

Escola Superior de Tecnologia e Gestão no Viseu

Mestrado em Gestão Turística

Metodologias de Investigação em Turismo

Aluno: Jamil Abdalla Auhi

Nº 18673

Título

Turismo Gastronómico como ferramenta de Valorização do Património Cultural Imaterial

1. Introdução

É objecto desta dissertação apresentar e abrir a discussão da temática Gastronomia e suas contribuições para o Turismo, como ferramenta de Valorização do Património Cultural Imaterial, considerando a gastronomia como um bem imaterial de um local, povo ou nação. Um passeio pelo mundo gastronómico pode-se identificar muitas características dos atores envolvidos, pois as tradições e muitas vezes a própria identidade do povo, encontra-se inserido no seu comportamento e seus saberes do dia a dia, como a gastronomia.

O turista, que busca conhecimentos e tradições locais, encontra na gastronomia um farto material de conhecimento e identidade do seu destino turístico. Tendo em mente este pensamento é que este trabalho foi desenvolvido, onde abrimos espaço para uma visita a este universo. Analisamos os impactos da gastronomia no turismo, seja direto ou indirecto.

O Teórico Jean-Pierre Poulain, no primeiro capítulo do seu livro “Sociologias da Alimentação: Os Comedores e o Espaço Social Alimentar” (2014), nos diz que seria possível observar a sobrevivência e fortalecimento de movimentos nacionais e regionais que utilizam a gastronomia como campo de resistência cultural e identitária ante a globalização:

A ideia de que habilidades, técnicas, produtos possam ser objectos passíveis de ser protegidos, conservados, supõe o sentimento de seu desaparecimento próximo, pelo menos o medo de seu desaparecimento. A patrimonização do alimentar e do gastronómico emerge num contexto de transformação das práticas alimentares vividas no modo da degradação e mais amplamente no do risco da perda da identidade. A história da alimentação mostrou que cada vez que identidades locais são postas em perigo, a cozinha e as maneiras à mesa são os lugares privilegiados de resistência. (Poulain, 2014).

A sustentabilidade com a geração de empregos e a troca de informações culturais é um ponto fundamental entre as partes. Devemos considerar que o fenómeno Turismo Gastronómico aumenta consideravelmente em todo o mundo, e o mercado expande-se a cada dia.

2. Revisão da Literatura

2. 1 O Turismo e a Gastronomia

Independentemente de suas origens, o Turismo Gastronómico tem-se mostrado um dos maiores atractivos para o turista, onde origem, idade, sexo e classe social não pesam de maneira relevante no público-alvo consumidor. O Turismo Gastronómico sai do campo teórico para se transformar em um dos maiores produtos turísticos da actualidade. O número crescente de restaurantes não atende mais as demandas turísticas contemporâneas.

Tanto a gastronomia quanto a culinária tem crescido a aceitação e procura pelo turismo. Devemos ter em mente que devemos saber diferenciar a Culinária da Gastronomia. No jornal eletrónico Ibahia podemos encontrar a seguinte descrição:

Porque são diferentes, há escolas de Gastronomia e escolas de Culinária. O aluno do curso de Gastronomia aprende técnicas apuradas, maneiras de cozimento, cortes, preparações, planeamento de pratos e até administração de restaurantes. Quando se forma, um gastrónomo, além de cozinhar, pode ainda gerenciar cozinhas e falar sobre rituais culturais que acompanham refeições, como música e dança, por exemplo. Já o curso de Culinária é voltado apenas para o preparo de alimentos e fala da comida do dia-a-dia e cozinha caseira. (Redação iBahia, 2014)

O mercado do turístico gastronómico tem-se comportado muitas das vezes de maneira surpreendente até mesmo para as mais optimistas avaliações. Sendo impulsionado pelos prazeres e sabores, inerente ao ser humano, uma boa gastronomia ainda é um facto atractivo e cada vez ganha mais espaço neste tão competitivo mercado. Como forma pragmática, podemos citar a quantidade de festivais gastronómicos existentes nas mais diversas partes do mundo, do Ocidente ao Oriente, onde o público é fiel e crescente. Em uma participação bilateral, busca-se o conhecimento do bem imaterial e intangível da nação e/ou local visitado.

Estudos empíricos sobre o comportamento do consumidor sobre a temática, documentaram que o consumo de alimentos por turistas num destino é simultaneamente multidimensional e dinâmico (Björk e Kauppinen-Räsänen, 2014).

