessoal

A Universidade Estadual do Ceará (UECE) tem mestrado em Gestão de Negócios Turísticos, com conceito CAPES 03 (três) área de concentração em “Gestão dos negócios e dos territórios turísticos” e linhas de pesquisa em “Política, estratégia e gestão dos negócios turísticos” e “Turismo, território e Desenvolvimento Local”.

Munike de Sousa Magalhães (2016), na dissertação “Confeitarias, quitutes e sabores da oferta turística de Fortaleza -Ceará” alega que a alimentação fora do ambiente de casa vem aumentando durante os últimos anos e isso influencia consideravelmente o turismo, já que ambos se relacionam. Na cidade de Fortaleza-CE, o turismo vem se desenvolvendo e a procura de serviços aumentando, a gastronomia por sua vez, ao carregar identidade e memória local vem tendo grande procura. Como exemplo é observada a Confeitaria Colombo no Rio de Janeiro, que é vista como um destino turístico ao oferecer uma boa hospitalidade carioca e produtos típicos da região. Dessa forma, visualiza as confeitarias de Fortaleza com grande potencial para o atrativo turístico, no oferecimento de produtos típicos e cultura local.

Valonia de Araujo Oliveira (2016) autora da dissertação “A gastronomia das barracas da praia do futuro como atrativo- turístico de Fortaleza” aborda a orla marítima de Fortaleza e sua extensa rede de restaurantes que oferecem iguarias típicas da região, tendo uma vasta gastronomia para os turistas usufruírem. A orla marítima destaca-se como um dos principais pontos turísticos da cidade, neste contexto, a praia do futuro atrai muitos clientes a fim de

experimental as iguarias típicas do mar. Numa análise sobre o potencial das barracas da Praia do Futuro como atrativo turístico, observou que elas oferecem todo o suporte para servir como oferta turística. As barracas oferecem dentro da gastronomia local, diversos produtos típicos no qual o cliente não precisa se deslocar do local que está para fazer sua alimentação. Fortalece o nicho de mercado e promove a valorização da cultura cearense através da gastronomia.

Tereza Maria Pacheco Marques (2016) busca na dissertação “A Gastronomia do Ceará como atrativo turístico” analisar a gastronomia cearense como atrativo turístico por meio do apoio institucional que é oferecido ao turismo nas cidades, para que seja consolidada a atividade turística e consequentemente vire atrativo não só nacional como internacional. A autora investiga alimentos típicos como a lagosta, rapadura, o carneiro e a tapioca como atrativos turísticos gastronômicos e observa a necessidade de mais investimento das políticas públicas no incentivo na capacitação empreendedores para o desenvolvimento satisfatório.

Na dissertação “O bairro turístico gastronômico da Varjota em Fortaleza: Desvendando a cozinha tradicional cearense”, a autora Eline Alves Soares tem como local os restaurantes do bairro da Varjota em Fortaleza/CE e identifica as preparações culinárias da cozinha tradicional cearense tradicional da serra, do sertão e do litoral assim como os ingredientes dos principais pratos. Conclui que no bairro Varjota há maior concentração de preparações culinárias sertanejas.

Quadro 5 – Dissertações refinadas da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE (UFRN)				
	ANO	AUTOR	TÍTULO	PALAVRA-CHAVE
1	2016	Jose da Paz Dantas	Um brinde à cachaça: o patrimônio histórico-cultural e seus usos turísticos nos alambiques do Rio Grande do Norte	Patrimônio Cultural; Turismo; Historicidade; Cachaça.
2	2012	Juliana Chicico da Felicidade	O Turismo de base local como um possível indutor de desenvolvimento rural: uma análise da realidade e das potencialidades no distrito de Dondo-Moçambique	Desenvolvimento rural. Turismo de base local. Regiões periféricas
3	2012	Juliana Cristina de Moura Soares	Inovação nos empreendimentos turísticos: uma análise das práticas na cadeia produtiva turística do município de Tibau do Sul, Rio Grande do Norte, Brasil	Empreendedorismo. Inovação. Cadeia produtiva do turismo.

4	2012	Jefferson Cavalcante Ferreira	Perfis estratégicos e percepção da qualidade: um estudo nos restaurantes da rota turística de natal-RN	Perfis estratégicos. qualidade. restaurantes. SERVPERF. Turismo
---	------	-------------------------------	--	---

Fonte: Elaboração pessoal

A Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) tem no programa de Pós-Graduação o Mestrado em Turismo, com uma das áreas de concentração em Turismo, Desenvolvimento e Gestão e linha de pesquisa em “Turismo e desenvolvimento regional” e “Gestão em turismo”.

Na dissertação “Um brinde à cachaça: o patrimônio histórico-cultural e seus usos turísticos nos alambiques do Rio Grande do Norte”, Jose da Paz Dantas (2016) propõe uma análise sobre o valor da cachaça enquanto patrimônio histórico e como atrativo turístico no estado do Rio Grande do Norte. Relacionando uma questão que liga o turismo cultural com a gastronomia, a cachaça se apresenta como produto de identidade local detendo o saber e fazer, além de tecer relações políticas, econômicas e sociais. A pesquisa foi realizada em cinco alambiques da região os quais apresentaram uma historicidade, para isso foi trabalhada a memória dos proprietários de cada estabelecimento. Então se observa a viabilidade dos alambiques para o turismo cultural do estado do Rio Grande do Norte.

Quadro 6 – Dissertações refinadas da Universidade Federal do Paraná (UFPR)

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)				
	ANO	AUTOR	TÍTULO	PALAVRA-CHAVE
1	2016	Cassiano Borges da Fonseca	O processo de turistificação dos bairros de Santo Antônio de Lisboa, Sambaqui e Cacupé, e a criação da via gastronômica do sol poente, em Florianópolis (SC)	Turismo; Turistificação; Imagem de destino; Via Gastronômica do Sol Poente.
2	2015	Marina Rossi Ferreira	Baixa Gastronomia: Dinâmicas de consumo e as possíveis interações com o turismo – Uma análise com base nos estabelecimentos de Curitiba/PR	Baixa Gastronomia – Turismo – Consumo – Bares e Restaurantes
3	2015	Ararê Azambuja Vilanova Junior	Análise do turismo como vetor de desenvolvimento local: Estudo da cadeia produtiva do turismo na localidade de Brasília – ilha do Mel – Paraná – Brasil.	Turismo, Desenvolvimento e Cadeia Produtiva

Fonte: Elaboração pessoal

A Universidade Federal do Paraná (UFPR) tem o programa de pós-graduação de mestrado acadêmico em Turismo de conceito CAPES 03 (três), área de concentração em “Turismo e desenvolvimento” e linha de pesquisa em “Turismo, Sociedade e Meio Ambiente” e “Organizações Turísticas Públicas e Privadas”.

Cassiano Borges da Fonseca (2016) na dissertação “O processo de turistificação dos bairros de Santo Antônio de Lisboa, Sambaqui e Cacupé, e a criação da via gastronômica do sol poente, em Florianópolis (SC)”, discute o processo de turistificação na observação dos bairros de Santo Antônio de Lisboa, Sambaqui e Cacupé na cidade de Florianópolis. Enfatiza o papel do setor público na impulsão do turismo na cidade e o investimento de recursos em empreendimentos transformadores nas estruturas e hospitalidade, responsáveis pela elevação da identidade e memória da região.

A dissertação “Baixa Gastronomia: Dinâmicas de consumo e as possíveis inter-relações com o turismo – Uma análise com base nos estabelecimentos de Curitiba/PR” de Marina Rossi Ferreira (2015) elenca que a gastronomia e suas diversas formas de manifestações, se caracterizam por meio da vivência do indivíduo em um território, no entanto é por intermédio dessa relação da gastronomia que se entra em contato imediato com uma cultura desconhecida, absorvendo sua identidade e memórias envolvidas na alimentação do local. O turista se integra a outras culturas pela alimentação, observação da paisagem urbana, participação de festas e eventos populares entre tantos outros. Com o aumento do fluxo turístico, a procura por bares e restaurantes amplia, faz com que cresçam as opções de empreendimentos especializados na área gastronômica. Reflete que a baixa gastronomia se sustenta sob três aspectos que são comida, preço e atendimento, então a gastronomia está diretamente ligada à cultura e hospitalidade que é o principal fator para que exista o atrativo turístico.

Ararê Azambuja Vilanova Junior (2015) busca por intermédio do turismo, analisar os fatores que auxiliam o Desenvolvimento Local do Brasil e sub-regiões. Observa como os serviços e políticas públicas contribuem para o desenvolvimento da cadeia produtiva turística, considerando como cada localidade oferta seus serviços turísticos, e, isso resulta em geração de renda. A capital do Brasil- Brasília apresenta uma vasta variedade de atrativos turísticos, por ter apoio das políticas públicas detém uma boa infraestrutura para servir seus turistas. Para que a cadeia produtiva turística funcione em qualquer lugar, são necessários quesitos básicos

como variedade de meios de transporte, hospedagem, restaurantes, paisagem urbana atraente, boa gastronomia, boa hospitalidade e oferta de diversos serviços.

Quadro 7 – Dissertações refinadas da Universidade de Caxias do Sul (UCS)

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL (UCS)				
	ANO	AUTOR	TÍTULO	PALAVRA-CHAVE
1	2016	Sabrine Amaral Silva	As comidas regionais no Mercado Público Central de Porto Alegre/RS: O Bar e Restaurante Gambrinus e a interface com o turismo e a gastronomia	Turismo; Gastronomia Regional ‘Gaúcha’; Bar e Restaurante Gambrinus; Mercado Público Central; Porto Alegre/RS, Brasil.
2	2016	Tauana Macedo de Paula	A economia criativa analisada na produção do souvenir gastronômico: um estudo sob o viés cultural.	Turismo; Economia Criativa; Souvenir gastronômico “Maria Fumaça”; Região turística “Uva e Vinho”.
3	2015	Caroline Rigo Nardin	Gostos, Aromas e Sabores: memórias e turismo gastronômico em Bento Gonçalves	História. Identidade local. Culinária. Gastronomia. Ensino de História

Fonte: Elaboração pessoal

A Universidade de Caxias do Sul (UCS) tem o programa de pós-graduação em mestrado em Turismo e hospitalidade com conceito CAPES 04 (quatro) área de concentração em “Desenvolvimento regional do turismo” e linha de pesquisa em “Turismo, organizações e sustentabilidade” e “Turismo, cultura e educação”.

Sabrine Amaral Silva (2016) propôs uma análise sobre o restaurante gaúcho Gambinus, que oferece uma gastronomia regional e é um grande contribuinte do turismo em Porto Alegre. Fica localizado no mercado público central, é tombado pelo município como patrimônio histórico por manter a venda de produtos culinários locais e ser um dos atrativos turísticos mais visitados. A culinária gaúcha oferecida no restaurante como “prato do dia” é o atrativo que mais atrai os turistas, são refeições específicas que se utilizam de alimentos típicos da região favorecendo a identidade e desenvolvimento do povo gaúcho.

Tauana Macedo de Paula (2016) explora a economia criativa como base para ajudar a desenvolver e agregar valor simbólico e comercial a produtos e serviços que necessitam da criatividade como base. No turismo, um dos modelos criados na economia criativa é o souvenir gastronômico, ele tem as características culturais necessárias e recorda o turista de momentos a serem recordados e lugares, além de ser uma ótima lembrança para presentear.

Caroline Rigo Nardin (2015) eleva a alimentação como a expressão mais sensível sobre a cultura, devido à riqueza de características entre aromas, sabores, texturas e cores. É nesse processo de alimentar-se que o ser humano evoca seus instintos, prazeres e memórias mais profundos tornando o momento por mais breve que seja um ritual. Utilizou como análise a culinária italiana, trazida ao Brasil pelos imigrantes italianos da região de Bento Gonçalves, e usou essa memória coletiva gastronômica como instrumento de transformação para o turismo gastronômico.

Quadro 8 – Dissertações refinadas da Universidade de São Paulo (USP)

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP)				
	ANO	AUTOR	TÍTULO	PALAVRA-CHAVE
1	2016	Maraisa Andrade de Castro	Turismo gastronômico na Amazônia paraense: as perspectivas de consolidação do destino Belém-PA sob a análise da oferta	Belém-Pará; Culinária paraense; Oferta gastronômica; Turismo; Turismo gastronômico
2	2012	Isabella Raduan Masano	A gastronomia paulistana: O local e o global no mesmo prato	Gastronomia. Restaurantes. Alimentação e cultura. Alimentação e consumo. São Paulo

Fonte: Elaboração pessoal

A Universidade de São Paulo (USP) possui o Mestrado em Arquitetura e Urbanismo mais antigo do Brasil, conta com 08 (oito) áreas de concentração sendo elas: i) “Designer e Arquitetura”, ii) “Habitat”, iii) “História e fundamentos da arquitetura e do urbanismo”, iv) “Paisagem e Ambiente”, v) “Planejamento urbano e regional”, vi) “Projeto de arquitetura”, vii) “Projeto, espaço e cultura” e viii) “Tecnologia da Arquitetura”.

Suas linhas de pesquisa se estendem por: i) “Indicadores e fundamentos sociais do habitat”, ii) “Participação social e políticas públicas a produção e gestão do habitat”, iii) “Formas de provisão na edificação, urbanização e infraestrutura”, iv) “questões fundiárias e imobiliárias, moradia social e meio ambiente”, v) “Memória, práticas e representações”, vi) “Cultura, produção material e instituições”, vii) “Estética, historiografia e crítica”, viii) “Paisagem e sociedade”, ix) “Sistemas da paisagem”, x) “Economia, sociedade e território”, xi) “Políticas públicas e urbanas”, xii) “Urbanismo e planejamento”, xiii) “Produção da arquitetura”, xiv) “Arquitetura e cidade”, xv) “Projeto de arquitetura: teoria e método”, xvi) “Projeto, espaço e cultura”, xvii) “Conforto ambiental, eficiência energética e ergonomia”,

xviii)“Processo de produção da arquitetura e do urbanismo/ representações” e xix)“Tecnologia da construção”.

Maraisa Andrade de Castro (2016) em sua dissertação “Turismo gastronômico na Amazônia paraense: as perspectivas de consolidação do destino Belém - PA sob a análise da oferta” discute a relação da alimentação como possibilidade de imersão cultural após analisar turismo e a gastronomia, pois a transcendência do comer ultrapassa a questão fisiológica. Assim, visa ao turismo gastronômico como uma consequência do turismo cultural, porque segue as demandas culturais do povo e está em meio às manifestações de patrimônio histórico. A gastronomia deve ser vista não só como um atrativo turístico, mas como parte de uma demanda que agrega valor ao Desenvolvimento Local. Mediante este contexto, a avaliação do turismo gastronômico em Belém-PA, se forma pelo levantamento da oferta gastronômica da região ponderando suas principais características, a concluir que a agregação do destino turístico e a gastronomia local oferecida exploram o desenvolvimento de perspectivas locais.

Com relação aos Programas de Pós-Graduação em Mestrados, percebe-se, portanto, a evolução de temáticas voltadas ao turismo:

Nesse cenário, as pesquisas em Turismo também passaram por um processo de evolução e amadurecimento. As IES, especialmente as universidades, voltaram-se à discussão sobre a importância e os caminhos da pesquisa em Turismo no Brasil. Esse processo resultou, na década de 1990, na publicação do primeiro periódico científico em Turismo – a revista *Turismo em Análise* – e no fortalecimento da linha de pesquisa “Turismo e Lazer” do programa de Mestrado e Doutorado em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo – USP (REJOWSKI, 2010).