O aumento dos estudos sobre a gastronomia e a alimentação no organismo humano em busca de uma vida saudável, tem mostrado a preocupação constante do ser humano com o factor saúde, associado à uma alimentação adequada, a fim de evitar doenças, sobre tudo as cardiovasculares, a hipertensão arterial e a obesidade. Tais factores têm contribuído para o crescimento do mercado gastronómico.

A Gastrónoma Kátia Ramires, da Universidade UniSUL, assim descreve o binómio gastronomia-nutrição em um estudo sobre a temática gastronomia e saúde, com a seguinte abordagem:

Antes, quando alguém falava em fazer regime ou reeducação alimentar se pensava em uma comida ruim, sem graça e sem tempero. E a gastronomia se alia com a nutrição para mudar esse estereótipo da comida saudável, criando pratos mais interessantes para esse ramo, sendo muito saborosos e que em nada lembram essas características ruins que as pessoas pensavam sobre esse tipo de comida. (Ramires, K., 2019)

Contudo, dos Fast-Foods aos restaurantes internacionais, a procura se tem apresentado maior que a oferta, onde filas de espera dos clientes são encontradas nas portas dos restaurantes turísticos para acesso.

Vale registrar o discurso do Sociólogo George Ritzer, em seu livro *The McDonaldization of Society* (1993), ao referir-se que o fenômeno da "McDonaldização". Segundo o sociólogo, é uma releitura da gastronomia sendo ocupada pelos Fast-foods. Ritzer vê o restaurante de fast-food como um paradigma contemporâneo mais representativo (Ritzer, 2004: 553). "A McDonaldização é o processo pelo qual os princípios dos restaurantes fast-food estão se tornando dominantes cada vez mais nos setores da sociedade" (Ritzer, G., 1993.)

Atuando na área de sustentabilidade, podemos citar como um dos fatores propulsores do desenvolvimento sustentável promovido pelo turismo gastronômico, a oferta de empregos e serviços, diretos e indiretos.

Garçons, cozinheiros, bartenders, entregadores (deliverys) e muitos outros profissionais, encontram nos restaurantes e lanchonetes uma carreira profissional promissora. Os cursos superiores de graduação em Gastronomia tem sido uma das constatações desta realidade.

2.3 Gastronomia como ferramenta de preservação cultural imaterial

Variando de região, país e cultura, alguns pratos gastronômicos podem causar repúdio, e outros uma extrema satisfação. Uma alimentação incomum e muitas vezes por não dizer, incompreendida, traz em si uma carga enorme de informação sobre a história de um povo, e é este enriquecimento cultural que torna a gastronomia um ponto fundamental na manutenção e disseminação dos bens imateriais de um destino turístico.

A cozinha regional possui um cardápio de receitas fixas, essencialmente ligadas a uma região e a seus recursos. Geralmente, estas receitas são transmitidas oralmente característica comum ao patrimônio cultural de natureza imaterial, pois são saberes transmitidos através da prática de quem domina este fazer (REVEL apus PECCINI, 2013, p. 215).

O Teórico Jean-Pierre Poulain, no primeiro capítulo do seu livro "Sociologias da Alimentação: Os Comedores e o Espaço Social Alimentar" (2014), nos diz que seria possível observar a sobrevivência e fortalecimento de movimentos nacionais e regionais que utilizam a gastronomia como campo de resistência cultural e identitária ante a globalização:

A ideia de que habilidades, técnicas, produtos possam ser objectos passíveis de ser protegidos, conservados, supõe o sentimento de seu desaparecimento próximo, pelo menos o medo de seu desaparecimento. A patrimonialização do alimentar e do gastronômico emerge num contexto de transformação das práticas alimentares vividas no modo da degradação e mais amplamente no do risco da perda da identidade. A história da alimentação mostrou que cada vez que identidades locais são postas em perigo, a cozinha e as maneiras à mesa são os lugares privilegiados de resistência. (Poulain, 2014).

A gastronomia é um bem imaterial-cultural. Podemos citar que alguns alimentos são incentivados ao consumo em determinados povos, enquanto estes mesmos alimentos em outros povos podem ser até mesmo proibidos, como o consumo de carnes de determinados animais em determinados países. Esta diferença de comportamento se dá a diversos factores, que podem ser devidos a razões de carácter geográfico, ambiental, religioso, económico ou histórico, que

caracterizam cada cultura. Através da alimentação cada grupo social distingue-se dos demais, reconhece-se e por isso é reconhecido, a partir de cada especificidade, tanto em relação ao uso de ingredientes específicos quanto aos hábitos alimentares.

Para Segala (2003, p. 5), “a gastronomia se constitui em uma das manifestações culturais mais expressivas e um polo de atração de fluxos turísticos, além de contribuir para a valorização e o convívio entre culturas, costumes e hábitos distintos”.

No campo imaterial, a gastronomia tem sido fundamental para a preservação e manutenção dos saberes.

No artigo Turismo Gastronómico e alimentar como um recurso económico local: Estudos do caso da Roménia e Itália, os autores assim definem a motivação para este segmento turístico: “... a motivação para viajar por razões gastronómicas, para entrar na cultura do lugar de uma forma mais profunda e complexa, é um argumento a ser tomado em consideração. As experiências gastronómicas podem acrescentar valor a qualquer tipo de actividade turística.”, (Privitera & outros – 2018)

Para Gândara, Doutor em Turismo e Desenvolvimento Sustentável pela Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Espanha. Professor adjunto da Universidade Federal do Paraná, Brasil, assim descreve a oferta gastronómica no turismo: “Um destino turístico competitivo é aquele que satisfaz a demanda e mantém um fluxo de comunicação e colaboração entre os distintos atores que intervêm no destino: empresários locais, população e governo (GÂNDARA, 2004)”.

Assim o IPHAN define o Património Cultural Imaterial:

O Património Cultural Imaterial é transmitido de geração a geração, constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana. (IPHAN, 2008).

No plano teórico, a gastronomia está em uma posição marcada por uma ambiguidade. A primeira refere-se à gastronomia como um produto turístico, comerciável em sua essência, onde pode ser negociado e de interesse de investidores. Em um segundo plano, se apresenta como um património imaterial cultural, como uma das grandes ferramentas da preservação da cultura de um povo.

A gastronomia também tem servido de factor turístico externo, assim como de integração interna. No turismo rural, a prática de conhecer a culinária caseira tem tanta importância no conhecimento do bem imaterial, quanto um restaurante de cozinha internacional em um centro comercial turístico urbano.

2. 4 Turismo Gastronômico e a Pandemia

Entre os mercados que tiveram grandes mudanças, está o gastronômico. Com a quarentena necessária devido a pandemia causada pelo Covid-19 II, restaurantes que trabalhavam com a parte de salão precisaram se adaptar, assim como estabelecimentos que atuavam com serviços de buffet tiveram que passar por transformações, com isto afetando em muitos dos casos a herança cultural imaterial de alguns destinos turísticos. As novas medidas foram adotadas no sentido de estabilizar e manter este segmento frente a nova realidade. Podemos citar como exemplo de um dos países que adotaram medidas restritivas quanto ao funcionamento de

estabelecimentos da área de restauração e bebidas, Portugal, que por meio de sua Direção-Geral de Saúde, lançou a Circular de Procedimentos em estabelecimentos de restauração e bebidas, Orientação nº 023/2020, de 08/05/2020, emitida pela Direção-Geral de Saúde, sobre os procedimentos do ramo de restauração, pós-pandemia COVID-19 II.

3. Objetivos

3.1 Objetivos gerais

É objecto desta Dissertação apresentar e abrir a discussão da temática Turismo Gastronómico e suas contribuições para a preservação e manutenção do Património Cultural Imaterial, considerando a gastronomia como um bem imaterial de um local, povo ou nação, tendo por base a revisão da literatura sobre a temática. Um passeio pelo mundo gastronómico pode-se identificar muitas características dos atores envolvidos, pois as tradições e muitas vezes a própria identidade do povo, encontra-se inserido no seu comportamento e seus saberes do dia a dia, como a gastronomia. O turista, que busca conhecimentos e tradições locais, encontra na gastronomia um farto material de conhecimento e identidade do seu destino turístico. Tendo em mente este pensamento é que este trabalho será desenvolvido, onde abriremos espaço para uma visita a este universo. Analisaremos os impactos da gastronomia no turismo, seja direto ou indirecto. A sustentabilidade com a geração de empregos e a troca de informações culturais é um ponto fundamental entre as partes. Devemos considerar que o fenómeno Turismo Gastronómico aumenta consideravelmente em todo o mundo, e o mercado expande-se a cada dia.

3.2 Objetivos específicos

Nossa Dissertação tem por objetivo específico definir o turismo gastronómico como ferramenta de preservação dos bens imateriais e seus patamares no turismo sustentável, onde, além da preservação da cultura, venha a somar economicamente e no desenvolvimento social do destino turístico. O registro de suas motivações, assim como definir um quadro empírico, baseado em entrevistas, do seu público consumidor, assim como suas facilidades e suas dificuldades de instalação no cenário global. Estímulos e ameaças serão estudadas para maior embasamento das questões apresentadas.