Diante do levantamento feito observa-se a diversidade de áreas que possuem uma interface com a gastronomia, e uma delas é diretamente relacionada à prática do turismo em suas diversas variações. Observa-se o quão importante é o tema nas questões de sobrevivência, do melhor funcionamento do organismo, da qualidade de vida, da inovação, do fluxo monetário, do produto de renda, do planejamento urbano e social, da herança cultural e prazer.

2.3 O estado de conhecimento – obras publicadas

Com relação às obras publicadas sobre gastronomia e turismo gastronômico foram pesquisadas as seguintes produções:

Figura 1 – A fisiologia do gosto

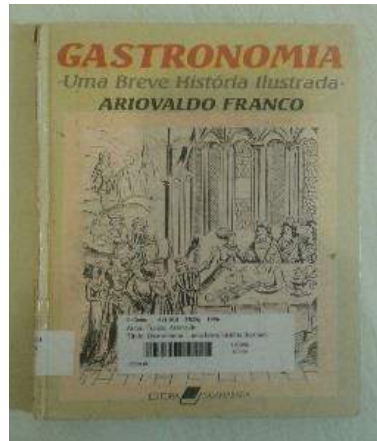


Um sobrevivente da Revolução Francesa Jean Anthelme Brillat-Savarin, nascido em 1755 e falecido em 1826 foi um **precursor** sobre discussões de “gastronomia”. Francês, formado em Direito e Política se apaixonou pela área *gourmet*, sendo reconhecido como gastrônomo e epicurista³, sua paixão pelo prazer da alimentação o fez se desdobrar pela pesquisa da origem dos sabores e o reflexo que ela causa no ser humano.

O livro “A fisiologia do gosto” retrata com sabedoria, delicadeza e amor a origem da culinária Francesa com sua gastronomia refinada e as práticas alimentares de almoços, jantares, festas e banquetes, em que a celebração da existência em si e pela convivência que era feita ao redor de muita comida e bebida. Savarin se tornou um culto poeta gastronômico dotado de um bom gosto agudo, ele relata em suas vivências possuir uma prosa de boa qualidade sempre regada a um bom vinho e bom humor.

³ Epicurismo é um sistema filosófico, que prega a procura dos prazeres moderados para atingir um estado de tranquilidade e de libertação do medo, com a ausência de sofrimento corporal pelo conhecimento do funcionamento do mundo e da limitação dos desejos. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/>>.

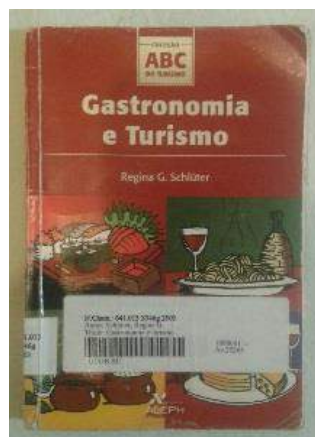
Figura 2 –Gastronomia: uma breve história ilustrada



Como bom pirajuiense paulistano Ariovaldo Franco se formou em sociologia pela universidade de Paris e se especializou em demografia. Viveu em diversos lugares como Paris, Espanha, Alemanha, Escandinávia e no Sudeste Asiático e toda essa vivência de lugares lhe trouxe um interesse crescente pela gastronomia e principalmente pelas cozinhas nacionais e regionais que menciona em suas obras.

No livro “Gastronomia- Uma breve história ilustrada” ele se ateu às vertentes culinárias que no decorrer dos séculos de mistura e troca de influências, foram contribuindo para a formação da cozinha e gastronomia mundial. Mostra a relação entre o homem e o alimento em suas diversas origens, além de discorrer sobre a transformação alimentícia pelos séculos e os meios de transportes que eram usados. Tudo isso relatado de uma forma simples, contínua com muito bom humor e diversas ilustrações as quais retratam o cotidiano alimentar da época descrita.

Figura 3 – Gastronomia e Turismo



Da coleção ABC do Turismo, o livro “Gastronomia e Turismo” traz a relação da gastronomia e o turismo por meio da cultura alimentar, tem enfoque no constante aumento do consumo de alimentos no mundo todo e nos diversos estilos de vida com seus ritos e rituais gastronômicos, as festividades e eventos promovidos com o atrativo gastronômico como quesito principal elevando a cultura alimentar local, as rotas gastronômica são ponto principal para a prática do turismo tanto mundial quanto regional ou local.

Figura 4 – A História da Gastronomia



Produzido pelo SENAC/DN⁴, órgão que oferece inúmeros cursos na área de gastronomia em diversos polos no Brasil, o livro “A história da gastronomia” traz uma linha temporal sobre a questão gastronômica e alimentação humana até os dias atuais, elencando todo o fenômeno da globalização, as diferentes realidades alimentícias e as tendências atuais. Traz a proposta de inovação gastronômica como perspectiva para uma alimentação mais saudável, e que ao mesmo tempo não perca o sentimento de prazer dos grandes banquetes.

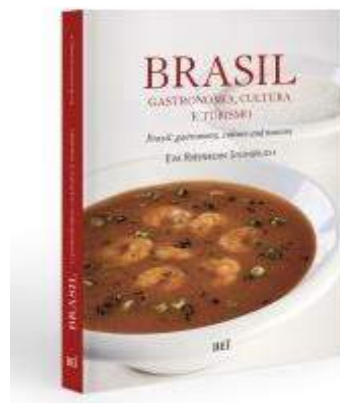
Figura 5 – Turismo, história e gastronomia.



⁴ SENAC/DN: Órgão executivo da Administração Nacional do Senac, o Departamento Nacional (DN) é responsável pela coordenação das políticas e diretrizes nacionais da instituição, fomentando programas de abrangência nacional e ações educacionais nos departamentos regionais (DRs).

Esta obra foi organizada por Ana Maria de Paris Possamai e Rosana Peccini, compõe-se de nove artigos e uma entrevista, com temas voltados à gastronomia, mas com olhares multidisciplinares perpassando pela antropologia, geografia, história, sociologia e turismo. Estes diferentes olhares evidenciam a fertilidade desta temática ao apresentarem abordagens gerais, estudos de caso em pesquisas desenvolvidas em cursos de pós-graduação. A perspectiva cultural aliada à perspectiva simbólica cultural, ressalta os hábitos alimentares, sob a perspectiva da memória, da tradição e da identidade.

Figura 6 - Brasil: gastronomia, cultura e turismo.



Esta obra representa um verdadeiro mosaico dos sabores brasileiros. A partir de pesquisa profunda, a autora Eva Ribenboim Steinbruch selecionou sessenta receitas típicas de várias regiões brasileiras, priorizando pratos típicos feitos com ingredientes regionais.

A influência africana se faz presente nos peixes preparados na região do Nordeste, do Sudeste traz a tradicional feijoada além dos pratos à base dos frutos do mar, sem se esquecer das comidas típicas da região do interior de Minas e de São Paulo, como o feijão tropeiro.

Da região Centro-Oeste vem às comidas feitas à base do milho, banana ou peixes do rio e a região sul é representada pelo churrasco gaúcho, pelos pratos à base de camarões de Santa Catarina e pelos pratos tradicionais das influências alemãs e italianas. O livro é enriquecido por belas ilustrações feitas pela própria autora além de fotografias muito bem selecionadas além de um glossário com informações complementares sobre os pratos apresentados.

2.4 O estado de conhecimento – A relação com Desenvolvimento Local

No decorrer do levantamento bibliográfico feito em busca do estado do conhecimento sobre a gastronomia, foram observadas relações entre o Desenvolvimento Local e economia. Ficando claro que para que seja implicado o Desenvolvimento Local é necessário que a comunidade privilegiada obtenha uma boa qualidade de vida e poder econômico sustentável.

O desenvolvimento deve refletir o progresso da sociedade como um todo, em suas múltiplas dimensões e não apenas na dimensão econômica. Deve empregar o enfoque sistêmico, para uma visão abrangente (MARTINELLI E JOYAL, 2004, p.52).

O Desenvolvimento Local por ser um processo endógeno se contrapõe a ideia de globalização, pois essa separa social e economicamente grande parte da população. Para De Paula [s.d.] o Desenvolvimento Local acontece de forma singular, pois sua identidade distingue e diferencia o território. Busca reconhecer, valorizar e potencializar suas qualidades criando vantagens quanto a outros territórios.

Com a finalidade de promover e potencializar o Desenvolvimento Local, a gastronomia já é explorada em diversos países, nos quais cada cidade apoia e ganha juntamente com a implantação dos corredores gastronômicos ou pontos turísticos culturais. Oliveira, Moraes e Marques, (2016, p.175) afirmam que “[...] em Campo Grande-MS na Avenida Bom Pastor que é denominada corredor “Turístico Cultural”, possui um apelo para as comidas regionais e em conjunto a realização de eventos em geral, promovendo uma melhoria das opções turísticas oferecidas na cidade”.

Para Ávila (2000) devido a curta trajetória histórica da temática do Desenvolvimento Local, ainda se necessita de um período maior de estudos com buscas mais aprofundadas que ajudem na compreensão sobre os elementos que traduzem o bem estar humano.

A singularidade da forma como acontece o desenvolvimento local estabelece portanto, uma relação profunda com a identidade e conseqüentemente, com o território.

3 O TURISMO, O PATRIMÔNIO CULTURAL E HISTÓRICO E SUA RELAÇÃO COM A GASTRONOMIA (DO GERAL AO LOCAL)

Não se consegue abordar a palavra turismo sem agregar uma boa gastronomia, edificações de patrimônio histórico, deslocamento do seu local de origem e conhecimento de outras culturas. O processo de alimentação do ser humano pode ser uma coisa simples ou mais requintada, dependendo da ocasião se monta todo um ritual para que ele aconteça. Os detalhes são essenciais assim como a escolha certa dos alimentos e bebidas que serão servidos e a forma de recepcionar os convidados durante a refeição.

A cultura existente em cada território pode ser expressa por meio da alimentação, apresentando a memória e identidade ao consumidor. Dessa forma, pode ser potencializada e servir de atrativo turístico, ajudando efetivamente no Desenvolvimento Local. Diversos países promovem festas culturais e eventos gastronômicos para atrair turistas, além de movimentar a população local aumenta o fluxo de diversas regiões, principalmente as vizinhas porque não necessitam de um deslocamento tão grande e demorado.

No Brasil, existem diversos eventos grandes espalhados pelas regiões onde a gastronomia se encontra em evidência, é comum encontrar nas cidades mercados municipais, os quais costumam explorar a flora local e oferece-la de diversas formas tanto em *souvenirs* como em comidas típicas.

Um fator importante na potencialização da gastronomia é o crescimento do turismo na busca por turismo cultural com a colaboração das políticas públicas e participação efetiva da sociedade. Nos últimos anos a administração pública voltou suas atenções para as questões culturais, observando a dedicação da população em explorar seus atrativos turísticos culturais e assim favorecer as relações culturais e o Desenvolvimento Local.

Nos últimos anos é possível observar uma quarta “onda” da Administração Pública, com maior ênfase na participação da sociedade na formulação, implementação e acompanhamento das políticas públicas, além de um novo padrão de relações entre Estado, mercado e sociedade civil. Na mudança do *lean state* para o novo modelo, o *activating state*, a ênfase mudaria: de um Estado visto como um negócio, com forte aversão à burocracia, orientado ao “consumidor-cidadão”, que busca qualidade e eficiência, orientado por resultados, onde a questão central é “encontrar os preços e os incentivos corretos”, para um Estado “ativador” da sociedade (no sentido da “cidadania ativa”), cujos valores cruciais são a coesão social, política e administrativa, a participação da sociedade, o engajamento cívico (SANTOS, 2003, p.10).

Com trabalho em conjunto da sociedade e das políticas públicas na potencialização do turismo gastronômico o capital social é praticado. Santos (2003) relaciona o capital social com problemas da vida social e ações coletivas, mas que se ambas as partes envolvidas trabalharem com o objetivo em comum e em cooperação gera o desenvolvimento do território.

3.1 A gastronomia e suas potencialidades: olhares globais

Um traço marcante de uma cultura é a sua gastronomia, isso pode ser afirmado ao se analisar as características físicas locais, que são incorporadas à cozinha.

Peccini (2013) em seu artigo cita Pitte (1993) ao explicar que a palavra gastronomia é de origem francesa e foi citada pela primeira por Arquestrato no século IV a.C. O termo gastronomia é ampliado por Brillat-Savarin (1995) como o “campo que engloba todas as faces da alimentação e a culinária é o campo em que se prepara os alimentos com arte”.

Na procura do homem por alimento, foi-se explorando o mundo e conhecendo as tipologias existentes de animais e vegetais em terras inicialmente desconhecidas. A priori, a busca era por satisfação fisiológica, e hoje se busca não só alimentar o corpo como encontrar prazer no ato da refeição.

Franco (1986) pondera que países como Grécia e após Roma refinaram a gastronomia a um nível mais requintado. Com tantos estudiosos sobre o assunto, a Grécia teve números consideráveis de escritores gastronômicos muito notáveis, dentre eles Aristóteles foi o autor mais contemporâneo. A pesca tem tradição e foi a principal fonte de renda da população durante muito tempo, adquirindo uma gastronomia leve e saudável.

A costa muito recortada da Grécia, em relação à área de seu território, é mais extensa que de qualquer outro país da Europa. A pesca na civilização do Egeu era uma das principais atividades. Os motivos marítimos na decoração das vasilhas, tradição ornamental pré-helênica, revelam a importância da pesca na Grécia (FRANCO, 1986, p.17).

O solo grego é formado por muitas montanhas, poucas planícies e pela deficiência de rios, fazendo com que a região não favorecesse a criação de gado e a prática da agricultura extensiva. Os gregos também desenvolveram diversos tipos de pães enquanto Roma só veio a ter padarias no séc. II aC. Franco (1986) relata que os gregos acrescentavam na massa dos pães aromatizantes, ervas, frutas e óleos vegetais enaltecendo os sabores. Durante o Império

Romano, a maior parte dos padeiros era grego ou de origem grega, os romanos, no entanto, eram grandes apreciadores de carnes, de porco, cordeiros, bovina, frangos e todo tipo de aves (FRANCO, 1986). O mercado de especiarias cresceu junto à expansão do Império Romano, tornando-se os senhores do mediterrâneo.

O clima mediterrâneo limitava a venda de peixe fresco às cidades costeiras. Os pobres comiam principalmente peixe salgado, muito mais do que na Grécia antiga. Os ricos só comiam peixe salgado se proveniente de Cadiz ou da Sardenha, considerados os melhores produtores (FRANCO, 1986, p. 23).

Desde seu início, a civilização chinesa já prezava por uma boa mesa com alimentos refinados e preparos distintos. Seus pesquisadores traziam a literatura gastronômica com muita sutileza e organização. Além de poetas, seus escritores eram *gourmets*⁵, há quatro mil anos e as refeições se concretizavam com grandes cerimônias. Alguns líderes eram grandes cozinheiros e prezavam pela preservação da gastronomia local, buscando sempre enfatizá-la da melhor forma possível diante a população, “trata-se talvez do único país do mundo em que sábios, filósofos, pensadores, políticos e poetas escreveram tratados sobre a alimentação, e organizaram coletâneas de receitas culinárias (FRANCO, 1986, p57).

Confúcio foi um grande *gourmet*, que por meio de suas observações sobre o homem e sua forma de se alimentar, denominou regras para a preparação e a apresentação dos alimentos nos utensílios das refeições. O ritual confucionista clássico prezava pela hospitalidade, harmonia e a amizade durante a cerimônia de refeição, pois a culinária chinesa se caracteriza pela beleza, aromas, sabores e principalmente pelo contraste de cores e texturas. Segundo Franco (1986), a China como precursora da civilização do Extremo Oriente influenciou toda a região ao seu redor e teve relações comerciais estreitas com a Índia no séc. V e VI deixando suas marcas culturais.

Na gastronomia, herdou-se da China o respeito e apreço pelas matérias-primas, que junto à influência indiana combinou seus sabores e aromas numa extensa variedade de ingredientes para refinar seus alimentos. Camboja, Laos e Vietnã são lugares que também absorveram as influências gastronômicas chinesas, porém Birmânia se rendeu a culinária indiana (FRANCO, 1986, p58). O império de Shrividjaia foi integrado durante 400 anos por Malásia, Indonésia que desenvolveu uma culinária e linguagem marcada pela originalidade.

⁵ Gourmet é o nome que se dá um estilo de culinária mais elaborada, requintada e que atende as exigências do consumidor com gosto mais apurado em relação à qualidade e apresentação do prato ou da bebida.

A China apesar de surpreender por uma culinária tão refinada e variada tem um histórico de escassez e fome, por isso tudo que fosse comestível era utilizado e não podia ser desperdiçado. Franco (1986) elucida que além da escassez, a China sofreu com a falta de lenha e por isso normalmente se gasta mais tempo no preparo dos alimentos que em sua cocção. Os chineses foram os primeiros a observar que a boa cozinha depende dos *chefs*, mas que a educação do paladar é fundamental para a relação dos aromas, sabores e consistência, assim alcançando o prazer.

Revel (1996) apresenta duas fontes de cozinha, a erudita, das classes mais ricas, ela reinventa, experiência e inventa, a segunda é a popular, mais familiar, que tem como ponto alto utilizar produtos locais e das estações, além de evidenciar suas tradições e produtos locais. O autor menciona que cozinhar é um monumento histórico que revela vestígios do passado e é transmitido de geração a geração, por isso não é essencial ser um grande *chef*.

Schluter (2003) traz o milho relatado como um dos cereais mais antigos, no México já era cultivado há 5 mil anos e no Peru encontraram vestígios de 2.500 anos. No Brasil, seu cultivo se deu pela região sul por volta do séc. XVI, foi conhecido pelos aborígenes que misturavam com mandioca para preparar outros derivados como farinha, pamonha, canjica todos atualmente conhecidos pela culinária local.

3.2 A gastronomia e suas potencialidades: olhares nacionais

O Brasil é um país que se formou com pessoas advindas de diversas culturas, que junto a elas trouxeram seus conhecimentos religiosos, culturais e alimentícios como sabores, métodos de preparo e temperos. Barczsz e Amaral (2010) relatam que o fato dos estados brasileiros terem essa diversidade cultural é o que os fazem mais atraentes, sua gastronomia típica é motivo de deslocamento para muitos indivíduos e que assim praticam o turismo gastronômico. Peccini (2013) afirma que durante os domingos e feriados os moradores de Caxias do Sul-RS, se deslocam para a cidade de Nova Petrópolis que é uma cidade vizinha para degustarem o tradicional café colonial.

O café colonial é originário da cultura alemã e é muito praticado na região sul do Brasil, devido a colonização. Comumente praticado, é uma refeição farta com uma grande diversidade de comidas e que pode ser servida *self service*⁶, geralmente é consumida no café

⁶ Self service: expressão em inglês que significa na língua portuguesa “serviço próprio” ou “autosserviço”. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/self-service/>>.

da manhã para que o corpo fique bem preparado fisiologicamente para as funções do decorrer do dia. Porém, isso não impede que seja servido durante o dia todo, em alguns locais ele é servido no horário do lanche da tarde.

Azevedo (2010) elucida que a cozinha brasileira foi embasada em três povos, os indígenas, o português e o africano. Outro imigrante que também deixou sua identidade na culinária brasileira foi à italiana, as massas são muito populares no país.

Peccini (2013, p.24) alega que a alimentação no espaço que se desenvolve o turismo deve estar ao alcance de todos e uma alimentação mais familiar como “pães (hambúrguer, pizzas) e grelhados com guarnições simples (bifes com purê de batatas, ou bifinhos com batata frita) além de massa de gosto suave sem o excesso de condimentos (espaguete com molho de tomate com manjeriço, espaguete na manteiga) ” devem ser ofertados. Já para pessoas de idade mais avançada são recomendados os restaurantes por quilo, que possibilitam a escolha de alimentos de acordo com as necessidades fisiológicas, mas ainda permitem a degustação dos alimentos regionais.

Peccini também apresenta o queijo de Minas como patrimônio imaterial, pois ele considerado comida [...] de tradição, de identidade e com valores regionais [...], ele também é feito de forma artesanal, é foi preservado todas as qualidades do produto.

O autor acima citado apresenta também o acarajé, que por sua prática tradicional e por estar profundamente ligado aos africanos, tem características históricas, além de memórias e saberes, já que ainda que não tenham trazido nenhum pertence de suas terras além das roupas do corpo, eles garantiram “[...] a memória sobre o modo de fazer e preparar as suas comidas, passadas oralmente de geração em geração”, por isso o que é importante é o modo de fazer e não o produto.

Azevedo (2010) em sua pesquisa feita em Xique-Xique, Juazeiro, Petrolina e Barra concluiu que a maior parte da população sobrevive da pesca do rio São Francisco, além disso, a carne de bode também é bem popular nessas regiões. Em Petrolina, existe um centro gastronômico chamado bododrómo.

Silva *et al.* (2012) apresenta em suas pesquisas a mandioca, uma espécie nativa do Brasil que tem a sua distribuição de 4% no Centro-Oeste, 7% no Sudoeste, 17% no Sul, 25% no Norte e 46% no Nordeste que se destina 50% para produção de farinha, 30% consumo de mesa e 10% na fabricação de amido. Em algumas regiões ela é conhecida por aipim ou macaxeira, ela já era cultivada antes dos colonizadores. Ela é associada à carne, peixe, porcos

e aves e em alguns casos substitui arroz, milho e feijão (LEANDRO, 2003 *apud* SILVA *et al*, 2012).

Na constituição da cozinha brasileira, a raiz da mandioca foi acrescentada também aos pratos de imigrantes associada a outros hábitos e necessidades alimentares e todo um conjunto de práticas. Estas práticas alimentares com o uso da mandioca expressam (considerando o *habitus*) a dimensão simbólica e material de uma sociedade, quando sua população habitua-se a certos 'pratos' (comida) após anos de adaptação frente às possibilidades materiais de aquisição associadas à memória e aprendizado afetivo de cultivo e uso de certos alimentos desde a infância (MINTZ, 2001).

Wandscheer, Lindner e Souza (2008) apresentam em sua pesquisa as festividades do município de Silveira Martins - RS, citam que elas possibilitam hábitos e costumes do passado dos imigrantes italianos, festas que já haviam na época das bisavós dos moradores, que se reuniam com os vizinhos e comiam as mesmas coisas de hoje, porém, com menos pessoas que atualmente. As programações são voltadas mais às famílias ítalo-brasileiras, com tradições e costumes passados de geração a geração. A característica destas festividades é que são feitas em igrejas, e seu entorno capelas, basílicas, santuários enfatizando a cultura ítalo-brasileira.

A gastronomia como alimentação é uma questão multidisciplinar⁷, ela se relaciona de diversas formas sendo um leque de possibilidades. Para Peccini (2013), o turismo gastronômico se forma por meio do deslocamento para busca de uma alimentação diferenciada, o povo francês traz muito bem essa prática se deslocando na busca dos grandes *chefs* de cozinha e alimentos diversificados.

3.3 A gastronomia e suas potencialidades: olhares locais

Campo Grande - MS é uma capital com uma tipologia cultural interiorana, o entretenimento da população é a prática da alimentação tanto diariamente quanto eventualmente, e o que favorece essa prática gastronômica é o seu hibridismo cultural, a cidade se formou por meio de habitantes advindos de outros estados e muitos descendentes de povos de outros países.

Além de contar com o Mercado - Mercado Municipal onde se encontra comidas típicas regionais e diversos alimentos contidos no bioma cerrado, ainda oferece o Festival

⁷ Multidisciplinar: Reunir muitas disciplinas com um objetivo em comum. Diversas disciplinas no mesmo campo de conhecimento. Disponível em: < <https://www.meusdicionarios.com.br/multidisciplinar>>.

Gastronômico de Comida de Bar, restaurantes típicos como a Casa do Peixe, Fogo Caipira, Cantina Romana, fora os corredores gastronômicos espalhados pelas regiões da cidade.

A busca pela gastronomia local é tão grande na cidade que se desenvolveram nos últimos anos os “corredores gastronômicos”, que são ruas de bairros e centro que devido à grande quantidade de bares e restaurantes instaladas formam um corredor, na maior parte delas são ruas estratégicas de acesso aos bairros e com grande fluxo diário.

O festival gastronômico Bar em Bar em MS está em sua 11ª edição, concorrem no estado cerca de 39 bares e restaurantes, ao longo de um mês, os consumidores escolhem pela Internet o melhor prato. O evento objetiva evidenciar os bares como ponto de encontro de famílias, amigos e casais e que queiram estar em locais agradáveis para relaxar e degustar sabores diferenciados.

Figura 7 – Cartaz festival gastronômico bar em bar MS



Fonte: Jornal Topmídia News. (2017).

Figura 8 – Aperitivos do festival gastronômico bar em bar MS



Fonte: Jornal Topmídia News (2017).

Figura 9 – Bar participante do festival bar em bar MS



Fonte: Jornal Topmídia News (2017).

O Restaurante Casa do Peixe situado na Rua, Dr. João Rosa Píres N°1030 bairro centro, é considerado o local mais especializado em servir peixes e pode ser citado como uma das atrações turísticas gastronômicas mais importantes de Campo Grande ou mesmo de Mato Grosso do Sul. Teve seu início ao lado da antiga estação ferroviária de Campo Grande- MS há 30 anos e hoje se encontra instalada em frente à Praça das Araras, ponto turístico da capital da capital. A casa oferece o famoso rodízio de peixes, além de pratos especiais, sendo que os mais requisitados são “peixe a urucum” e “costela de pacu”.

Figura 10 – Restaurante Casa do Peixe



Fonte: <http://casadopeixe.com.br> (2017).

O circuito gastronômico surgiu na cidade de Campo Grande - MS, em comemoração ao aniversário da cidade. Ele acontece no mês de Agosto, e a ideia é que cada estabelecimento ofereça um prato especial da casa a um preço baixo, favorecendo a degustação de qualquer classe econômica. O evento é uma parceria entre a Associação dos Empresários da Avenida Bom Pastor (Assempave) e a Prefeitura, com intuito estimular o comércio na região. A

abertura é feita na Praça do Peixe que fica localizada na mesma avenida em meio aos estabelecimentos, e traz eventos culturais da região como cantores sul-mato-grossenses, danças, teatros, *stand up*⁸ e apresentação dos pratos que são oferecidos no circuito.

Figura 11 – Cartaz circuito gastronômico Av. Bom Pastor



Fonte: <http://www.campogrande.ms.gov.br> (2017).

Figura 12 – Perspectiva I Av. Bom Pastor



Fonte: Jornal Campo Grande News (2017).

⁸ *Stand up*: significa ficar de pé; levantar-se. *Stand up* também é um tipo de espetáculo de humor, onde o indivíduo faz sua performance em pé, por isso recebe esse nome. <https://www.significados.com.br/stand-up/>.

Figura 13 - Perspectiva II Av. Bom Pastor



Fonte: Jornal Correio do Estado (2017).

Mato Grosso do Sul por sua vez não deixa a desejar, existem vários eventos gastronômicos que evidenciam a cultura local e movimentam o fluxo turístico da cidade que o oferece. O turista geralmente passa pela capital Campo Grande-MS antes de partir para os municípios vizinhos em busca de evento gastronômico como a Festa da linguiça de Maracaju em Maracaju-MS, o Porco no rolete em São Gabriel do Oeste-MS, O Festival Gastronômico Sabores das Américas (Fegasa) em Corumbá-MS, Festa do Peixe em Dourados-MS, Festa da Cana em Sonora-MS, Festival de inverno e festa da Guavira em Bonito-MS e o Festival do Sobá em Campo Grande.

Considerado um dos maiores e tradicionais eventos da gastronomia de Mato Grosso do Sul, a Festa da Linguiça em Maracaju está em sua 23ª edição, (Figura 14) atraindo turistas não só do Estado como também de diferentes regiões do Brasil, conquistando o registro IG (Indicação geográfica), selo este conferido a produtos com qualidade única em função de recursos naturais como solo, vegetação, clima e “saber fazer”, a linguiça abriu as portas para o mercado internacional.

Figura 14- Festa da Linguiça de Maracaju -MS



Fonte: Jornal Campo Grande News (2017).

A festa do Porco Rolete (figura 15), já em sua 24ª edição, na cidade de São Gabriel do Oeste é referência no Estado de MS, é realizado no Centro de Tradições Gaúcha (CTG) Chama Crioula, a festa atrai milhares de turistas da região e de demais cidades brasileiras também com atrativos diversos: *shows*, bailes, apresentações culturais.

Figura 15- Festa da Linguiça de Maracaju - MS



Fonte: www.fotoeartes.com.br (2017).

O Festival Gastronômico “Sabores das Américas” (Fegasa) em Corumbá-MS é realizado anualmente a partir de atividades gastronômicas gratuitas para a população corumbaense e para visitantes, além de oficinas, palestras-*shows* sobre a diversidade da gastronomia sul-americana.

Esta atividade oportuniza a Corumbá também a possibilidade de mostrar sua cultura por meio dos diferentes sabores, ressaltando-se o tradicional Quebra Torto, refeição tradicional dos boiadeiros pantaneiros. Trata-se de um café da manhã tipicamente pantaneiro, bem comum nas fazendas de MS, é composto de arroz carreteiro, ovos, farofa; sofre variações nos hotéis da região com mais variedades de pratos, conforme figura 16:

Figura 16- Festival Gastronômico Sabores das Américas (Fegasa)



Fonte: www.fotoeartes.com.br (2017).

A Festa do Peixe em Dourados – MS já está em sua 13ª edição e consta de alguns atrativos como: a Feira do Peixe Vivo, que comercializa pescado direto do produtor, e a Parapesca – campeonato de pesca envolvendo pessoas portadoras de deficiência, *shows*, diversões, além de uma praça de alimentação oferecendo pratos diferenciados de peixes.

Figura 17- Parapesca



Fonte: www.fotoeartes.com.br (2017).

O Festival do Sobá em sua 13ª edição acontece na Feira Central situada na Rua 14 de Julho, Nº3351 no centro de Campo Grande –MS e tem como atração principal o sobá, prato tradicional trazido pelos imigrantes japoneses e que se tornou o prato símbolo de Campo Grande a partir de algumas modificações relativas a temperos e tipo do macarrão. A festa atrai anualmente visitantes de todas as regiões do Brasil assim como do interior de Mato Grosso do Sul e local; além da gastronomia, traz também *shows* musicais, danças, exposições de Origami, Ikebana, Artefatos Japoneses e produtos da Parada Nerd.