Abordaremos, entre outros recortes:

- a importância da gastronomia na valorização do destino turístico;
 - gastronomia e identidade cultural;
 - o turismo como ferramenta de preservação dos bens imateriais;
 - turismo gastronómico e a sustentabilidade;
 - turismo gastronómico e o desenvolvimento social;
 - turismo gastronómico e globalização;
 - comportamento do consumidor;
 - a MacDonadização – os Fast-foods;
 - festivais gastronómicos
 - o Covid-19 e seus impactos no turismo gastronómico;
- entre outras abordagens.

Um enquadramento histórico será objecto de nossa investigação no sentido de contextualizar o turismo gastronómico dentro do cenário correspondente do fenómeno turismo.

4. Metodologia

4. 1 Objetivos Gerais e Hipóteses

Para a concretização da dissertação objeto, foi previamente estabelecido um conjunto de objetivos e hipóteses a serem investigadas, de forma que permitisse a apresentação de um conjunto de informações que amenizasse a margem eventuais erros e equívocos.

Pesquisas com o prisma empírico foram desenvolvidas, afim de aproximarmos o trabalho do cenário atual existente.

O trabalho foi desenvolvido de maneira empírica sobre bibliografias onde o turismo gastronómico como ferramenta de valorização, preservação do património cultural imaterial, foi o foco principal.

Pesquisas em websites de hotéis, estudos biológicos e do Poder Público local foram exaustivamente investigados com a intenção de oferecer um trabalho com a margem mínima de erros.

Foram analisados diversos artigos académicos que serviram como referência em nosso trabalho, todos devidamente relacionados.

5. Limitações do Estudo e Vistas para Pesquisas Futuras

Devido a impossibilidade de uma pesquisa de campo local, face a inacessibilidade, o autor produziu seu trabalho a pesquisa em websites, artigos e livros. Contudo a responsabilidade com a informação e a produção científica levou-nos à exaustivas pesquisas onde o empirismo tornou-se o foco principal.

Paradigmas foram avaliados com cautela com a intenção de se reduzir ao máximo possíveis erros e equívocos.

6. Conclusão

Podemos concluir frente ao exposto pelas pesquisas, a importância do Turismo Gastronómico como ferramenta para a preservação dos bens culturais imateriais. Não apenas como um atractivo turístico, a gastronomia apresenta-se como uma das mais fortes medidoras das mudanças comportamentais, neste diálogo social entre turista e população local. O Turismo Gastronómico é uma grande fonte de impulsionamento à Economia, gerando inúmeros empregos, sejam directos ou indirectos. Também tem sido uma forte ferramenta para a preservação e manutenção dos bens imateriais de um povo, ou nação. É enfático que a gastronomia representa a cultura, hábitos e tradições da população local, produtos muito procurados pelo público turístico actualmente.

Atuando directamente no campo da sustentabilidade, o turismo gastronómico surge como um aliado à população local e desenvolvimento, onde o investimento do setor público beneficia directamente o desenvolvimento, criando um cenário favorável à preservação dos bens culturais imateriais.

Trata-se de um mercado crescente e em pleno vigor, onde o turista e os moradores locais dos destinos lucram em diversos aspectos, seja economicamente, seja culturalmente.

A preocupação que o teórico Sociólogo George Ritzer, apresenta em seu livro *The McDonaldization of Society*, ainda que relevantes os argumentos sobre a McDonaldização, apresenta-se hoje, no século XXI, como uma alternativa paralela de alimentação, sem, contudo, afectar a gastronomia regional, ou a busca do público turista por restaurantes tradicionais.

Não é apenas as empresas do sector alimentício ou hospedeiro que se beneficiam com o turismo gastronómico. Profissionais indirectos também são beneficiados, considerando o aumento do fluxo turístico na região, tais como, transportes, lojas de souvenirs, comércio local de uma forma geral.

Contudo, vale ressaltar, que não é intenção do autor esgotar a discussão sobre a temática, onde apenas abordamos uma fatia da problemática, em conformidade com as factos empíricos investigados.