Figura 18- Festival do sobá



Fonte: www.fotoeartes.com.br (2017).

Figura 19 - Festival do sobá- feira central



Fonte: www.fotoeartes.com.br (2017).

3.4 A relação turismo e gastronomia como fator de desenvolvimento

Não se sabe exatamente a origem do turismo, só que em certo momento as pessoas se sentiram à vontade para se deslocar conforme seu gosto e conveniência. Dessa forma, o patrimônio exerceu um papel fundamental, pois foi a busca de muitos viajantes sonhadores com sede em conhecimento de novos horizontes. Para Schluter (2003), mesmo que em grande parte ainda falte informação empírica sobre o turismo baseado em patrimônio, lugares históricos estão entre os atrativos mais buscados, principalmente o turismo internacional.

O primeiro dicionário a dar a definição do que era Turismo, foi o Oxford English Dictionary no século XIX, dando o significado de viagem a lazer. Foi o economista austríaco Herman Von Shullard (1910) que disse que o Turismo, “é a soma das operações, principalmente de natureza econômica, que estão diretamente relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro ou fora de um país, cidade ou região” (SHULLARD, 1910 *apud* RAPOUSO, 2002).

Atualmente, o turismo é praticado como atividade secular⁹ tendo como principal fator a apreciação da cultura local e gastronômica. Schluter (2003) alega que o maior fluxo turístico ainda é no mercado internacional, por manterem uma tradição na busca de conhecimentos patrimoniais, naturais, culturais e gastronômico. A busca pelo legado monumental arquitetônico ainda é maior, mas que se estiver vinculado a outros eventos culturais são favorecidos. Segundo Peccini (2013) os franceses não hesitam em se deslocar

⁹ Secular: Que possui muito tempo; caráter daquilo que é muito antigo: cultura secular. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/secular/>>.

para ter uma boa alimentação, eles buscam o prazer da alimentação onde for necessário e com os melhores *chefs* de cozinha.

O turismo é um movimento de pessoas que intensificam o contato intercultural, por isso, pode contribuir para a apreciação da diversidade cultural, estimulando o mútuo respeito entre culturas. O turismo também pode ser uma “oportunidade para a paz, o entendimento e o conhecimento entre diferentes sociedades e nações” (BRUNT e COURTEY, 1999). Gastronomia e Turismo caminham juntos, pois para fazer turismo é preciso pensar em outros itens como a alimentação (AZEVEDO, 2010).

A gastronomia de um povo é influenciada pelos fatores econômicos, ambientais, sociais e culturais, além de representar características físicas dos locais onde se vive, crenças políticas e religiosas, formação étnica (AZEVEDO, 2010). Com o avanço da globalização, é possível ter acesso a informações e produtos que possibilitam a expansão do turismo, principalmente devido a possibilidade de escolher o destino, selecionando sua culinária, cultura e prazer. A culinária de cada cultura tem seu significado e está repleta de identidade, tradições, memórias, transmitidas por meio do alimento. A busca pelo prazer leva a vontade de conhecer novas culturas gastronômicas (AZAMBUJA, 2001).

A gastronomia desempenha um papel na satisfação da experiência do turista e como parte do patrimônio cultural do destino (IGNATOV e SMITH, 2006). Portanto, esta tipologia do turismo reforça a importância dos ingredientes locais, aprendendo e apreciando seu próprio consumo, e a importância dos recursos culinários.

Uma das consequências do turismo cultural gastronômico é a possibilidade de crescimento das regiões envolvidas, possibilitada pela experiência da culinária local e conhecimento por outros turistas da mesma, portanto atraindo mais turistas e aumentando a renda da população local (AZEVEDO, 2010).

A relação que se cria entre gastronomia e turismo não é tão simples como parece, pois, são duas economias distintas, e é formado todo um *checklist* de protocolos para atendê-los. Peccini (2013) discorre sobre a organização para receber os chamados turistas gastronômicos, em que a compreensão do ambiente físico que será servido o alimento e sua distribuição tem que ornamentar com o que será oferecido. O espaço físico onde se pratica o hábito alimentar influencia muito no sabor e no contexto da refeição consumida. As adequações de bares e restaurantes de patrimônio histórico proporcionam um conforto e interação entre sentimento de pertença ao espaço físico ocupado, o alimento consumido e o sentimento de prazer.

Partindo das ideias de Beni, (2006) e Krippendorf, (2001) que afirmam o lugar da alimentação como um dos principais setores no turismo, por ser a alimentação uma das principais atividades que os turistas realizam em viagens; se faz necessário contextualizar a importância da gastronomia no turismo. No entanto, não se deve encarar a exploração da gastronomia no sentido cultural como uma mera ferramenta de atrativo turística, visando seu potencial de atrativo e força para perpetuar hábitos e modos de fazer por gerações garantindo a continuidade das tradições de um povo juntamente com sua história. Para Braz e Veiga (2011) os hábitos alimentares de um povo denotam entre as cores e sabores outros valores que são de caráter social tais como: religião, etnia e história, fortalecendo a ideia de pertencimento do lugar.

Diferentes autores afirmam que a gastronomia de uma sociedade constitui uma linguagem mediante a qual está expressa sua estrutura de maneira inconsciente. Geralmente as sociedades utilizam para preparar seus pratos elementos que se desenvolvem bem na área em que residem e que polarizam a afetividade e o enfoque simbólico, dando origem em certas ocasiões a uma verdadeira cultura, como por exemplo, o milho (SCHLUTER, 2003, p. 26).

É importante enfatizar a importância da gastronomia como atrativo cultural e turístico bem como uma forma de se perpetuarem memórias afetivas e simbólicas que garantem a tradição de um povo, de uma região. Neste contexto, Martinelli (2004) observa que no mundo competitivo é necessário a diferenciação das regiões e comunidades reforçando a importância do Desenvolvimento Local, e visando aspectos sociais e econômicos. As transformações do território em suas formas de organização anulam todo um passado de conceitos adquiridos e se obrigam a descoberta de novas técnicas de categoria de análise.

4 O TURISMO GASTRONÔMICO COMO VETOR DE DESENVOLVIMENTO LOCAL

Pode-se considerar patrimônio histórico de um povo seus hábitos alimentares com potencial turístico existente e relacionado à memória inconsciente que resgata lembranças e sentimentos de prazer, saudade e dor entre vários outros. Dentro do contexto de Desenvolvimento Local, a exploração da gastronomia local serve como atrativo turístico, elencando a multiculturalidade existente e favorecendo a rotação de fluxo econômico.

O desenvolvimento se favorece com relações construídas que levam em conta aspectos sociais e econômicos do local em que acontece. As distinções criadas entre comunidades que já tem estabelecido sua identidade e memórias sociais contribuem efetivamente no desenvolvimento ajudando sua articulação em meio ao mundo. Em busca desse desenvolvimento a relação com as políticas públicas é necessária tornando mais eficaz o processo.

Para viabilizar a funcionalidade desse processo, foi feito um levantamento com a população universitária local, verificando o cotidiano e costumes culturais. Dessa forma observa-se como a demanda campo-grandense aumentou diante a procura por gastronomia.

Dessa forma buscou-se a relação entre o turismo com suas diversas faces, e a gastronomia, elencando todo o processo de desenvolvimento nos últimos anos com seus meios de expressão cultural.

4.1 O turismo e sua relação com a gastronomia como vetores de Desenvolvimento Local

Segundo o órgão responsável pela Organização Mundial do Turismo- OMT (UNWTO) por suas siglas em inglês) (2017), o turismo é considerado chave de desenvolvimento, prosperidade e bem-estar, obtendo a cada dia um número de destinos cada vez maior pelo mundo. Muitos países se abriram a essa nova tendência investindo em empregos, empresas, exportações e infraestrutura buscando o progresso socioeconômico.

Ao longo das últimas seis décadas, o turismo experimentou expansão e diversificação contínuas para se tornar um dos setores econômicos maiores e de mais rápido crescimento no mundo. Muitos novos destinos surgiram além dos favoritos tradicionais da Europa e da América do Norte (OMT. 2017. p.2)

Martinelli e Joyal (2004) mencionam que o pensar historicamente sobre o tema de Desenvolvimento Local, não é relacioná-lo apenas com a economia mensurando enfoque no aspecto competitivo. Devido a um pensamento pré-estabelecido sobre as questões financeiras a maior parte da população instantaneamente liga a palavra “desenvolvimento” às questões tributárias, geração de receita e giro de moeda. O desenvolvimento é um fator consequente da globalização.

Porém a globalização, ao contrário daquilo que se poderia pensar à primeira vista, vem justamente reforçar a importância do Desenvolvimento Local, visto que cria a necessidade da formação de identidades e de diferenciação das regiões e das comunidades, para enfrentarem um mundo de extrema competitividade (MARTINELLI e JOYAL, 2004 p.3).

É essencial que se pense no desenvolvimento relacionado diretamente num contexto local trazendo as inter-relações construídas entre aspectos sociais e econômicos. Para que haja o Desenvolvimento Local é necessária a criação da identidade, distinções entre comunidades e regiões para que se relacionem em meio ao mundo. Segundo Martinelli e Joyal (2004), a busca por estratégias econômicas faz com que as comunidades, regiões e países sejam competitivas, mas que o ponto de vista econômico constroem uma mutação eficaz no mercado explorando suas potencialidades, inovando e buscando eficiência simultânea no contexto mundial favorecendo a globalização.

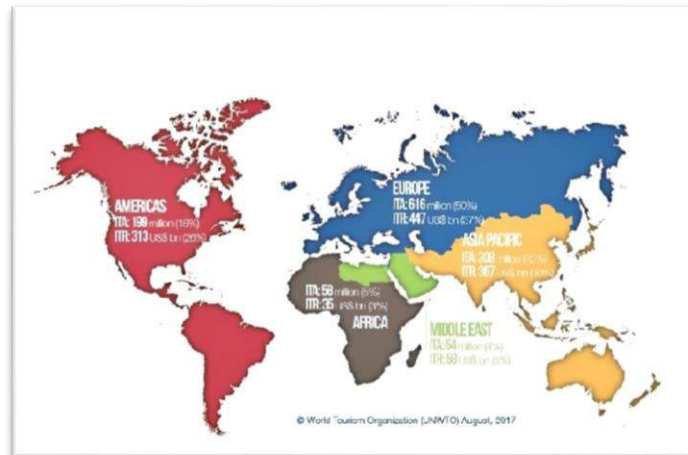
Devido ao crescimento constante de empresas no mercado prestando serviços, em diversos houve um aumento na competitividade e a produtividade, sendo necessária a busca por inovações para atender níveis maiores como exportações. Dessa forma torna-se necessária a criação de um ambiente sistêmico para que todos os tipos de inovações sejam inseridos no ambiente e articulem entre si.

Os pequenos negócios são em maior quantidade e mais vulneráveis, assim são obrigados a ser mais competitivos e dinâmicos por disputar entre si e com grandes empresas (MARTINELLI e JOYAL, 2004). As microempresas diariamente trabalham com o desafio de serem mais competitivas, pois se julga que as grandes empresas possuem maior preparo e recursos para se manterem no mercado do mundo globalizado. No entanto, é o fator inovação e a harmonia sistêmica que fazem ambos se manterem.

Neste contexto, a questão do turismo como vetor de desenvolvimento, tem no turismo a sua mola propulsora. Mesmo diante de choques ocasionais o turismo mantém seu crescimento ininterrupto demonstrando força e resiliência. O fluxo de turistas internacionais aumentaram desde 1950 que era de 25 milhões no mundo todo em 1980 passou para 278

milhões, 2000 para 674 milhões e 2016 apresentou 1,235 milhões. Conseqüentemente, a receita cresceu juntamente com o fluxo turístico, rendendo nos destinos visitados em 1950 US\$2 bilhões, 1980 US\$104 bilhões, US\$495 bilhões e em 2016 US\$1,220 bilhões de dólares em todos mundo.

Figura 20 - Crescimento do Turismo Internacional 2016



Fonte: OMT 2017

A OMT (2017) divulgou dados nos quais demonstram que o turismo internacional que gerava US\$216 bilhões em exportações mediante a prestação de serviços de transporte de passageiros a não residentes em 2016 passou para US\$1,4 trilhão, com uma média de US\$4 bilhões ano. Em 2015, o turismo representava 6% das exportações mundiais de bens e serviços em 2016 já era responsável por 7%, crescendo mais rápido que o comércio mundial nos últimos cinco anos. O crescimento em 2016 de 3,9% no turismo internacional atingindo 1.235 milhões em todo mundo, representou o sétimo ano consecutivo de crescimento acima da média após a crise econômica de 2009, até então desde a década de 1960 não havia sido registrado uma sequência de crescimento ininterrupto.

O turismo internacional seguiu a demanda com a tendência de anos anteriores com muitos destinos para serem explorados, mas todos compartilhando o crescimento geral devido muitas vezes à demanda ser maior por cidades onde o transporte aéreo é acessível.

Na região da OMT, a Ásia e o Pacífico lideraram o crescimento em 2016 com um aumento de 9% nas chegadas internacionais, seguido por África (+ 8%) e as Américas (+ 3%). A região mais visitada do mundo, a Europa (+ 2%) mostraram resultados mistos, enquanto os dados disponíveis para o Oriente Médio (- 4%) indica um declínio nas chegadas. As receitas do turismo internacional cresceram 2,6% em termos reais (tendo em flutuações da taxa de câmbio da conta e inflação) com ganhos totais em os destinos

estimados em US \$ 1.220 bilhões em todo o mundo em 2016 (1.102 milhões de euros) (OMT. 2017. p.3).

Continuamente liderando no *ranking* de chegadas internacionais em 2016, estão os países França, Estados Unidos, Espanha e China, sendo que a maior receita econômica se divide entre Estados Unidos e Espanha, logo seguidos pela Tailândia e China. A OMT (2017) mediante o relatório de longo prazo espera um crescimento de turistas internacionais em todo mundo de 3,3% ao ano, elencando 2010 a 2030 com expectativa final de 1,8 bilhões.

A gastronomia carrega múltiplas possibilidades de alimentação e de forma especial se destaca em suas inter-relações com o turismo, podendo ser considerada fator de sobrevivência humana nutrindo corpo e alma. Tema fundamental para o atrativo turístico, pode a gastronomia sozinha ser motivo de deslocamento humano na busca por experiências de sabores gastronômicos. Em muitos casos é colocada no centro das discussões sobre turismo como um ponto forte e referente para atrativos de eventos, na intenção de receber bem os visitantes.

O turismo é um movimento de pessoas que intensificam o contato intercultural, por isso, pode contribuir para a apreciação da relatividade e da diversidade cultural, estimulando o mútuo respeito entre culturas. O turismo também pode ser uma “oportunidade para a paz, o entendimento e o conhecimento entre diferentes sociedades e nações” (BRUNT e COURTEY, 1999).

A relação do turismo então com a gastronomia, possibilita a percepção de fatores econômicos, ambientais, sociais e culturais, além de representar características físicas dos locais onde se vive crenças políticas e religiosas, formação étnica (AZEVEDO, 2010). Com o avanço da globalização, é possível ter acesso a informações e produtos que possibilitam a expansão do turismo, principalmente devido à possibilidade de escolher o destino, selecionando sua culinária, cultura e prazer. A culinária de cada cultura tem seu significado, e está repleta de identidade, tradições, memórias, transmitidas por meio do alimento. A busca pelo prazer leva a vontade de conhecer novas culturas gastronômicas (AZAMBUJA, 2001).

A gastronomia desempenha um papel na satisfação da experiência do Turista e como parte do patrimônio cultural do destino (IGNATOV e SMITH, 2006). Portanto, esta tipologia do turismo reforça a importância dos ingredientes locais, aprendendo e apreciando seu próprio consumo, e a importância dos recursos culinários.

Uma das consequências do turismo cultural gastronômico é a possibilidade de crescimento das regiões envolvidas, possibilitada pela experiência da culinária local e

conhecimento por outros turistas da mesma, portanto, atraindo mais turistas e aumentando a renda da população local (AZEVEDO, 2010).

Uma das diversas formas de manifestações culturais são os eventos, que são determinados como grandes atrativos e potencializadores da economia local, assim podendo ser dividido em diversas categorias como *shows*, feiras, teatros, cursos, palestras entre outros. Com essa variedade surgiu vários conceitos sobre o termo evento, que é um dos pontos de pesquisa mais explorados no momento por diversos autores.

Segundo Meirelles (1999, p.25) o evento se determina como “Um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meios de recursos da tecnologia”. Alguns eventos são determinados especiais se caracterizando por atrair uma grande quantidade de pessoas, ou seja, multidões, que podem ter como objetivos somente chamar a atenção ou até mesmo influenciar em questões como políticas públicas. Para Silva, Viegas e Caiado (2011) no contexto do turismo cultural e apresentando componentes de atrativos culturais, os eventos representam uma demanda turística alta, pois ele permite que o indivíduo desenvolva seu potencial criativo através das participações em eventos de *workshops* e cursos.

A celebração de eventos é uma forma de compartilhar modos, tradições e sentimentos do que existe de único das comunidades em relação aos visitantes, ele costuma trazer um sentimento de orgulho para a comunidade local (SMITH; FOREST, 2009). O reavivamento de tradições e fortalecimento das culturas é um dos pontos importantes na realização de eventos, além desenvolver o potencial também melhora o relacionamento dos residentes com turistas (GERTZ, 1997).

Gertz (1997) enumera os eventos com importância para a economia local, auxiliando na oportunidade de empregos, investimentos, além de ser eficaz na melhora da qualidade de vida e rotação na economia local já que o dinheiro arrecadado é gasto na própria comunidade. Um dos meios mais utilizados para a divulgação da variedade de eventos é através das mídias podendo ser por televisão, rádio, telefone e online via *Internet*. Dessa forma a pessoa pode estar em qualquer lugar do mundo e acessar a divulgação do calendário em que consta data, local, lugar e tipo de evento. Através desses meios de divulgação a cultura e saberes locais aparecem como atrativos para opção de turismo.

Todo o processo de criação e divulgação de eventos tem regras recomendadas pelos especialistas em Relações Públicas e normas do local onde vai acontecer. Uma proposta de eventos tem que ser tratada de forma bem delicada e por profissionais pois requer uma coordenação, planejamento, organização e *marketing* para que se tenha sucesso e atinja o interesse das pessoas em visitá-lo. Um evento bem-sucedido e com resultados satisfatórios faz com que a população deseje que ele aconteça mais vezes, visando um sentimento de pertença sobre o mesmo.

Após a revolução industrial, o turismo se ligou à atividades de lazer facilitando o acesso de diferentes classes sociais e aumentando a demanda de viagens para outros territórios.

El turismo como actividad económica unida al ocio y los viajes nace en medio de otros importantes procesos del siglo XIX, entre ellos la Revolución Industrial. La generalización de los viajes involucrando diferentes clases sociales y un número mucho mayor de personas, produjo demandas de hospedaje, transporte, alimentación e información turística (CISNE & GASTAL, 2011).

As relações formadas em lugares turísticos possibilitaram o surgimento de espaços diferenciados em função das necessidades e compreensão da complexidade da demanda turística. O prazer da alimentação tem uma forte influência para atrair turistas no intuito de perceber a gastronomia como fonte de cultura, conhecimento, sensibilidade e se transforma num grande atrativo turístico cultural.

A gastronomia vem sendo uma das grandes atividades usadas como atrativo turístico nos dias atuais. A alimentação é um fator de sobrevivência fundamental para o ser humano, e a facilidade de acesso com a possibilidade de diversificação desse setor é instigante.

Durante a última década a gastronomia tem se tornado, cada vez mais, objeto de estudo em trabalhos acadêmicos de turismo – e de outras áreas do conhecimento. Dentro da atividade turística esse tipo de estudo se concentra para melhorar o entendimento do turismo gastronômico, que se destina às pessoas que viajam em busca de comidas e bebidas (COELHO-COSTA, FERREIRA e SANTOS, 2016).

Na busca por um melhor conhecimento de uma culinária diversificada e que contraste ao seu paladar natural, algumas pessoas necessitam se locomover até o local de origem de tal culinária para melhor apreciação do sabor, que é ressaltado pelo ambiente e cultura local. E, assim dispostas a experienciar uma aventura culinária para transcender a

simples necessidade de comer e beber, indo além quando se permite explorar o meio, a cultura, as tradições a partir de produções culinárias (COELHO-COSTA, 2012).

Com as atividades turísticas mais diversificadas e serviços melhor capacitados para o atendimento do público-alvo, ficou mais fácil atender as curiosidades e necessidades de cada pessoa. A identidade cultural de um povo bem estruturada e apresentada é o produto/atrativo/alvo para estimular o turismo local e o desenvolvimento do mesmo, quem faz primeiramente essa propaganda para os demais é o próprio morador que é redentor de sua identidade e apreciador da cultura local. Por meio da cultura gastronômica, alimentos e bebidas são revestidos de significados e simbolismos que são usados para conquistar turistas e residentes (COELHO-COSTA, 2009), ao mesmo tempo em que os lugares turísticos constroem infraestruturas e equipamentos para dar suporte às atividades turísticas (FRATUCCI, 2009).

Na contextualização de espaços voltados para o atendimento de turistas e residentes, como bares, restaurantes, cafés, complexos gastronômicos, corredores gastronômicos, dentre outros, é de extrema importância a preservação da identidade cultural de um povo, e também determinado como característica do espaço geográfico como da paisagem onde se insere.

A gastronomia então pode ser considerada o elemento mais importante do turismo, tanto por ser fundamental para a sobrevivência do ser humano quanto pelo fato da transmissão de conhecimento de uma cultura para outra ser imediata. O paladar é um dos sentidos do corpo humano que permite reconhecer os sabores, além de sentir a textura dos alimentos ingeridos podendo distingui-los.

Na gastronomia, as questões de identidade no geral, implicam a existência da culinária local ou tradicional, nesse sentido de uma forma a experiência gastronômica se cria na autenticidade que se faz no paladar do residente ou turista. Para Coelho-Costa e Santos (2011) a importância dada pelo turismo para alimentos e bebidas, tirando-os da posição de necessidades básicas para se tornar motivo principal de viagens, faz surgir mercados especializados como o turismo gastronômico, explorando a diversidade cultural e a identidade de um destino. O fator de querer conhecer a gastronomia de um determinado lugar é valorizar a cultura de um povo. E, dessa forma, cada vez mais é comum o uso da gastronomia como fonte de investigação da identidade de determinada região com o intuito de perpetuar os seus hábitos e costumes (DAMATTA, 1987)

Para que a atividade turística gastronômica seja eficaz, uma das características mais exploradas é o *marketing*. Ele tem como função trabalhar a questão patrimonial como

valorização e preservação voltado a sustentabilidade, inovação e oferta e procura e assim gerando consumo e renda. A presença do turismo, neste caso funciona como opção de preservação, à medida que se oferece para visitação o local mais impregnado da cultura facilita e muito a preservação.

4.2 Gastronomia como patrimônio histórico cultural

Desde a pré-história o homem foi se aperfeiçoando e se diferenciando dos outros animais, um grande passo foi a descoberta do fogo e o controle sobre ele. Além de fonte de luz e calor, o fogo logo foi utilizado para assar a caça e pesca fazendo com que seu consumo não fosse somente cru. Com a invenção dos utensílios de argila facilitou ainda mais o manuseio de alimentos, pois não necessitavam ser sempre assados e sim cozidos de diferentes formas.

Os primórdios da arte culinária estão aliados a invenção dos utensílios de pedra e de barro. As preparações culinárias não passariam dos níveis mais simples sem vasilhame para ferver líquidos e manter alimentos sólidos em temperatura constante. Só com a fabricação desses artefatos puderam os homens iniciar-se na culinária propriamente dita, isto é, cozer os alimentos, condimentando-os com ervas e sementes aromáticas (FRANCO, 1986, p.11).

Com o passar do tempo e a frequência no manuseio da argila, o homem do período neolítico inventou o forno de barro compactado e essa foi uma das grandes inovações do período. Segundo Franco (1986) mesmo após a domesticação dos animais, o cultivo da terra, de utensílios de cerâmica e fornos que necessitavam de um local fixo o nomadismo continuava. Na busca por uma fonte de alimentos melhores e mais garantidos o homem nômade desenvolveu a agricultura e passou a prender e criar seus animais. Na pesca buscou explorar novos lugares encontrando especiarias.

Observando os ciclos anuais- a estação chuvosa ou de enchentes, a época de semear ou de colher- o homem aprendeu a observar o movimento do sol, da lua e das estrelas. O início das civilizações está intimamente relacionado com a procura dos alimentos, com os rituais e costumes de seu cultivo e preparação, e com o prazer de comer (FRANCO,1986, p.12).

Os paleontólogos¹⁰ consideram que diversos grupos humanos habitavam na terra zonas climáticas diferentes, desenvolvendo sua alimentação conforme as condições geográficas do local que se encontravam e devido a essa necessidade humana de “alimentar-se” não se sabe o momento exato de quando a comida se transformou em objeto de prazer. Logo o homem foi adquirindo rituais de alimentação básicos e em seguida o festim para cultuar os deuses.

Quando a alimentação parou de ser nutrida só por raízes, sementes e frutas, e a carne não era de tão fácil acesso os rituais para a divisão desse alimento começou inicialmente dentro do grupo familiar e após os amigos e vizinhos. Assim, a hospitalidade e confraternização entre pessoas e o alimento começou a surgir. Segundo Franco (1986), o prazer da mesa está nas circunstâncias em que se encontra como fatos, lugares e acompanhantes. O cuidado do preparo, o local onde será servido e tipo do alimento procuram a harmonia dos convivas a se reunirem.

Sabemos que uma refeição, por mais perfeita que seja do ponto de vista gastronômico, pode ser prejudicada se os convivas não forem simpáticos. Em contrapartida, uma refeição simples pode trazer grande satisfação se a companhia é agradável (FRANCO, 1986, p.12).

A etimologia da palavra patrimônio é derivada do latim *patrimonium*, que tem como significado herança familiar, bens de pai e de mãe, conjunto de bens, posses, direitos e obrigações sobre preservar.¹¹ No decorrer dos séculos foi ganhando diversos significados, inicialmente foi relacionado apenas como bens materiais que derivavam de heranças principalmente familiares sendo estas, terras, casas, objetos como louças e móveis. Dessa forma foi-se construindo uma base cultural unificadora de extrema importância política e social. Com o tempo outros significados foram atribuídos de forma a integrar a compreensão e as novas demandas como patrimônio histórico-arquitetônico e patrimônio cultural.

Patrimônio histórico. A expressão designa um fundo destinado ao usufruto de uma comunidade alargada de dimensões planetárias e constituído pela acumulação contínua de uma diversidade de objetos que congregam a sua pertença comum ao passado: obras e obras-primas das belas artes e das artes-aplicadas, trabalhos e produtos de todos os saberes e conhecimentos humanos (CHOAY, 2006, p.11).

¹⁰ Paleontólogo: cientista que estuda a vida do mundo animal que existiu no nosso passado, tendo como base as ossadas encontradas em sítios arqueológicos.

<<http://www.dicionarioinformal.com.br/significado/paleont%C3%B3logo/1050/>>.

¹¹ Disponível em: <<http://www.dicionarioetimologico.com.br/patrimonio/>>. Acesso em: 15 de Março de 2017.

Após a segunda guerra mundial houve uma homogeneização¹² do conceito de patrimônio em relação aos novos valores, introduzindo então a arquitetura edificada dos séculos XIX e XX na categoria de monumentos históricos.

Com a sociedade em constante transformação e o mundo em ubiquidade¹³ devido às mídias e a facilidade de locomoção, o termo “patrimônio histórico” além de remeter à instituição é uma forma de mentalidade para a tribo mediática¹⁴. Os monumentos históricos estão aumentando a cada dia devido as subdivisões do termo criadas e a anexação de novos tipos de bens.

Pode-se considerar patrimônio histórico de um povo seus hábitos alimentares, pois neles está contida uma memória inconsciente que resgata lembranças e sentimentos de prazer, saudade, dor entre vários outros.

Azevedo (2010) conceitua a cultura alimentar como patrimônio imaterial, ao inserir bens ela ganha uma identidade cultural própria e também preserva suas raízes e heranças. Quando ingredientes são acrescentados aos pratos tradicionais, trazendo novo aspecto, eles podem se tornar patrimônio material, precisando para isso ser registrados, servir de fonte para novas gerações e contribuir para a sociedade.

O patrimônio cultural remete a questões históricas, nas quais os valores de um povo influenciam no quesito social e político. Assim, há uma ligação direta no desenvolvimento social e na constituição da identidade coletiva trabalhando diretamente nas práticas de proteção. Ele envolve todo conhecimento de um povo em relação às artes, crenças, moral, costumes e leis. Também está presente no modo de agir coletivo, sentimentos de pertença e lembranças coletivas, as quais carregam fatos e histórias vividas ou imaginadas pelos seus antepassados. É fator principal na constituição da identidade e memória de um povo.

Segundo Reis e Figueiredo (2015), uma série de mudanças a respeito de debates sobre patrimônio histórico e cultural formou um movimento que ampliou o significado de patrimônio incorporando noções de história e conceitos de cultura, trazendo outros aspectos importantes que analisados interferiam na educação e inclusão de grupos sociais diversos.

¹² Homogeneização: Ato, ou efeito de tornar homogêneo, tornar único, misturar, igualar-se. Disponível em <<http://www.dicionarioinformal.com.br/significado/homogeneiza%C3%A7%C3%A3o/665/>>.

¹³ Significa estar presente ao mesmo tempo em todos os lugares.

¹⁴ Mediático: Divulgado ou transmitido através da mídia, dos meios de comunicação (televisão, rádio, jornal): efeito mediático da propaganda. Disponível em <<https://www.dicio.com.br/mediatico/>>

[...] observa-se a ampliação do conceito de cultura, que não se limita mais a cultura formal, erudita e ou clássica, mas mescla-se com a cultura popular e com as manifestações populares. Estas ampliações e modificações conceituais relacionam-se com a própria dinâmica da vida em sociedade com a necessidade de construção de novos conceitos ou de modificação conceitual para atender novas demandas, exigências do mundo contemporâneo (REIS; FIGUEIREDO, 2015, p.15).

O patrimônio cultural tem duas subdivisões que delimitam melhor suas características, são elas o patrimônio material e imaterial.

Estão relacionados aos bens culturais imateriais os saberes, as habilidades, as crenças, o modo de ser das pessoas; sendo assim, os conhecimentos existentes nas comunidades, as manifestações literárias, religiosas, musicais, plásticas, os rituais, as festas e outras práticas de vida social são bens imateriais. Já o patrimônio material é representado pelos bens culturais sejam eles: arqueológicos, paisagísticos, históricos, coleções e acervos museológicos, bibliográficos, fotográficos ou cinematográficos.

4.3 Gastronomia como capital social

O tema capital social é foco de diversos estudos, no entanto ainda não se obteve nenhuma conceituação teórica. Seus estudiosos tanto defensores como opositores percebem a complexidade de valores que englobam esse sistema.

Diretor da Unidade de Governança e Sociedade Civil da Fundação Ford, divide os pesquisadores que têm alguma relação com o tema em três grupos: os entusiastas, para quem o capital social seria uma espécie de “elo perdido” da sociedade, o ingrediente que faltava para fazer as mais diversas equações sociais e econômicas funcionarem; os céticos, que enxergam nos entusiastas uma inocência ao extremo, rejeitando até mesmo a noção de “capital” da expressão; e, por último, os táticos, que, apesar de verem no capital social um papel importante em várias dimensões (inclusive, dizem, na de trazer para o pensamento e debate econômicos considerações mais complexas do que a mera “racionalidade do mercado”), também se preocupam com a falta de rigidez metodológica com que muitos dos entusiastas tratam suas pesquisas acerca do tema (EDWARDS, 1999). (apud SANTOS, 2003 p.9).

Para Coleman (1999) o capital social funciona como um recurso no qual o indivíduo não consegue se dispor sozinho mediante o seu objeto, pois depende do processo de inter-relações sociais para atingir o êxito.

[...] mas uma variedade de diferentes entidades, com dois elementos em comum: todas elas consistem de algum aspecto das estruturas sociais, e elas facilitam certas ações de certos atores – sejam eles pessoas ou atores em agregado – dentro da estrutura. Como outras formas de capital, o capital

social é produtivo, tornando possível a consecução de certos fins que na sua ausência não seriam possíveis. Como o capital físico e o capital humano, o capital social não é totalmente tangível, mas pode ser específico para certas atividades () (COLEMAN, 1999, p.20).

Coleman (1999) julga que atitudes individualistas servem de suporte ao coletivo e as escolhas racionais, pois confronta a questão em si, mas reflete a habilidade de relacionamento e cooperação com outro indivíduo em que se é favorecida a vida em sociedade. A busca por colaboração social dentro do sistema e harmonia aumenta a capacidade e compromisso da sociedade, a qual contribui efetivamente para o Desenvolvimento Local.

O termo “capital social” para Putnam, durante o século XX foi por várias vezes reinventado e inventado, por um variado número de autores e recentemente o Banco Mundial e a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, (OCDE) aderiram e incentivaram estudo novos, com foco na criação, relação e medição do desenvolvimento econômico, assim como a diminuição da pobreza.

A confiança entre os indivíduos da comunidade leva ao maior nível de cooperação e automaticamente gera confiança. “A confiança necessária para fomentar a cooperação não é uma confiança cega. A confiança implica uma previsão do comportamento de um ator independente.” (PUTNAM, 2006, p. 180). O autor relata que cooperação é necessária em todos os setores, seja entre administradores e operários, entre iniciativa privada e governo ou entre Executivo e Legislativo.

Putnam (2006, p. 34) conclui que a confiança social provém por meio de reciprocidade, além de construir confiança por intermédio de associações de bairro, clubes sociais entre outros. Defende que “ O capital social é o envolvimento individual em atividades coletivas, construções de redes de confiança recíproca, construção de virtudes cívicas que possibilitam o fortalecimento da democracia.” Para o autor para que aja um forte capital social é necessário um maior desenvolvimento econômico.

Com tudo isso, pode-se notar que o capital social contribui para o sucesso econômico de um país, sendo percebido como um processo histórico crescente que pode transformar comunidades, empresas, economia e política de um país.

A gastronomia como veículo de desenvolvimento econômico e social se encaixa perfeitamente com a proposta do capital social. Por estar presente no cotidiano da humanidade e ser um bem de necessidade fisiológica, cresce diariamente a oferta de tipologias de comidas e conseqüentemente junto uma grande quantidade de empreendimentos comerciais.

A maioria dos empreendimentos gastronômicos é formada por microempresas e geralmente de núcleo familiar, dessa forma se favorece a relação de confiança tanto com o cliente quanto com parceiros comerciais.

5. PERCURSOS GASTRONÔMICOS NAS PERCEPÇÕES DA COMUNIDADE UNIVERSITÁRIA

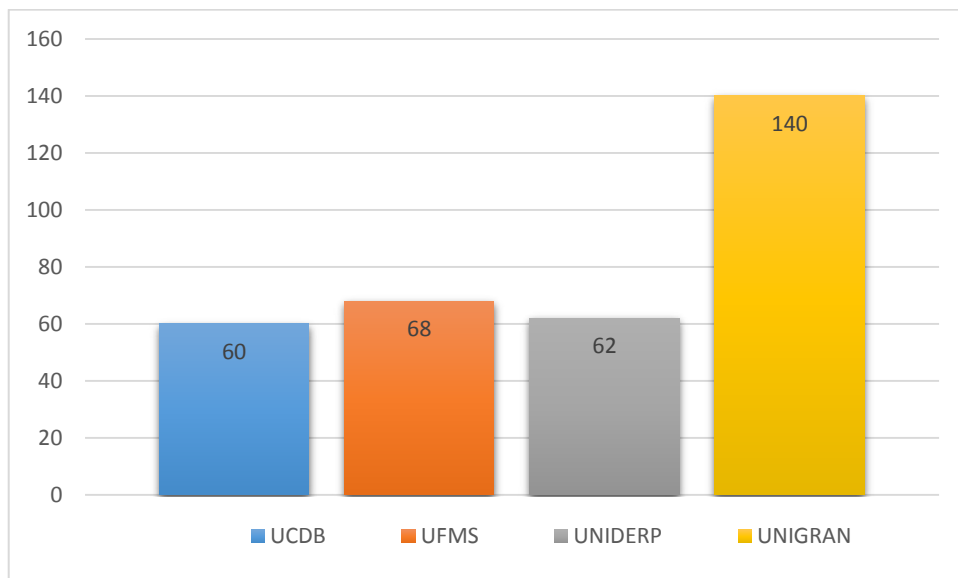
Neste capítulo são apresentados os resultados da aplicação da pesquisa, os circuitos mais frequentados pelos sujeitos da pesquisa assim como os circuitos gastronômicos mais tradicionais de Campo Grande-MS.

5.1 Aplicação da pesquisa

A pesquisa foi realizada junto à comunidade universitária da cidade de Campo Grande-MS, e foi aplicada em 04 (quatro) instituições de ensino superior. Foram elas Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) (campus Campo Grande-MS), Universidade Católica Dom Bosco (UCDB), Universidade Anhanguera (UNIDERP) (matriz) e Faculdade Unigran Capital (UNIGRAN) (campus Campo Grande-MS).

O questionário foi semiestruturado e tabulado com questões abertas e fechadas para isso foi utilizada a abordagem quantitativa com a intenção de levantar dados que justificassem as motivações da comunidade universitária sobre a gastronomia local.

Gráfico 1 - Universidades pesquisadas



Fonte: Elaboração pessoal

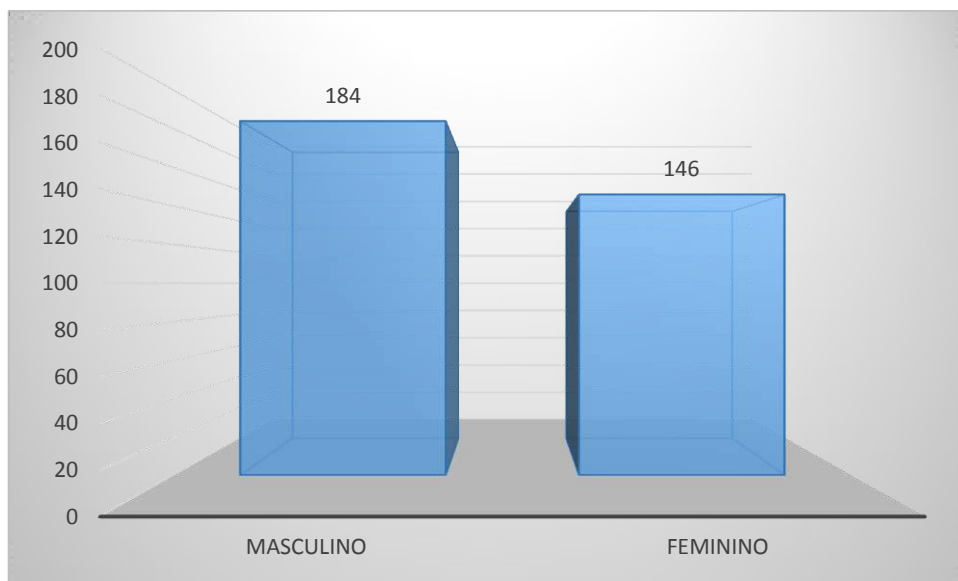
Totalizando 330 questionários aplicados, o montante variou na sua aplicação em relação à meta inicial que era de 150 questionários por instituição. Isso se deve ao fato de que nem todos os acadêmicos terem colaborado com o preenchimento completo do questionário,

fazendo com que o mesmo não pudesse ser usado na tabulação final da coleta de dados. A divisão de gênero teve o sexo feminino como predominante na pesquisa.

Na UCDB, foram aplicados 60 (sessenta) questionários, deles 27 (vinte e sete) eram do sexo feminino e 33 (trinta e três) do sexo masculino.

Na UFMS, houve um total de 68 (sessenta e oito) questionários aplicados, sendo 32 (trinta e dois) femininos e 36 (trinta e seis) masculinos. Já na UNIDERP o montante foi de 62 aplicados, dos quais 33 (trinta e três) foram do sexo masculino e 29 (vinte e nove) do sexo feminino. Na UNIGRAN, obteve-se o número maior de colaboração para o preenchimento do questionário totalizando 140 (cento e quarenta), deles foram 44 (quarenta e quatro) do sexo masculino e 96 (noventa e seis) do sexo feminino ultrapassando o dobro do sexo oposto.

Gráfico 2 - Do Gênero



Fonte: Elaboração pessoal

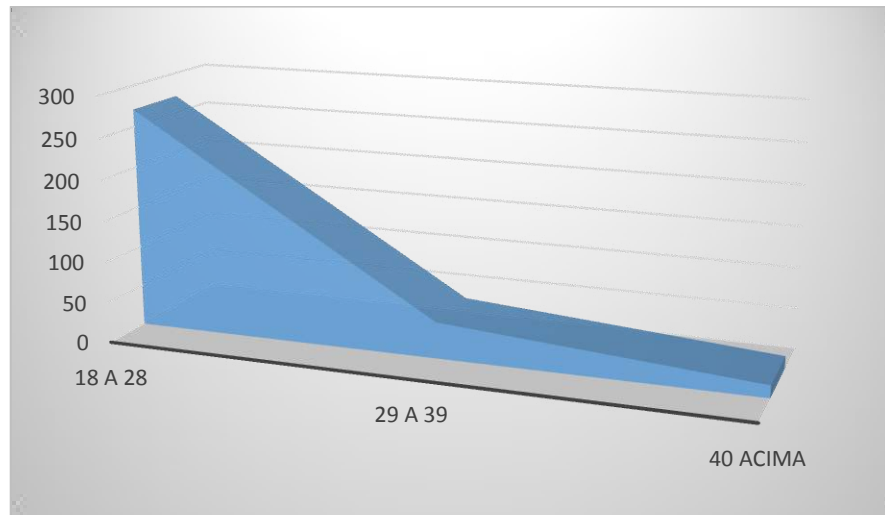
Atualmente, a busca por qualificação profissional e conhecimento teve um aumento muito grande, abrangendo diversos tipos de pessoas e idades. Para um resultado mais preciso a faixa etária da comunidade universitária foi dividida em 3 (três) classes conforme o gráfico 3 apresentado.

1ª classe – Faixa etária de 18 (dezoito) a 28 (vinte e oito) anos, obtendo a maior parte dos universitários totalizando 271 (duzentos e setenta e um).

2ª classe – Faixa etária de 29 (vinte e nove) a 39 (trinta e nove) contendo 44 (quarenta e quatro) universitários nessa faixa etária.

3ª classe – Faixa etária - a partir de 40 (quarenta) anos no qual se obteve 15 (quinze) questionários.

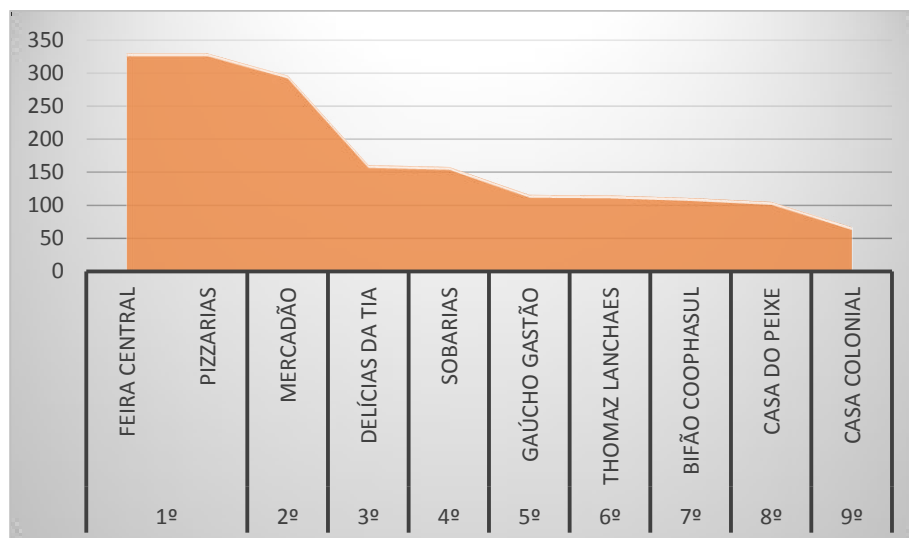
Gráfico 3 - Faixa etária



Fonte: Elaboração pessoal

No questionário aplicado, procurou-se descobrir quais os lugares gastronômicos locais da cidade de Campo Grande - MS são mais frequentados pela comunidade acadêmica:

Gráfico 4 - Locais mais frequentados



Fonte: Elaboração pessoal

Conforme o Gráfico 06, pode-se observar que Pizzarias e a Feira central lideraram a preferência dos universitários, seguidos do Mercado Municipal, Delícias da Tia, Sobarias, O Gaúcho Gastão, Thomaz Lanches, Bifão Coophasul, Casa do Peixe e Casa Colonial. A maioria deles apresenta um baixo valor econômico para consumo e promovem promoções de refeições especiais no decorrer da semana.

5.2 Circuitos universitários mais frequentados

A feira central (Figura 21) ou "Feirona" como popularmente é conhecida, oferece vários pratos tradicionais como sobás e espetinhos. Nela encontramos barracas que vendem desde produtos típicos, artesanais e até importados. Localizada na área central foi totalmente reformada em outubro de 2006 e instalada na antiga estação ferroviária de Campo Grande-MS.

Figura 21- Entrada principal Feira Central



Fonte: <http://feiracentralcg.com.br/> (2017).

Campo Grande-MS conta com uma vasta rede de pizzarias, a predominância ainda é pelo método à la carte, porém, as pizzarias que oferecem rodízios têm aumentado consideravelmente. Normalmente seus cardápios possuem opções de pizzas salgadas, doces e veganas. As pizzarias mais frequentadas da cidade, segundo a percepção dos universitários, se localizam em bairros periféricos e não no centro e os produtos mais procurados pela população universitária, são aqueles mais acessíveis economicamente e situadas nos bairros em que mora a maioria dos universitários.

Figura 22- Pizzaria Pedaco da Pizza



Fonte: <http://pedacodapizza.com/> (2017).

Uma das pizzarias mais citadas é denominada “Pedaço da pizza” e é localizada na Avenida Bom Pastor que fica no bairro Monte Líbano próximo a área central foi inaugurada em dezembro de 2008, e traz ao mercado uma proposta de pizzas tradicionais com produtos de qualidades e ingredientes frescos. O fluxo de clientes é tão grande que na tentativa de agradá-los e minimizar o tempo de espera para atendimento em outubro de 2017, na mesma avenida abriu uma franquia a qual só se oferece o rodízio de pizza.

O mercado municipal Antônio Valente popularmente conhecido como “Mercadão”, fica localizado na região central. Internamente possui uma estrutura de galpão com área de 2.051,70 m² e mais de 200 bancas ou Box como são chamados, que oferecem desde produtos alimentícios do bioma do cerrado, souvenirs, ervas de tereré e chimarrão.

A população campo-grandense além de se dirigir a ele para compras de alimentos e ervas também o procuram devido aos famosos pastéis. Aos fins de semana é de hábito dos campo-grandenses consumirem os pastéis do mercadão, eles têm um custo baixo e bem acessível a todas as classes econômicas. Além dos pastéis tradicionais são oferecidos os da “casa”, que são aqueles que contêm produtos regionais como carne-seca, banana-da-terra, palmito, milho entre outros.

Figura 23 - Entrada principal Feira Central



Fonte: <http://www.campogrande.net> (2017).

O empreendimento Delícias da Tia , situado na Av. Prefeito Ludio Martins Coelho, Nº1872 no Residencial Oliveira, surgiu há pouco tempo na cidade, mas já é um verdadeiro sucesso entre a população e principalmente aos adolescentes. Localizado fora da área central de Campo Grande-MS e perto do aeroporto internacional da capital, ficou famoso pelo cardápio único e sobremesas geladas. Sendo mais uma opção gastronômica, virou também patrimônio da cidade, não só pela história da proprietária, mas por ter transformado a maneira de servir na periferia Campo Grande-MS.

Quatro anos depois da inauguração na varanda de casa, foi necessária a mudança de endereço duas vezes para ampliar a lanchonete e dar conta da clientela que só aumenta e vem de todas as regiões. Atualmente, no Bairro Buriti, dois imóveis são ocupados pelo empreendimento.

Em 2017, o “Delícias da Tia” abriu as portas no Shopping central Norte Sul Plaza, recheado de sanduíches e com as taças doces que fizeram a fama da marca, com sobremesas a base de sorvete. O cachorro-quente ainda é o carro chefe do local, produzido especialmente pela dona com ingredientes especiais. O atrativo principal além dos pratos é o custo baixo deles, atraindo a população de grandes distâncias para consumir os produtos.

Figura 24 - Delícias da Tia



Fonte: <https://www.campograndenews.com.br> (2017).

O Point do Espeto e Sobá fica localizado na Avenida Bom Pastor, algumas quadras da Avenida Zahran, uma das vias de acesso rápido que cortam a cidade de Campo Grande-MS. Seus produtos principais são o espetinho completo (arroz, vinagrete, mandioca, farofa e carne) e o sobá suíno ou bovino. É um ambiente familiar e com um custo financeiro baixo nas refeições.

Figura 25- Point do Espeto e Sobá



Fonte: <https://www.tripadvisor.com.br> (2017).

A Churrascaria e Costelaria Gaúcho Gastão (Figura 26), é uma das mais antigas da cidade, localizada na Rua Dr. Zerbini, Nº 38 bairro Chácara Cachoeira tem um ambiente amplo e com decoração simples. A churrascaria oferece 14 pratos quentes, 30 tipos de saladas com frios e 22 carnes assadas, incluindo, entre suas especialidades, a costela defumada e a linguiça de costela. Cada dia da semana é temático. Há churrasco (segunda-feira), comidas típicas da região (terça-feira), feijoada (quarta-feira e sábado), massas (quinta-feira) e

cardápio especial (domingo), com novidades para os clientes. Além de cinco tipos de doces, a casa também brinda seus clientes com vinhos tintos, brancos e espumantes de sua adega climatizada.

Figura 26- Churrascaria e Costelaria Gaúcho Gastão



Fonte: <https://www.apontador.com.br> (2017).

O Thomaz Lanches foi inaugurado em 1978, e fica localizado no centro da cidade de Campo Grande-MS, na Rua Sete de Setembro, 744 - Centro, sua especialidade são as esfirras abertas e fechadas de diversos sabores. Seu atendimento foge dos padrões encontrados na cidade, o cliente que procura o estabelecimento tem a liberdade de se auto servir, e quando terminar informar ao caixa a quantidade e os produtos que consumiu. Essa confiança e liberdade dada ao cliente faz com que sua freguesia seja fidelizada.

Figura 27- Feira central



Fonte: <http://www.thomazlanches.com.br/> (2017).

O Bifão da Coophasul é um trailer localizado na rua principal do bairro Coophasul, seu produto principal é o bife a cavalo que é famoso pelo seu tamanho e dependendo da fome

alimenta duas pessoas. É tradicional no bairro há quase dez anos, e ganhou conhecimento na cidade toda atraindo clientes de todas as regiões.

Figura 28 - Bifão da Coophasul



Fonte: <https://pt.foursquare.com> (2017).

5.3 Circuito turístico gastronômico tradicional

É importante enfatizar que o circuito turístico campo-grandense se concentra no centro da cidade, tendo como referência os restaurantes e bares como Cantina Masseria, Cantina Romana, Lagoa da Prata, Vermelho Gril, Casa do peixe, Água Doce Cachaçaria e Merceria bar. Eles são referência em hospitalidade e pratos típicos da cidade, no entanto o valor econômico estabelecido nesses locais é alto, não se tornando acessíveis à procura cotidiana da população local e muito menos ao poder aquisitivo de grande parte dos universitários. Em razão desta reflexão, percebe-se que na tabulação dos dados, poucas vezes tais locais gastronômicos foram citados.

A Cantina Masseria foi fundada em Campo Grande em 1996 em uma casa de esquina na Rua Afonso Pena com a Goiás. Localizada em um bairro nobre da cidade chamado Jardim dos Estados, situada sua entrada pela Rua Av. Afonso Pena, Nº 4311 é um dos pontos gastronômicos tradicionais da cidade em datas comemorativas como dia dos namorados, mães e pais e dificilmente se consegue uma reserva de última hora, apesar do elevado valor financeiro. A tradição da casa são as massas todas feitas artesanalmente e seus molhos diversos se utilizam de produtos frescos e muitas especiarias.

Figura 29- Cantina Masseria



Fonte: <http://www.cantinamasseria.com.br/> (2017).

Instalada em uma casa de época, a Cantina Romana existe desde 1978, e é ponto de parada tradicional da gastronomia campo-grandense. Fica localizada no Jardim dos Estados, na Rua da Paz, bairro nobre da cidade. Inicialmente abriu as portas na Rua Rui Barbosa onde foram feitos seus primeiros pratos que saíam com a verdadeira tradição italiana e eram embrulhados como presentes daí recebeu o nome de Boutique Gastronômica a pequena Rouisserie. Suas massas frescas e artesanais, e molhos que ganharam sofisticação com o vinho tinho, manjerição, parmegiano e outros. Atualmente, atende filhos, netos e descendentes de famílias que formaram seus primeiros clientes com a mesma qualidade e hospitalidade de antes. Em seu cardápio tem uma frase tradicional que diz: “*Auguri Campo Grande! Qui, siamo tutti buona gente!*” e significa “Os melhores desejos Campo Grande! Aqui, somos todas pessoas boas!”.

Figura 30 - Cantina Romana



Fonte: <https://www.cantinaromana.com.br> (2017).

O restaurante Lagoa da Prata fundado em 2001, localiza-se na Rua Vinte e Cinco de Dezembro, N°73 - Centro, e teve seu primeiro estabelecimento na cidade de Três Lagoas- MS, seu sucesso foi tão grande que em 2009 abriu uma franquia em Campo Grande –MS, se

tornando uma das opções gastronômicas especializada em peixe muito procurada por moradores e turistas que visitam a cidade. O seu sistema de serviço é à la carte, com uma farta variedade de peixes e pratos com alimentos típicos da região. Seus pratos principais são os peixes da bacia do pantanal como Tilápia, Pintado e Pacu que podem ser servidos grelhados, porções fritas, além de moquecas e sashimis. Também oferece opções em carne bovina, como o delicioso Filé ao Creme de Mostarda e o Filé Mogiano.

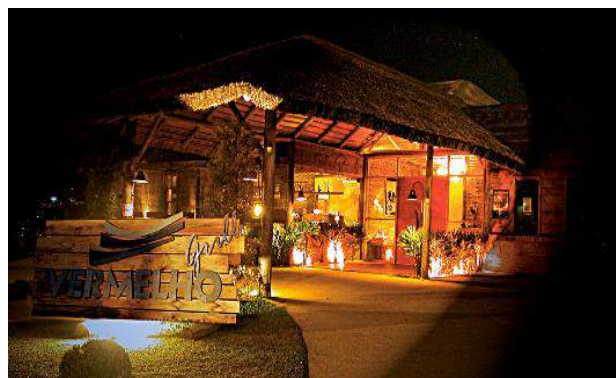
Figura 31- Restaurante Lagoa da Prata



Fonte: <http://www.lagoadapratarestaurante.com.br/> (2017).

O Vermelho Grill é um restaurante e churrascaria que fica localizado nos altos da avenida Afonso Pena, em um bairro de alto padrão chamado Cidade Jardim, próximo ao primeiro *shopping* da cidade, o “*Shopping* Campo Grande. Em seu cardápio há uma grande variedade de carnes suculentas e saborosas enaltecendo a criação bovina existente no estado do Mato Grosso do Sul. O valor de uma refeição no Vermelho Grill é alto, não favorecendo o consumo rotineiro da população local, no entanto para o turista é uma parada essencial na boa gastronomia campo-grandense.

Figura 32 - Vermelho Grill



Fonte: <http://www.vermelhogrill.com.br/> (2017).

A Água Doce Cachaçaria é um lugar tradicional na cidade de Campo Grande-MS, localizada na Rua José Antônio Pereira, Nº194 bairro Jardim Piracicaba, especializada em petiscos que usam alimentos típicos da região, seu foco são bebidas e drinks diversos. Participante do circuito gastronômico da cidade e festival de bar em bar mantém uma freguesia local além de ser franquia conhecida no país todo é ponto referente para turistas que visitam a cidade. Sua localização é central de fácil acesso além de oferecer valores acessíveis.

Figura 33 - Água Doce cachaçaria



Fonte: <http://www.aguadoce.com.br> (2017).

O Mercearia Bar é estabelecimento tradicional na cidade de Campo Grande-MS, localizado na Rua Quinze de Novembro, Nº1064 bairro Centro existente há mais de dez anos , tem um cardápio extenso de cervejas importadas, artesanais e tradicionais. Sua gastronomia é rica em petiscos com elementos regionais, como bolinho e pastel de carne seca, filés de tilápia empanados, e pastéis tradicionais de carne e queijo. Participa dos festivais gastronômicos da cidade como bar em bar, e tem uma decoração referente à times de futebol tanto nacionais quanto internacionais. É lugar de encontro entre amigos para assistir jogos, lutas e *happy hour*. Localiza-se na área central da cidade e oferece preços um pouco elevado mas, acessíveis a população local.

Figura 34- Mercearia Bar



Fonte: <https://www.merceariabar.com.br/> (2017).

A variedade de restaurantes em Campo Grande demonstra que a cidade de Campo Grande possui uma variedade em pratos internacionais em razão da forte influência dos imigrantes que aportaram na capital mas, também em pratos regionais. O circuito gastronômico atende a diferentes camadas econômicas, desde locais com preços acessíveis a locais considerados com preços mais elevados.

Este retrato é típico de cidades mais populosas que oferecem opções variadas para todos os gostos e perfis socioeconômicos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Trabalhos acadêmicos necessitam de conhecimento das produções anteriores sobre o tema pesquisado, e sua finalidade é ampliar o conhecimento relacionando o que já foi produzido em função de diagnosticar possíveis mudanças e avanços. O crescimento nas produções científicas das diversas áreas de pesquisa proporcionou no decorrer do século à criação de bancos de dados online, onde se pode ter acesso as produções anteriores. Esse levantamento de produções referente ao tema pesquisado é determinado “Estado do conhecimento”, que foi realizado nesta dissertação.

A busca pelo tema “Turismo Gastronômico” no banco de Teses e Dissertações da CAPES, concedeu a autora uma vasta produção de publicações anteriores de outros pesquisadores, percebendo-se o quanto o tema abordado se faz presente e crescente no nosso cotidiano. Observou –se como o meio turístico e gastronômico, fortalece a preservação do patrimônio histórico dentro do contexto do turismo cultural fazendo com que o Desenvolvimento Local se efetive.

Não se consegue relacionar o tema Turismo sem ter como referência a gastronomia, por ser um traço marcante da cultura de um povo. Nela estão presentes as características físicas e locais representadas desde o alimento à prática da refeição. É um termo globalizado e cada país eleva suas características turísticas e gastronômicas a nível mais requintado. O Brasil tem a seu favor seis dos nove biomas encontrados no mundo, isso favorece uma vasta produção de insumos alimentícios que é explorado em cada região do país e oferecido como atrativo turístico.

Campo Grande-MS por sua vez se formou por povos de diversas culturas, se tornando uma cidade multicultural. Dessa forma pode-se encontrar uma tipologia bem variada da gastronomia local, pois agregou modos e alimentos típicos de outros locais formando sua culinária tradicional. Mediante a variedade presente a população foi adquirindo o hábito de se alimentar fora de casa, fortalecendo o comércio gastronômico local e o crescimento econômico e social. Por ser uma cidade de ordem horizontalizada sua extensão territorial foi se ampliando, tornando muitas vezes a região central distante dos bairros, assim começaram a surgir os “corredores gastronômicos” que nada mais são que ruas movimentadas de acesso aos bairros onde se agregam vários empreendimentos de ordem gastronômica.

Normalmente há uma vasta variedade de tipologias de comidas e bebidas, acompanhada de música local ou não e serve como pontos de organização para o oferecimento de eventos culinários.

Os eventos gastronômicos favorecem as políticas sociais, pois, os estabelecimentos além de trabalharem juntos em favor da busca econômica auxiliam do Desenvolvimento Local. Na capital campo-grandense pode-se encontrar o festival de “Bar em Bar”, “Festival do Sobá” e o “Circuito Gastronômico Bom Pastor”, mas nos municípios sul-matogrossense também tem eventos gastronômicos como “Porco no Rolete”, “Linguiça de Maracaju” e “Festival Gastronômico Sabores das América”.

Na busca por entender melhor sobre os hábitos alimentares e culturais da cidade de Campo Grande-MS, foi feita uma pesquisa de campo com a aplicação de um questionário na comunidade acadêmica de quatro instituições locais, nele pode-se observar como a alimentação é essencial para a população e a frequência em que eles a procuram fora de casa. Um aspecto importante é o favorecimento de estabelecimentos que oferecem um custo baixo e são acessíveis à todas categorias econômicas e neste perfil, numa escala dos estabelecimentos gastronômicos mais procurados pelos acadêmicos a preferência foi pelas Pizzarias seguidas pela Feira Central e o Mercado Municipal.

Enfocar o tema Turismo gastronômico possibilitou a esta pesquisadora remeter-se a uma possibilidade de potencializar os atrativos dos diferentes locais gastronômicos, encontrados não só em Campo Grande-MS como também em todo o Estado de Mato Grosso do Sul, a partir dos chamados roteiros e corredores gastronômicos.

Antes considerado uma vertente do turismo cultural, o turismo gastronômico vem se fortalecendo ao redor do mundo. Tal ocorrência tem gerado uma série de estudos sobre o tema.

Esta dissertação confirma a hipótese levantada que a gastronomia diversificada que se encontra na cidade de Campo Grande-MS, pode propiciar a exploração de seus potenciais turísticos utilizando a variedade alimentar encontrada como atrativo para pessoas que passam pela cidade, tanto a trabalho porque permanecem pelo menos uma noite, quanto a passeio porque seguem viagem para o interior do estado ou outras localidades.

Para que haja Desenvolvimento local é essencial que as relações sejam construídas em um ambiente de confiança, de identidades, de respeito às diferenças. No ambiente da gastronomia, a sua exploração não pode ser vista como uma mera ferramenta de atrativo turístico, mas de acordo com as pesquisas realizadas, no contexto de Campo Grande-MS, a

continuidade das tradições, o respeito às diferentes culturas que emergem na cidade tem perpetuado hábitos, modos e preferências da população.

Com base nas reflexões apresentadas nesta dissertação, percebe-se que entre as contribuições da gastronomia está a reflexão como patrimônio, como atrativo turístico. Nesse sentido, a comunidade local se conhece e faz-se conhecer pelos visitantes, pois fica implícita sua memória, sua história e suas tradições culinárias.

REFERÊNCIAS

- ÁVILA, Vicente Fideles. Pressupostos para a formação educacional em desenvolvimento local. **Interações** – Revista Internacional de Desenvolvimento Local, Campo Grande, MS v.1, n.1, p.63-76, set.2000.
- AZAMBUJA, Marcelo. A gastronomia como produto turístico. In: CASTRO GIOVANNI, Antonio Carlos (org.). **Turismo Urbano**. São Paulo; Contexto, 2001.
- AZEVEDO, Patrícia Guerra. *A Gastronomia como marca identitária da cultura sanfranciscana. Relatório de pesquisa*. De 15 a 18/11/2008 e de 21 a 25/06/2009 em Xique-Xique/Barra.
- BARCZSZ, Amaral. Débora Silvestre, Franciely F. Azarias. *Turismo gastronômico: a percepção do turista na 18ª festa nacional do carneiro no buraco de Campo Mourão estado do Paraná*. **Revista Patrimônio: Lazer & Turismo**, v.7, n. 11 jul.-ago.-set./2010, p.66-98.
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Editora SENAC, 2006.
- BORGES, M. R., MARUJO, N. & SERRA, J. (2013). Turismo cultural em cidades patrimônio mundial: a importância das fontes de informação para visitar a cidade de Évora. **Tourism and Hospitality International Journal**. 1, 137-156. Disponível em: <www.isce-turismo.com>.
- BOULLÓN, R. C. (2006). **Planificación del espacio turístico**. -- 4a ed. -- México: Trillas.
- CARVALHO, R.; FERREIRA, A. M.; FIGUEIRA, L. M. O contributo dos eventos culturais e criativos para a criação de uma imagem diferenciadora do destino turístico maduro. O caso do festival med de Loulé, Algarve. 2011. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/236345152>. Acessado em 04 Out 2016.
- CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. Tradução Tereza Castro. Lisboa: Editora Edições 70, 2006.
- CISNE, R. & GASTAL, S. Nueva visión sobre los itinerarios turísticos. Una contribución a partir de la complejidad?. **Estudios y Perspectivas en Turismo**. vol. 20, núm. 6, noviembre, 2011, pp. 1449-1463. Ed. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- COELHO-COSTA, Ewerton Reubens. Mistura do dia: a gastronomia e a sua contribuição para o turismo. **Revista Eletrônica de turismo Cultural - RETC - ECA/USP**, v.03,n.01,p.5774., 2009. Disponível em: http://www.eca.usp.br/turismocultural/05_gastronomia_e_turismo_ewerton.pdf>. Acesso em 04/10/2016.
- COELHO-COSTA, Ewerton Reubens. Turismo Gourmand: o luxo e a gastronomia como vetores para o apetite de viajar. **Turismo e Sociedade**, v. 5, n. 1, p. 310-339, 2012. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/turismo/article/view/26584/17708>>. Acesso em 10/10/2016.

COELHO-COSTA, Ewerton Reubens; FERREIRA, Célia Augusta Lopes; SANTOS, Maria Socorro Figueiredo dos. (2016). Mariscolândia: o corredor turístico gastronômico do bairro Varjota em Fortaleza – CE/Brasil. **Revista Turydes: Turismo y Desarrollo**, n. 20 (junio 2016). Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/turydes/20/mariscolandia.html>> último acesso: 10/10/2016.

COELHO-COSTA, *Ewerton Reubens*; SANTOS, M. S. F dos. (2011). **Gastronomia: do cotidiano para o turismo**. In: Mota, K.C.N.; Aragão, A.R.F. [Org.] **Educação tecnológica: teoria e prática do turismo, da hospitalidade e do lazer**. Expressão Gráfica e Editora: Fortaleza, Ceará/Brasil, p. 119-135.

COLEMAN, J. S., 1999. Social Capital in the Creation of Human Capital in LESSER, L. L. **Knowledge and Social Capital: Foundations and Applications**. Boston, Butterworth Heinemann.

DAMATTA, Roberto. **Sobre o simbolismo da comida no Brasil**. In Rio de Janeiro. Volume 15, nº07, 1987

DE PAULA, J. **Políticas de apoio ao desenvolvimento local**. [s.d.]. Disponível em: dowbor.org/crise/politicasa-poioidl_juarezdepaula.doc>. Acesso em: 05 de Fevereiro de 2018.

FERREIRA, N. S. DE A. As pesquisas denominadas estado da arte. 2002.

FRANCO, Ariovaldo. **Gastronomia, uma breve história ilustrada**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1986.

FRATUCCI, Aguinaldo Cesar. **Os Lugares Turísticos: território do fenômeno turístico**. Niterói: EdUFF, 2009.

GETZ, D. **Event Management and Event Tourism, Cognizant Communication Corp**. 1997.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

_____. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**, v. 22, nº 2, jul. /dez., p. 17-46,1997.

IPHAN: Ministério da Cultura, 2004.

KRIPPENDORF, J. A. Sociologia do Turismo. Rio de Janeiro: Editora Civilização brasileira, 2001.

LÉVI-STRAUSS, C. **O cru e o cozido**. São Paulo: Cosac &Naify, 2004.

MAITLAND, R. Tourists, the creative class and distinctive areas in major cities. The roles of visitors and residents in developing new tourism areas. in Richards, G., and Wilson, J. 2007. (eds.) **Tourism, creativity e development**; Routledge, Taylor and Francis Group, New York, London, 73-86.

MARTINELLI, Dante P.; JOYAL, André. **Desenvolvimento local e o papel das pequenas e médias empresas**. Barueri, SP: Manole, 2004.

MARTINS; BAPTISTA. Uíara Maria Oliveira; Maria Manuel Rocha Teixeira. La herencia de la gastronomía portuguesa en Brasil como un productodel turismo cultural. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Volumen 20 pp 404 – 424, 2011.

MARUJO, Noémi; SERRA, Jaime e BORGES, Maria do Rosário. (2013). Turismo cultural em cidades históricas: a cidade de Évora e as motivações do turista cultural. Vol 6, Nº 14 (Junio/junho 2013). **Revista Turydes- revista de investigación em turismo y desarrollo local**. Disponível em: <www.eumed.net/rev/turydes/> último acesso em: 20/10/2016.

MOSQUERA, Francisca Etelvina Contreras. Estrategias para potencializar el desarrollo del turismo urbano. **Revista Publicando** v.3, n.9, 2016.

NÓBREGA-THERRIEN, S. M. e Therrien, J. O estado da questão: aportes teórico metodológicos e relatos de sua produção em trabalhos científicos. In: FARIAS, I. M. S.; NUNES, J.B. C. e NÓBREGA-THERRIEN, S. M. (org.), Pesquisa científica para iniciantes: caminhando no labirinto, Fortaleza: EdUECE, volume 1, p. 33-51. 2010.

OCDE. **The impact of culture on tourism**. OCDE Report, 2009.

OLIVEIRA, Marcelo S.; MORAES, Tríssia Ap. R.; MARQUES, Heitor Romero. Corredor Gastronômico, Turístico e Cultural da Avenida Bom Pastor, em Campo Grande, MS: Metamorfose do espaço. In: MARQUES, Heitor Romero; CASTILHO, Maria A. [Org.] **Desenvolvimento Local no Contexto de Territorialidades**. Gráfica Mundial, Campo Grande-MS, p. 171-189.

PECCINI, Rosana. A Gastronomia e o Turismo. **Revista Rosa dos ventos**, p.206-217. <http://qqucs.br/revistadosventos>, 2013.

PEIXOTO, E. **Levantamento do estado da arte nos estudos do lazer: (Brasil) séculos XX e XXI – alguns apontamentos**. 2007.

PIMENTEL, Alessandra. **O método da análise documental: seu uso numa pesquisa historiográfica**. SciELO - Scientific Electronic Library Online. 2001, n.114, p.179-195. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-15742001000300008&script=sci_abstract&tlng=pt>. Último acesso em: 20/10/2016.

PIMENTEL, E. et al. **Imagem de Marca de um destino turístico, Turismo – Visão e Acção**, vol.8, nº2, maio /agosto de 2006, 283-298.

PITTE, J.R. **A gastronomia francesa: história e geografia de uma paixão**. Porto Alegre: L&PM, 2003.

PUTNAM, Robert D. **Comunidade e Democracia: a Experiência da Itália Moderna**. LEONARDI, Robert; NANETTI, Raffaella Y. tradução Luiz Alberto Monjardim. 5ª edição. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2006. Tradução de Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy (1993).

RAMOS, F.; MARUJO, M. Reflexões Sócio-Antropológicas sobre o Turismo. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, 16, 25-33, 2011.

RAPOUSO, Alexandre. **Turismo no Brasil: um guia para o guia**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2002.

REVEL, J.F. **Um banquete de palavras: uma história da sensibilidade gastronômica**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

RODRIGUES, A. B. **Turismo e Espaço**. Rumo a um conhecimento transdisciplinar São Paulo. Ed. HUCITEC, 1997.

SANT'ANNA, Márcia. A face imaterial do patrimônio cultural: os novos instrumentos de reconhecimento e valorização. In: ABREU, Regina; CHAGAS, Mário (Org.). **Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003. p. 46-55.

SANTOS BANDEIRA, J.; LIMA, J. R. de. Da delimitação territorial do município de Fortaleza/CE à discussão dos conceitos de território e fronteira. **Revista Geonorte**, v. 4, n. 2, p. 1039-1052, 2015. Disponível em:

SARAIVA, Bárbara; CARVALHO, Paulo. **Patrimônio judaico e turismo cultural em Trancoso**. Revista Turydes- revista de investigación em turismo y desarrollo local. Disponível em: <www.eumed.net/rev/turydes/> último acesso em: 20/10/2016.

SAVARIN, B. **A fisiologia do gosto**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SCHLUTER, Regina G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

SILVA, S. B.; VIEGAS, M. N e CAIADO, L. A. R. R. **Importância do “Festival Med” para o desenvolvimento cultural e turístico de Loulé**. Of proceedings. Vol.01. International conference on tourism & management studies –Algarve, 2011

SILVA, Y. F.; KOSINSKI, P. L.; LIMA, F.B. C.; DE OLIVEIRA, L. S. **A Mandioca: do cultivo do 'alimento' a elaboração da 'comida'**. Caxias do Sul- RS. 2012.

SILVA; SILVA. Kalina Vanderlei; Maciel Henrique. **Dicionário de Conceitos Históricos**. Ed. Contexto. São Paulo; 2006.

SMITH, M., AND FOREST, K. **Enhancing Vitality or Compromising Integrity? Festivals, Tourism and the Complexities of performing culture**. in Picard and Robinsons (eds.) Festivals, Tourism and Social Change - Remaking Worlds, Channel View publications, 133-151.

TIMOTHY, D. (2011). **Cultural Heritage and Tourism: an Introduction**. Ed. Channel View Publications, Bristol.

UNWTO. **Tourism Highlights, 2017 Edition**. Disponível em: <<http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights>>.

VOSGERAU, D. S. R.; ROMANOWSKI, J. P., **Estudos de revisão: implicações conceituais e metodológicas**. 2014.

ANEXO

QUESTIONÁRIO SOBRE TURISMO GASTRONÔMICO¹⁵

Universidade () sexo: () Masculino () Feminino () Idade

1. Nos últimos anos, você viajou mais para:

() Brasil

() Exterior

Local: _____

Local: _____

2. Qual sua concepção sobre **Turismo Gastronômico**. Assinale até duas alternativas

() A gastronomia como destino turístico é um atrativo da cultura local.

() Vivenciar a gastronomia local é buscar reconhecer a cultura de um povo.

() O turismo gastronômico é um influenciador no desenvolvimento da economia local.

() Facilita seu reconhecimento de um povo através de sua gastronomia típica.

3. Em uma viagem você procura experimentar a gastronomia típica local.

() Sim, para reconhecer um pouco dos costumes e sabores da cultura local.

() Não, não me interessa em conhecer diferentes comidas ou sabores de outro lugar.

() Sou indiferente a este hábito pois gosto mais de fast food.

4. Com relação ao Turismo Gastronômico em Campo Grande, quais locais você já visitou:

() Feira Central

() Mercado Municipal

() Gaúcho Gastão

() Casa do Peixe

() Delicias da Tia

() Rochas Caldo

() Bifão da Coophasul

() Vitorino's

() Casa Colonial

() Masseria

() Thomaz Lanche

() Pizzaria

() Sobaria

Qual? _____

Qual? _____

Conhece outro local não citado?

5. Durante a semana em sua cidade, em média quantas vezes você sai de casa para algum evento gastronômico? Faz refeições fora de casa.

() 1

() 2

() 3

() 4

() 5

() 6

() 7

6. Você enxerga o Turismo Gastronômico como fonte cultural em uma cidade? Explique a razão ou não.

7. Em Mato Grosso do Sul, você conhece outro município que tenha algum tipo de Turismo Gastronômico? Onde e o que oferece este lugar?

¹⁵ Esta pesquisa está inserida em uma dissertação de mestrado da Universidade Católica Dom Bosco, tendo como pesquisadora a Arquiteta e Urbanista Érika Santos Silva e orientadora Prof^ª. Dra. Arlinda Cantero Dorsa.