7. Bibliografia

- 1) Amarante, J, O Universo dos Restaurantes Temáticos: Um estudo do caso Hard Rock Café Curitiba. Disponível em: <https://www2.unicentro.br/detur/files/2014/09/O-UNIVERSO-DOS-RESTAURANTES-TEM%C3%81TICOS-UM-ESTUDO-DE-CASO-DO.pdf?x64401>
- 2) Björk, P & Kauppinen-Räsänen H. (2014), Culinary-gastronomic tourism – a search for local food experiences, *Emerald, Nutrition & Food Science* Vol 44 No. 4, 2014 pp. 294-309
- 3) FONSECA, M. Qualidade em empresas de alimentação. In: RUSCHMANN, Doris; SOLHA, Karina (Org.) *Turismo: uma visão empresarial*. São Paulo: Manole, 2003.
- 4) Franzoni, E., (2016). A Gastronomia Como Elemento Cultural, Símbolo de Identidade e Meio de Integração. Disponível em: https://run.unl.pt/bitstream/10362/19832/1/_ELISA%20FRANZONI%20-%20A%20gastronomia%20como%20elemento%20cultural_%2C%20s%C3%ADmbolo%20de%20identidade%20e%20meio-.pdf
- 5) Freitas, Maria (2020), Circular de Procedimentos em estabelecimentos de restauração e bebidas, Disponível em: Serviço Nacional de Saúde, Direção-Geral da Saúde, <https://www.dgs.pt/directrizes-da-dgs/orientacoes-e-circulares-informativas/orientacao-n-0232020-de-08052020-pdf.aspx>
- 6) Gândara, J., La calidad y la competitividad de los destinos turísticos urbanos. *Turismo Visão e Ação*. Vol. 6, no. 1. Jan./Abr, 2004. PP. 69-94
- 7) Geiss, Le, & Gastal, S. Turismo Cultural Sob o Olhar Pós-Moderno: Os Mercados Públicos em questão. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul. Passo Fundo/ RS, 2007.

- 8) iBahia, (2014), Gastronomia - Entenda a diferença entre gastronomia e culinária. Disponível em: <https://www.ibahia.com/detalhe/noticia/entenda-a-diferenca-entre-gastronomia-e-culinaria/>
- 9) IPHAN. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico. Patrimônio Cultural. Patrimônio Cultural Imaterial. 2008. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/234>
- 10) Kovalckuk, R, & Garcia, O, Revista Gestão e Desenvolvimento. A Gastronomia e seu uso Turístico: A Contribuição do Projeto de Extensão “ Turismo e Gastronomia: Unindo Sabores e Saberes” Pra a Valorização do Patrimônio Cultural Imaterial.
- 11) Oito Formas de Utilizar o Turismo Gastronômico para Atrair mais Hóspedes, Blog Gazin Atacado, Blog da Hotelaria. Disponível em: <http://blog.gazinatacado.com.br/turismo-gastronomico-na-hotelaria/>
- 12) Oliveira, B. A Gastronomia como Produto Turístico. 2013. Disponível em: [file:///C:/Users/Master%20Pc/Desktop/BIANCA_RAFAELLA_DE_OLIVEIRA_-_A_GASTRONOMIA_COMO_PRODUTO_TURSTICO_uma_anlise_d%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Master%20Pc/Desktop/BIANCA_RAFAELLA_DE_OLIVEIRA_-_A_GASTRONOMIA_COMO_PRODUTO_TURSTICO_uma_anlise_d%20(1).pdf)
- 13) Peccini, R., A Gastronomia e o Turismo. Revista Rosa dos ventos. Abr./jun., 2013. Universidade de Caxias do Sul/RS.
- 14) Poulain, J. Sociologias da Alimentação: Os Comedores e o Espaço Social Alimentar (2014).
- 15) Privitera, D, Nedelcu, A, Nicula, V, (2018), Gastonomic and Food tourism as an economic loca resource: casa studies from Romania and Italy, GeoJournal od Tourism aand Geosites, Year XI, no.1 vol. 21, May 2018, p. 143-157. Article no. 21112-276.
- 16) Ramires, K. (2019), UniSUL HOJE. Universidade SUL. Dia do Gastrônomo: O Artesão Alimentar. Disponível em: <http://hoje.unisul.br/dia-do-gastronomo-o-artesao-alimentar/>
- 17) Ritzer, G., (1993 p.1), The McDonaldization of Society.
- 18) Santos, Prof.^a D. História da Gastronomia Mundial (2018)
- 19) SEGALA. L. V. Gastronomia e turismo cultural. Revista Turismo, 2003. Disponível em: <http://revistaturismo.com.br/materiasespeciais>.
- 20) Turismo de Portugal. Visão Geral. Disponível em: http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx