

FESTIVAL DE GASTRONOMIA FRANGO CAIPIRA DE SÃO GONÇALO DO RIO DAS PEDRAS, SERRO – MINAS GERAIS: PERFIL SOCIOECONÔMICO E PERCEPÇÕES DOS PARTICIPANTES

RUSTIC CHICKEN FESTIVAL STUDY AT SÃO GONÇALO DO RIO DAS PEDRAS, SERRO - MINAS GERAIS: SOCIOECONOMIC PROFILE AND PARTICIPANTS' PERCEPTIONS

SÍLVIA DAS DORES RODRIGUES ¹
HUGO RODRIGUES ARAUJO ²
CARLOS ALBERTO DIAS ³

Recebido em 16.11.2015
Aprovado em 20.06.2016

Resumo

A gastronomia tem sido cada vez mais valorizada do ponto de vista turístico, por atrair inúmeros visitantes para destinos que dela se ocupam. Por contribuir para a preservação e recuperação de identidades locais, o Turismo Gastronômico foi a alternativa encontrada pela comunidade de São Gonçalo do Rio das Pedras-MG para diminuir períodos de sazonalidade do turismo local. O Festival de Gastronomia Frango Caipira tornou-se um evento de importância para a comunidade ao reunir um número maior de participantes a cada ano. Este estudo teve por objetivo descrever o perfil dos participantes do Festival, através de pesquisa de campo do tipo Levantamento (*Survey*), ocorrida na última edição do evento (de 31 de outubro a 02 de novembro de 2014). Na ocasião, foram coletados dados por meio de entrevistas realizadas junto a 76 visitantes, guiadas por um Roteiro Semiestruturado de Entrevista. Este instrumento era formado por um conjunto ordenado de perguntas abertas e fechadas referentes às variáveis e situações que se desejou medir ou descrever. Depois de concluída a coleta, os dados foram processados e analisados por meio do *software Sphinx Survey*. Os resultados demonstram que há públicos distintos participantes do Festival, a maior parte é oriunda da própria região e fica hospedada em pousadas e moradias de residentes. O gasto médio diário é bastante significativo e representa grande contribuição para a economia local. A maioria dos entrevistados tem a intenção de participar novamente do evento. As informações obtidas na pesquisa constituem-se em importantes subsídios para o planejamento das próximas edições do evento.

Palavras-chave: Turismo gastronômico. Patrimônio Cultural. Evento gastronômico.

¹ Turismóloga pela Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM. silviarodrigues1990@gmail.com

² Turismólogo e Mestre em Sustentabilidade, Professor substituto do curso de Turismo da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM. hugoaraujo@msn.com

³ Psicólogo e Doutor em Psicologia, Professor Adjunto do curso de Turismo da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM. carlosdiaspsicologo@gmail.com

Abstract

The gastronomy has been valued more and more by the tourist point of view, for attracting countless visitors for destinies that are in charge of this activity. For contributing to the preservation and recovery of local identities, the Gastronomic Tourism was the alternative found by São Gonçalo do Rio das Pedras-MG community to reduce periods of seasonal variation of local tourism. The Rustic Chicken Gastronomy Festival became an important event for the community when gathering a larger number of participants each year. This study had for objective to describe the Festival participants' profile, by means of field research method, Survey type, occurred in the last edition of the event (from October 31st to November 02nd, 2014). At that time, data were collected through interviews of 76 visitors, guided by a Semi Structured Interview Guide. This instrument was formed by an orderly group of open and closed questions regarding the variables and situations that were important to measure or to describe. After the end of collection, the data were processed and analyzed through the Sphinx Survey software. The results demonstrate that there are different publics participating in the Festival, most of them is originating from the own area and they are accommodated in lodgings and residents' homes. The medium diary expense is quite significant and it represents great contribution for local economy. The intention of most of interviewees is to participate again in the event. The information obtained in the research constitutes important subsidies for the planning of next editions of the event.

Keywords: Gastronomic tourism. Cultural heritage. Gastronomic event.

1 INTRODUÇÃO

O turismo se tornou um termo universal que descreve o movimento de pessoas que saem do local de residência permanente para uma estadia temporária em outro local. A Organização Mundial do Turismo (OMT), a fim de facilitar a obtenção de dados estatísticos, definiu o turismo como o deslocamento para fora do local de residência por um período consecutivo inferior a um ano (OMT, 2001). O turismo representa o segmento econômico que mais cresce no mundo, é detentor do maior PIB mundial, tendo faturado mais de 4 trilhões de dólares no último ano, e gerou 265 milhões de empregos diretos. Segundo dados da OMT, atualmente o turismo é responsável por 1 em cada 10 empregos no mundo; na próxima década, representará 4 para cada 5 empregos criados na área de serviços (FRECHTLING, 2013).

De acordo com Beni (2006), o turismo é um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo, intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica, que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento. Os motivos que fazem as pessoas viajar podem estar relacionados a visitar parentes e/ou amigos, vivenciar manifestações culturais, desfrutar de belezas naturais, realizar negócios, participar de eventos, degustar pratos típicos, dentre outros.

A relação entre gastronomia e turismo pode se estabelecer de duas maneiras distintas: uma delas se refere ao setor alimentício como um todo, já que este é fundamental em qualquer circunstância de deslocamento, ou seja, existe a necessidade natural de as pessoas se alimentarem. E a segunda, é quando a gastronomia passa a ser um motivo principal para o deslocamento ao se tornar um atrativo de determinada localidade (GIMENES, 2009).

O que se tem observado no contexto do turismo é que nos últimos anos a gastronomia tem sido cada vez mais valorizada do ponto de vista do potencial turístico para atrair maior fluxo de visitantes para um destino. Nesse sentido, as tradições gastronômicas têm se tornado vantagens competitivas para o desenvolvimento do turismo, sendo utilizadas como um diferencial passível de proporcionar experiências únicas aos visitantes. Esse novo segmento do mercado turístico ficou conhecido como turismo gastronômico, sendo considerado por muitos “uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade” (GÂNDARA, 2008).

O turismo gastronômico está ligado ao prazer e à sensação de experimentar novos sabores. Há muitos destinos turísticos que aproveitam da sua gastronomia tradicional para promover o turismo. Para isso, criam eventos gastronômicos com o intuito de atrair turistas interessados em conhecer a comida típica da região e também os demais atrativos naturais e culturais (BARCZSZ e AMARAL, 2010).

Esse é o caso do Festival de Frango Caipira de São Gonçalo do Rio das Pedras, Serro/MG, criado em 2006 por iniciativa da comunidade local para diminuir a sazonalidade

do turismo e fortalecer os pequenos empreendedores do distrito. Desde a sua primeira edição, acredita-se que o Festival tem contribuído para consolidar a imagem de São Gonçalo do Rio das Pedras como destino turístico gastronômico. Entretanto, os organizadores do evento não dispõem de informações sistematizadas que comprovem essa pressuposição.

Por serem o Turismo e a Gastronomia considerados pela literatura como dois fenômenos de importância para a preservação do Patrimônio, bem como elementos propulsores de desenvolvimento regional, fez-se um levantamento, do tipo transversal, com abordagem quantitativa e qualitativa com enfoque no Festival de Gastronomia Frango Caipira de São Gonçalo do Rio das Pedras, Serro/MG. O objetivo do trabalho é descrever o perfil dos participantes do Festival e tecer algumas reflexões sobre o impacto do evento na economia local e seu potencial de crescimento, com base na literatura e nas percepções dos participantes entrevistados.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Gastronomia e patrimônio cultural

Muito se fala em preservação da história das sociedades e tudo mais que possa trazer alguma reflexão sobre o passado. Preservar o patrimônio cultural é preservar os bens de natureza material e imaterial que expressam ou revelam a memória e a identidade de um povo (BARRETO, 2000). É neste sentido que o turismo gastronômico tem contribuído para a preservação e recuperação de identidades locais, pois trabalha um componente específico do patrimônio imaterial das localidades – as tradições gastronômicas – associado a outros elementos culturais, tais como crenças, festas, músicas, danças, dentre outros. Isto permite o encontro dos turistas com as raízes das comunidades e, ao mesmo tempo, a reafirmação da identidade local (GIMENES, 2006; 2009).

Este contexto no qual o turismo gastronômico se insere está de acordo com as mudanças de comportamento dos viajantes que vêm sendo observadas. No geral, as pessoas estão cada vez mais interessadas em vivenciar experiências únicas em suas viagens (MASCARENHAS e GÂNDARA, 2014). Dessa forma, os elementos do patrimônio cultural

de um lugar se constituem em aspectos diferenciais para o desenvolvimento de produtos e para a promoção dos destinos turísticos (BRASIL, 2010).

Por conseguinte, o segmento deve ser trabalhado a partir da articulação da atividade turística com a oferta gastronômica e, assim, valorizar os costumes de um povo para estabelecer uma conexão com a identidade cultural local.

O diferente torna-se original, encantador e a identidade local é fortalecida. A gastronomia, destacada como um dos produtos do turismo cultural, possibilita esse desenvolvimento por ser um dos elementos mais marcantes da identidade de um povo. A degustação de alimentos e bebidas típicas possibilita interação do visitante com a cultura local, evidenciando a importância cada vez maior que a gastronomia está assumindo para o turismo (SANTOS, 2005, p. 170).

Dentre as principais atividades realizadas pelo turista, voltadas à gastronomia, destacam-se: participação em eventos gastronômicos cujo foco de comercialização pode ser ou não a gastronomia típica de determinada localidade, a visita de roteiros, rotas e circuitos gastronômicos (BRASIL, 2010). Neste contexto, o Ministério do Turismo (2010) considera importante segmentar a demanda de acordo com o perfil de turistas e definir grupos de pessoas que compartilham das mesmas características, necessidades e expectativas.

Compreender o perfil dos interessados pelo turismo gastronômico é essencial para a formatação de produtos compatíveis com os interesses do público deste segmento, de forma a oferecer atividades e programas que atendam às suas expectativas e exigências. Segundo o Ministério do Turismo (2010), de modo geral, as pessoas que permeiam este segmento possuem alto índice de escolaridade; utilizam os meios de hospedagem mais convencionais; viajam acompanhados de amigos, família ou casal; e têm a cultura como motivação principal com seus diferentes vieses através da gastronomia, música, dança, artesanato, dentre outros. Segundo Oliveira (2007), há certa heterogeneidade de público. Em relação à faixa etária, prevalecem os visitantes maiores de 30 anos. O turismo gastronômico possui maior rentabilidade que o turismo de lazer, já que esse tem uma média de gasto diário maior e, na maioria das vezes, os usuários manifestam a intenção de permanecer mais tempo no destino (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Fagliari (2005) ressalta que esse aproveitamento turístico da gastronomia pode ser feito de forma vantajosa para todas as partes envolvidas, pois, ao mesmo tempo em que trabalha a questão do resgate e valorização da cultura local e incrementa a renda dos moradores locais, disponibiliza uma oferta diferenciada de atrativos turísticos para os visitantes. Assim, a gastronomia contribui ao mesmo tempo para reafirmar hábitos alimentares de determinadas localidades e fomentar o crescimento e o fortalecimento da atividade turística nestes destinos (MASCARENHAS e GÂNDARA, 2014).

Em se tratando da gastronomia, Barczsz e Amaral (2010) afirmam que essa manifestação cultural vem sendo explorada por várias localidades como importante atrativo turístico. Isto se explica porque existe uma necessidade natural de as pessoas se alimentarem e, também, a descoberta de novos sabores faz despertar ainda mais a atração por determinado destino (MASCARENHAS e GÂNDARA, 2014; MASCARENHAS, 2009). Neste sentido, diversos autores como Krause (2007), Silva, Medeiros e Costa (2009), Gimenes, Fraiz Brea e Gândara (2012) destacam elementos importantes abordados na gastronomia, como qualidade e satisfação relacionadas ao consumidor, já que ambos estão ligados à lealdade do cliente. De fato, vários aspectos se tornam muito relevantes na percepção do cliente ao optar por um estabelecimento e até mesmo na escolha da destinação turística. Exemplos: a quantidade e variedade de alimentos oferecidos, matéria-prima utilizada, qualidade da comida e dos serviços, conforto e higiene do restaurante e até mesmo outros aspectos, como ambientação e música.

Segundo Silva, Medeiros e Costa (2009), os clientes mudam sua expectativa de forma cada vez mais veloz, por isso é necessário que as empresas promovam contínuas melhorias. Os maiores desafios se referem às melhorias na qualidade da prestação dos serviços para que estes se tornem mais atraentes e se convertam em elementos de diferenciação para o destino turístico. Gândara (2004) destaca que a qualidade nestes locais é o processo que leva à satisfação das necessidades e desejos razoáveis de visitantes e visitados. Segundo o autor, a qualidade é o instrumento mais adequado para fidelizar clientes. Desta forma, a preservação de costumes, tradições e a divulgação da cultura local passam a ser para os turistas elementos que estão vinculados à qualidade e à competitividade de destinos ao se analisar a gastronomia como aborda Mascarenhas (2009). Outro aspecto importante é que a gastronomia é um elemento significativo na

escolha e determinação de destinos turísticos, tanto como primeira opção para conhecer um local, quanto como opção de retorno. A gastronomia é responsável por grande parte da decisão de retorno dos visitantes. Por esta razão, a qualidade dos serviços e da comida é fundamental.

Atualmente, em muitos lugares ocorrem eventos gastronômicos que contribuem para a valorização das tradições da culinária típica da região e aquecimento da economia local, devido à maior presença de turistas. Neste caso, não só a rede hoteleira se beneficia, mas todo o comércio local. Como estes acontecimentos muitas das vezes estão associados a outras atrações artísticas, o resultado costuma ser uma festa que não só atrai visitante, como também mobiliza toda a comunidade (MASCARENHAS e GÂNDARA, 2014). Segundo Matias (2002) e Coutinho (2007), um evento representa um grande estímulo para a economia de um município. Em um primeiro momento, ele promove grande movimentação nos mais diversos setores da economia, ocasiona o aumento na captação de receitas e elevação do número de empregos (diretos e indiretos). Em um segundo momento, os eventos se tornam multiplicadores turísticos, pois normalmente implicam no desembarque de pelo menos duas pessoas. O participante do evento e o acompanhante ajudam a reduzir sensivelmente a sazonalidade, mobilizam todo o *trade* turístico e, por consequência, os prestadores de serviços criam novas oportunidades para a população local ao redistribuir a renda individual, local e regional.

2.2 São Gonçalo do Rio das Pedras

Um exemplo de evento gastronômico é o Festival de Gastronomia Frango Caipira realizado em São Gonçalo do Rio das Pedras, distrito de Serro, Minas Gerais. A origem desta comunidade está ligada ao início da mineração de ouro e diamante em Minas Gerais. Seu surpreendente casario colonial ainda muito bem conservado, suas igrejas centenárias, suas tradições e a simplicidade de seus moradores encantam os visitantes. Além disso, a região é cercada de belas paisagens formadas por cachoeiras, rios, montanhas, cânions e diversos outros atrativos naturais da Serra do Espinhaço.

O distrito de São Gonçalo do Rio das Pedras localiza-se a 32 quilômetros de Serro, na região do Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais. O começo de sua construção ocorreu

no século XVIII nos trabalhos de exploração do ouro que se tornaram intensos em toda a região. No início do século XX, São Gonçalo se converteu em centro comercial de relativa importância, nele transitava o grande número de tropas que conduziam gêneros alimentícios, provenientes da Mata de Peçanha, Guanhões e Serro para abastecer, em sua maioria, o mercado de Diamantina. Em 1918, foram realizados investimentos na produção industrial de vinho no arraial, mas deste esforço restaram poucos produtores artesanais de vinho (PREFEITURA MUNICIPAL DE SERRO, s/d).

São Gonçalo do Rio das Pedras teve confirmada sua condição de distrito do município de Serro em 12 de outubro de 1871. Atualmente, o distrito tem 1.479 habitantes⁴, e as principais atividades econômicas são: a atividade turística que tem se despontado como uma alternativa de desenvolvimento, a agricultura familiar e a produção de artesanatos. A comunidade permanece com as mesmas características do antigo arraial minerador, com seu casario e igrejas que se constituem em um dos acervos mais bem conservados entre as pequenas localidades de origem colonial do interior mineiro (Figura 1).

Figura 1. Imagens de algumas construções históricas de São Gonçalo do Rio das Pedras, 2014.



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

⁴ IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Sinopse do Censo 2010**. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopseporsetores/?nivel=st>>. Acesso em: 09 jun. 2015.

A arquitetura colonial singela, tanto das casas quanto das igrejas, na condição de bens patrimoniais, é testemunha de uma época a ser preservada. Algumas ruas são calçadas com lajes de pedras ou gramadas. O casario histórico do distrito se assenta com um ou dois pavimentos, em estrutura autônoma de madeira e cobertura com telha cerâmica colonial. As paredes se elevam em adobe⁵ e pau a pique, e os acabamentos de piso, forro e esquadrias são sempre em madeira maciça⁶ (PREFEITURA MUNICIPAL DE SERRO, s/d).

A harmonia arquitetônica se faz completa através dos fechamentos dos quintais ora por muros (baldrame em cantaria sob adobe recoberto com telha canal), ora por cercas de varinhas. As árvores frutíferas plantadas nos quintais se harmonizam com as edificações. O distrito conta com duas Igrejas: a do Padroeiro São Gonçalo, construída em 1787, e a Igreja de Nossa Senhora do Rosário, com poucas informações sobre sua história. Ambas se apresentam com modelos simplificados do rococó mineiro e pintura decorativa do teto (PREFEITURA MUNICIPAL DE SERRO, s/d).

No que tange às atividades de lazer da comunidade, as principais se dão no meio natural, principalmente nas cinco cachoeiras que lá existem: Grota Seca, do Comércio, Rapadura, Cadete, Retiro e Pacu, além do Pico do Raio e a Lapa da Igreja, com serras que remetem a torres de igrejas.

Com o fim do apogeu da atividade garimpeira na década de 1970, a atividade turística passou a ser estimulada como a grande oportunidade de geração de trabalho e renda para os moradores da comunidade. Aos poucos, surgiram pousadas, restaurantes, lojas de artesanatos e, assim, São Gonçalo do Rio das Pedras se estruturou para receber os visitantes.

No princípio da década passada, o Governo de Minas, juntamente com o Sistema FIEMG (Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais), propuseram a transformação do antigo caminho que conduzia às minas de Minas Gerais, aberto há mais de 300 anos a mando da Coroa Portuguesa, na maior rota turística do País. Surgiu, assim, o projeto turístico Estrada Real, com a delimitação de uma rota turística com mais de 1.630 km de

⁵ Tijolo feito da mistura do barro e seco ao sol.

⁶ Madeira retirada direta do tronco da árvore, cortada para fazer o móvel ou outro objeto.

extensão, que passa por Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo. Este foi o impulso que faltava para a comunidade agarrar-se na esperança do desenvolvimento local por meio do turismo.

Logo em seguida, vieram outras ações governamentais para ordenação turística da comunidade, como o Programa Turismo Solidário, criado em 2003. Trata-se de uma iniciativa do Governo de Minas Gerais, elaborado pela Secretaria de Estado de Desenvolvimento dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri e do Norte de Minas (SEDVAN), juntamente com o Instituto de Desenvolvimento do Norte e Nordeste de Minas Gerais (IDENE). O turismo solidário se insere dentro do segmento do turismo de base local: agrega atividades em que os visitantes, de acordo com sua formação, prestam serviços, ensinam o que sabem e fazem doações à comunidade local. Nesse sentido, a proposta é de que a contribuição do visitante à comunidade vá muito além da esfera econômica.

Contudo, a consolidação de um novo destino turístico não acontece subitamente e, em São Gonçalo do Rio das Pedras, não poderia ser diferente. Mesmo com todos os incentivos do Governo, o fluxo turístico na comunidade ainda é bastante acanhado e concentrado em períodos específicos do ano. Foi em busca de alternativas para diminuir os períodos de sazonalidade do turismo e fortalecer os pequenos empreendedores locais que surgiu a ideia de se criar o Festival de Gastronomia Frango Caipira.

2.3.0 Festival de Gastronomia Frango Caipira

O Festival de Gastronomia Frango Caipira de São Gonçalo do Rio das Pedras teve início em 2006 por iniciativa do grupo gestor do Programa Turismo Solidário⁷. Nos anos seguintes, empresários locais aderiram ao evento, uma contribuição para que cada vez mais a comunidade tivesse interesse no Festival.

O principal objetivo da criação do evento foi diminuir a sazonalidade do turismo local, bem como fortalecer os pequenos empreendedores do distrito. Outro fato que contribuiu para a realização do evento gastronômico foi que a comunidade já era bem conhecida pelos

⁷ Grupo formado por pessoas da comunidade que tem por objetivo firmar compromissos e realizar ações que visem o desenvolvimento e o sucesso do Programa Turismo Solidário.

seus doces, quitutes, vinhos artesanais, entre outros. A escolha de um evento gastronômico com base no frango caipira foi motivada pelo fato de que esta é a carne principal do cardápio local, e a maioria das pessoas cria aves no quintal de casa. Esta escolha permitiu que os pequenos empreendedores e produtores familiares também se beneficiassem do Festival.

Outro aspecto que merece destaque em relação ao evento é que ele contribuiu para o resgate de pratos típicos que estavam esquecidos pela comunidade, bem como favoreceu o reconhecimento da culinária típica como patrimônio da cultura local. Sobre isso, Lima *apud* Fagliari (2005) afirma que, quando a gastronomia passa a ser vista como uma possibilidade de atração turística, desenvolve-se também o interesse de preservar as tradições culinárias locais como patrimônio cultural imaterial.

As especialidades culinárias locais [...] delimitam espaços culturais e sociais, independentemente de limites geográficos, como sinais distintivos de suas representações e diversidade. Mapas gastronômicos podem ser delineados a partir das culinárias regionais mediante suas especialidades. É nesse contexto que o turismo se torna prática fundamental na divulgação e valorização das cozinhas locais (LIMA *apud* FAGLIARI, 2005, p. 13).

O Festival acontece nos principais bares e restaurantes da comunidade. Cada estabelecimento elabora seu prato específico com base no frango caipira, que deverá ser disponibilizado no cardápio todos os dias. A proposta é que haja também o incentivo aos artesãos, para que estes desenvolvam produtos com o tema de galinhas (bordados, camisas, utensílios), tudo para agregar valor ao evento. O Festival não tem por meta classificar ou premiar os estabelecimentos participantes. O objetivo maior é alcançar a satisfação dos moradores e visitantes, além de se obter uma divulgação positiva do evento e da própria comunidade na condição de destino turístico.

A data de realização do Festival tem como referência o feriado de finados em novembro, a nona edição foi em 2014. A realização do evento contou com o apoio da comunidade local e da Prefeitura Municipal de Serro. Em termos financeiros, o Festival contou basicamente com o apoio do poder público municipal e de empresários de diversos setores dos municípios de Serro e Diamantina. Vale ressaltar que o evento foi também

apoiado pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural de Minas Gerais (EMATER-MG), para melhoria da criação das aves, com o intuito de se obter produtos de maior qualidade. Em 2009, na sua 4ª edição, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) tornou-se também um dos patrocinadores e apoiadores do evento, por meio do escritório regional de Diamantina.

O cardápio do Festival é diversificado. Alguns empresários optam por servir os pratos tradicionais, tais como: frango com quiabo, ao molho pardo, com ora-pro-nóbis e com pequi (árvore nativa do cerrado brasileiro bastante encontrado na região). Outros empresários preferem resgatar pratos quase perdidos no tempo, tais como: o frango com palma, com quiabo da lapa, com umbigo de banana, ao lobô (casca de uma árvore que se deixa secar e faz um pó). Há ainda aqueles que optam por utilizar outros acompanhamentos, tais como: milho, ervas, alho, mandioca, legumes, dentre outros. Por fim, há também, aqueles que deixam de lado o trivial e utilizam na composição dos pratos ingredientes mais finos, por exemplo: cogumelos, camarão, cerveja preta, vinhos, dentre outros. Os estabelecimentos usam da criatividade para dar nomes aos pratos, de forma a chamar a atenção dos visitantes. Exemplos: *cocó mará*, *cocó mió*, *cocó peq's*, *cocó primavera*, *frango bento*.

Desde sua primeira edição em 2006, o Festival tem contribuído para a melhoria da infraestrutura dos estabelecimentos alimentícios da comunidade, principalmente com relação à higienização do ambiente, assiduidade no preparo dos pratos e na qualidade do atendimento. Tais condições tornaram-se premissas para participar do evento, uma vez que são necessárias para agregar valor e dar credibilidade ao Festival como um todo. Devido à ótima repercussão do Festival, mesmo após sua realização, vários restaurantes mantiveram no cardápio os pratos preparados com frango caipira. Nas oito edições realizadas do Festival, contou-se com a participação de 8 a 9 restaurantes. Em determinadas edições, algumas pousadas também participaram do Festival ao elaborar e servir seus pratos típicos tanto aos hóspedes quanto aos demais visitantes.

Atualmente, a divulgação do Festival acontece, sobretudo, por meio de cartazes e *folders* distribuídos regionalmente e nas redes sociais (Figura 2). Além disso, a organização conta também com o apoio de jornais de circulação regional e estadual. Segundo os

organizadores do evento, essa divulgação não visa lotar a comunidade, mas sim trazer aquele turista interessado em descansar e aproveitar para saborear a culinária local.

Figura 2. Cartazes de divulgação do Festival de Gastronomia Frango Caipira, edições 2011, 2012 e 2013.



Fonte: Organização do Festival de Gastronomia Frango Caipira de São Gonçalo.

Para incentivar o artesanato regional, na programação do Festival prevê-se a realização de uma feira de artesanato, especialmente no último dia do evento. Além disso, ocorre a valorização dos tradicionais ritmos musicais brasileiros por meio de apresentações de diferentes grupos locais e regionais. Dentre as atrações culturais, destacam-se as rodas de contação de histórias, as peças de teatro, a apresentação do grupo de dança afro, as rodas de chorinho, as rodas de samba, dentre outros.

Segundo os organizadores do Festival, nas primeiras edições o público participante era praticamente todo oriundo da região, principalmente de Diamantina e Montes Claros. Contudo, ao longo das edições e com o aumento do número de participantes, observou-se significativo aumento de visitantes de outras regiões. A comunidade acredita que o evento dispõe de grande potencial de crescimento e que tem contribuído para consolidar a imagem de São Gonçalo como destino turístico de qualidade.

No último Festival, nona edição, a organização do evento não dispunha de qualquer informação a respeito das edições anteriores, o que obrigou os envolvidos a trabalhar

sempre com especulações de demanda e improvisos. Sobre isso, Beni (2006) ressalta que conhecer os interesses e necessidades dos clientes atuais e potenciais significa para os destinos turísticos ter uma ferramenta estratégica competitiva de mercado, pois terão mais facilidades de lidar com seus clientes, e isso contribuirá de forma positiva para sua experiência turística.

Diante deste contexto, emergiu a questão central que norteou a realização deste estudo, que pode ser expressa nos seguintes termos: Quem são as pessoas que participam do Festival de Gastronomia Frango Caipira de São Gonçalo do Rio das Pedras? Em resposta a esta questão, buscou-se conhecer o perfil socioeconômico dos participantes, bem como avaliar o grau de satisfação deles em relação a diversos aspectos relacionados ao evento.

2.4 Metodologia

No intuito de buscar elementos para responder à questão central deste estudo, fez-se uma pesquisa de campo do tipo Levantamento (*Survey*) durante a realização da nona edição do Festival de Gastronomia Frango Caipira de São Gonçalo do Rio das Pedras, ocorrido entre 31 de outubro e 02 de novembro de 2014. Os dados foram coletados em entrevistas guiadas por um Roteiro Semiestruturado de Entrevista.

Considerando-se a inexistência de informações sobre a população a ser amostrada, optou-se por utilizar o método de amostragem não probabilística, que corresponde à aplicação de um número máximo de questionários, em um determinado período de tempo. De acordo com Mattar (2012), quando não são conhecidas as características da população e a consequente variância associada a ela, a seleção dos elementos da população para compor a amostra dependerá ao menos em parte do julgamento do pesquisador no campo.

Sendo assim, buscou-se entrevistar o maior número possível de participantes do evento durante o período de sua realização. O Roteiro Semiestruturado de Entrevista continha um conjunto ordenado de perguntas abertas e fechadas referentes a variáveis e situações que caracterizaram, essencialmente, o perfil socioeconômico dos participantes; o gasto médio diário na comunidade; e o grau de satisfação com relação ao evento.

Nos meios de hospedagem, as entrevistas foram realizadas próximas aos horários em que os hóspedes iniciavam o procedimento de saída, ou *check-out*.

O pesquisador visitou todos os restaurantes participantes e se posicionou também nas praças e locais de maior fluxo turístico. Os visitantes eram abordados, explicava-se o objetivo da pesquisa e, em seguida, eram convidados a participar. Foram realizadas 76 entrevistas e, concluída essa etapa, os dados foram processados e analisados por meio do *software Sphinx Survey*, tendo como base o referencial teórico deste trabalho.

2.5 Resultados

De acordo com os dados obtidos na pesquisa, apresentados na Tabela 1, dentre os participantes do Festival de Gastronomia Frango Caipira de São Gonçalo do Rio das Pedras que participaram do presente estudo, predominam os indivíduos do sexo feminino (61%). Quanto ao estado civil, os casados (50%) e os solteiros (45%) perfazem a quase totalidade dos entrevistados. Embora tenham sido entrevistados indivíduos de todas as idades, os mais frequentes foram os que se situam nas faixas etárias de 30-49 (38%) e 40-59 (37%).

Em relação à renda mensal, mais da metade dos respondentes recebem de 3 a 6 salários mínimos (35%) e de 6 a 9 (24%). Quanto à escolaridade, os que possuem curso de graduação (46%) e ensino médio (27%) superam aqueles que cursaram pós-graduação (24%). Poucos foram os entrevistados cuja escolaridade se limita ao ensino básico (3%).

Tabela 1 – Perfil dos participantes do Festival de Gastronomia Frango Caipira de São Gonçalo do Rio das Pedras

VARIÁVEL	FREQUÊNCIA	PORCENTAGEM
SEXO		
Masculino	30	39%
Feminino	46	61%
ESTADO CIVIL		
Casado (a)	38	50%
Solteiro (a)	34	45%
Divorciado (a)	3	4%
Viúvo (a)	1	1%
FAIXA ETÁRIA		
Até 29 anos	13	17%
30 a 49 anos	29	38%
40 a 59 anos	28	37%
60 anos e mais	6	8%
RENDA MENSAL		
Até 3 salários	16	21%
3 a 6 salários	27	35%
6 a 9 salários	18	24%
9 a 12 salários	3	4%
12 salários e mais	12	16%
ESCOLARIDADE		
Ensino básico	2	3%
Ensino médio	21	27%
Graduação	35	46%
Pós-Graduação	18	24%

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014

Conforme Tabela 2, verifica-se que em sua totalidade os entrevistados são provenientes de Minas Gerais, sendo a maior parte de Belo Horizonte (36%), seguida pelos de Diamantina (32%) e de outros municípios da região (32%). A maioria (87%) dos entrevistados hospeda-se em São Gonçalo, e os demais (13%), em outras localidades. As pousadas (55%) são as mais procuradas como local de hospedagem. As casas de parentes e amigos constituem-se nos demais locais de permanência durante o evento.

Quanto à média de gasto diário, nota-se que mais da metade dos entrevistados (66%) despendem de 100 a 300 reais. Ao serem questionados se viajavam acompanhados, a maioria (76%) disse que sim. A maior parte (67%) já participou de mais de uma edição do evento. Aqueles que o faziam pela primeira vez eram uma minoria (26%).

Quando os entrevistados foram questionados sobre como haviam tomado conhecimento do evento, as fontes de informação que se destacaram foram: *amigos e/ou parentes* (42%) e a *internet* (40%). No que se refere à satisfação, a maioria dos entrevistados

manifestou interesse em retornar ao evento (96%), bem como de indicá-lo (95%) a outras pessoas.

Tabela 2 – Impacto econômico do Festival de Gastronomia Frango Caipira de São Gonçalo do Rio das Pedras

VARIÁVEL	FREQUÊNCIA	PORCENTAGEM
ORIGEM		
Belo Horizonte	26	36%
Diamantina	24	32%
Montes Claros	6	8%
Serro	6	8%
Outros	14	16%
LOCAL DE HOSPEDAGEM		
São Gonçalo	66	87%
Outra localidade	10	13%
MEIO DE HOSPEDAGEM		
Pousada	42	55%
Casa de parentes e amigos	13	17%
Somente passa o dia	10	13%
Casa própria	6	8%
Casa alugada	5	7%
GASTO MÉDIO DIÁRIO		
Até R\$ 50,00	9	12%
De R\$50 a 100	12	16%
De R\$100 a 200	35	46%
De R\$200 a 300	15	20%
Acima de R\$ 300	5	6%
ESTÁ ACOMPANHADO NA VIAGEM		
Sim	58	76%
Não	18	24%
JÁ CONHECIA O EVENTO		
Participou mais de uma edição	51	67%
Participa pela primeira vez	20	26%
Não está no destino por causa do evento	5	7%
FONTE DE INFORMAÇÃO SOBRE O EVENTO		
Amigos e/ou parentes	32	42%
Internet	30	40%
Cartaz do evento	7	9%
E-mail informativo ou moram no destino	6	8%
Profissional da área	1	1%
INTENÇÃO DE RETORNAR		
Sim	73	96%
Talvez	3	4%
INDICARIA O EVENTO PARA OUTRAS PESSOAS		
Sim	72	95%
Não	3	4%
Talvez	1	1%

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

De acordo com a Tabela 3, a maioria das pessoas que participaram da pesquisa considerou os pratos degustados como *ótimo* (73%) e *bom* (22%). Quanto à infraestrutura, os entrevistados fizeram as seguintes avaliações: estabelecimentos bons (66%); limpeza boa (64%); e, atendimento bom (65%). As atrações culturais do evento foram avaliadas como boas (32%) e ótimas (29%). As atrações culturais tiveram um número significativo de avaliação nos itens *regular* (26%) e *não souberam responder* (12%), o que denota a importância da ampliação dos horários destas atividades, bem como a diversificação das atrações para que se atenda aos diversos públicos que participam do evento. O acesso à informação foi considerado bom por menos de um terço dos respondentes (30%). Em termos globais, o acesso ao distrito é sofrido, uma vez que foi considerado bom (38%) e regular (33%).

No que concerne à satisfação geral do evento, a maioria (75%) afirmou que ele atende a 100% das expectativas.

Tabela 3 – Satisfação dos participantes do Festival de Gastronomia Frango Caipira de São Gonçalo do Rio das Pedras

VARIÁVEL	FREQUÊNCIA	PORCENTAGEM
PRATOS DEGUSTADOS		
Ótimo	55	73%
Bom	17	22%
Regular	3	4%
Não sabe	1	1%
INFRAESTRUTURA		
Ótimo	14	18%
Bom	50	66%
Regular	11	15%
Ruim	1	1%
LIMPEZA		
Ótimo	19	25%
Bom	49	64%
Regular	8	11%
ATENDIMENTO		
Ótimo	20	26%
Bom	49	65%
Regular	6	8%
Ruim	1	1%
ATRAÇÕES CULTURAIS		
Ótimo	22	29%
Bom	24	32%
Regular	20	26%
Péssimas	1	1%
Não souberam responder	9	12%
ACESSO A INFORMAÇÃO		
Ótimo	12	16%

Bom	23	30%
Regular	10	13
Ruim	2	3%
Não souberam responder	29	38%

ACESSO AO DISTRITO

Ótimo	14	19%
Bom	29	38%
Regular	25	33%
Ruim	7	9%
Não souberam responder	1	1%

SATISFAÇÃO GERAL

Atendeu 100%	57	75%
Atendeu em parte	14	18%
Superou	3	4%
Decepcionou	2	3%

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014.

Embora a maioria dos entrevistados (65%) tenha avaliado o atendimento como bom, verificam-se deficiências decorrentes do reduzido número de funcionários em um período de alta demanda, conforme indicado no Quadro 1.

Quadro 1 - Queixas dos participantes do Festival de Gastronomia Frango Caipira de São Gonçalo do Rio das Pedras

- Atendimento nos bares é deficiente, deveriam contratar mais funcionários em dias movimentados.
- Cardápio repetitivo! Manter os pratos tradicionais, mas também oferecer outros mais criativos.
- Divulgar os dias e horários das atrações culturais.
- Ampliar a divulgação em nível regional, principalmente nas rádios.
- Aceitar cartões de crédito em todos os estabelecimentos.
- Aumentar os dias de duração do evento.
- Oferecer mais atrações direcionadas para o público infantil.
- Prolongar o horário de funcionamento dos bares e restaurantes.
- Manter a feirinha de artesanatos no domingo.
- Ter mais atrações culturais durante o dia.
- Trazer para o evento outros tipos de atrações musicais.

Fonte: Pesquisa de Campo, 2014

Os pratos degustados foram muito bem avaliados, porém os entrevistados sugerem que, além dos pratos tradicionais, os restaurantes usem na criatividade para que o cardápio não seja repetitivo. A divulgação do evento deve utilizar de canais de comunicação para

maior participação do público regional, principalmente através das rádios locais. A programação cultural do evento deve sofrer adequações para atender os diferentes perfis dos participantes. Outras observações pertinentes ligadas à organização do evento precisam ser avaliadas para as próximas edições.

2.6 Discussão

O turista que esteve presente no Festival de Gastronomia Frango Caipira de São Gonçalo do Rio das Pedras e participou do presente estudo possui alto nível de escolaridade. A maioria é de formação acadêmica de nível superior (completa ou incompleta) e uma menor parcela cursou apenas o ensino básico. Quanto à faixa etária, constata-se uma heterogeneidade de público, embora a maioria esteja na faixa dos acima de 30 anos. Com relação à renda familiar, a maioria recebe de 3 a 6 salários mínimos. Estes dados estão condizentes com o perfil do turista gastronômico descrito nas caracterizações do segmento por meio do Ministério do Turismo (2010). Essa diversificação do público do Festival é altamente vantajosa. Porém, ao mesmo tempo em que contribui para sua continuidade, torna necessário o planejamento de novos produtos e serviços que atendam aos diversos perfis, como, por exemplo, as atrações culturais diurnas e noturnas.

Além disso, o fato de os entrevistados terem um alto grau de escolaridade e uma renda mensal considerável acarreta, inevitavelmente, um maior nível de exigência com relação à organização do evento. Em decorrência disso, torna-se necessário que seus organizadores estejam atentos aos mínimos detalhes para conseguir atender às expectativas e, se possível, superá-las.

A maioria dos entrevistados utilizou as pousadas existentes na comunidade como meio de hospedagem. Com relação ao gasto médio diário com as despesas de viagem (hospedagem, alimentação e entretenimento), os resultados estão em conformidade com o descrito na literatura. A distribuição dos gastos dos participantes da entrevista na comunidade corrobora com as asserções de Matias (2002) e do próprio Ministério do Turismo (2010), segundo os quais os eventos gastronômicos provocam significativo impacto na economia local, com benefícios tanto para os restaurantes quanto para toda a cadeia produtiva do turismo. Isso foi possível porque o evento envolveu os mais diversos

setores da economia local, promoveu um aumento na arrecadação, bem como abriu oportunidades de trabalhos desde os preparativos até a reorganização dos espaços após o Festival.

Nota-se que o Festival de Gastronomia Frango Caipira já conquistou um público fiel que, além de participar do evento, o apoia em termos de divulgação. Além do mais, há também um número significativo de visitantes que participaram pela primeira vez, o que também representa o potencial do evento para atrair novas pessoas nas próximas edições. Por isso, é necessário estar atento aos detalhes que podem ser melhorados a cada edição. Detalhes capazes de surpreender com novidades o público fiel, bem como os novos participantes. Como salienta Gândara (2004), a busca pelos detalhes e pela qualidade ainda é o melhor caminho para se fidelizar clientes.

A principal fonte de informações sobre o evento foi a indicação de amigos e/ou parentes. Este é um canal interpessoal de divulgação extremamente eficiente, no sentido de se manter a credibilidade da informação e mostrar o quão é importante a opinião das pessoas como fonte de referência sobre algo. Observa-se que a propaganda “boca-a-boca” tem sido o canal de divulgação mais eficiente, seguido da internet, com destaque para as redes sociais. Entretanto, o que precisa ser melhorado é com relação à divulgação por meio dos cartazes. Estes devem ser distribuídos com maior antecedência em nível regional para que se alcancem os efetivos resultados.

A maioria dos entrevistados disse que tem a intenção de participar novamente do evento e o indicaria para parentes e amigos. Isto demonstra a sua excelente aceitação, colocando em evidência mais uma vez que o Festival de Gastronomia Frango Caipira tem potencial para se consolidar no calendário regional de eventos e salienta novamente o papel da gastronomia e da qualidade dos serviços como responsáveis pela decisão de retorno dos visitantes.

Considerando-se que a gastronomia pode representar a cultura de um local, são as peculiaridades e as variedades de cada prato apresentado que fazem toda a diferença para o visitante. Neste portfólio, deve-se incluir a infraestrutura dos restaurantes, a limpeza e o atendimento (KRAUSE, 2007; SILVA, MEDEIROS e COSTA, 2009; GIMENES, FRANZ BREA e GÂNDARA, 2012).

Os dados indicam que os entrevistados se sentiram satisfeitos em relação aos pratos degustados, embora tenham sugerido que, além de utilizar saberes e sabores regionais, houvesse pratos inovadores sem deixar de lado os aspectos da tradição. Na comunidade, poderiam ser realizados cursos de formação e qualificação profissional, como: chefe de cozinha, qualidade no atendimento ao turista; técnicas de manipulação de alimentos; o serviço de garçons e outros. Considera-se que a oferta de serviços de qualidade para dar suporte ao Festival de Gastronomia Frango Caipira favoreceria não apenas os participantes do evento, mas também os turistas em geral e a própria comunidade ao longo do ano.

Quanto às atrações culturais realizadas durante o evento, percebe-se a necessidade de maior diversificação do estilo para que sejam atendidos interesses de diversos públicos presentes. A maioria dos entrevistados ponderou que não teve acesso às informações sobre os atrativos naturais e culturais da comunidade. Este fato indica a necessidade de estabelecimento de estratégias de aperfeiçoamento para as próximas edições. Prestar informações aos visitantes sobre os atrativos da região, como cachoeira, picos, rios e corredeiras é um serviço que deve ser realizado pela comunidade local. Esta divulgação é um complemento importante para ajudar a melhorar a imagem do destino, bem como motivar a permanência e/ou o retorno dos visitantes. Conforme Mascarenhas e Gândara (2014), a qualidade e a satisfação são conceitos interdependentes, sendo a lealdade dos clientes consequência de ambos, da mesma forma que a insatisfação pode ser decorrente de falhas, tanto da má gestão do empreendimento quanto da má prestação dos serviços oferecidos.

Constatou-se que o evento está no caminho certo. Contudo, faz-se necessário atentar para alguns detalhes e buscar melhorias contínuas para que a qualidade dos produtos e serviços oferecidos no evento se converta em elemento de diferenciação.

3 CONCLUSÃO

O desenvolvimento deste trabalho resultou no levantamento de informações sobre o Festival de Gastronomia Frango Caipira, realizado em São Gonçalo do Rio das Pedras, o

que permitiu avaliar a importância dele como instrumento de propulsão da atividade turística na comunidade. Por meio deste estudo, foi possível compreender o perfil socioeconômico do turista que participa do evento, uma valiosa informação para formatação de produtos e serviços, compatíveis com as expectativas deste público.

Em relação ao impacto econômico gerado pelo evento na comunidade, foi possível verificar, a partir da análise dos dados, que não são apenas os estabelecimentos gastronômicos e os meios de hospedagem que se beneficiam financeiramente. Residentes ganham com o aluguel das casas, a venda de produtos alimentícios, tais como doces, quitandas e, até mesmo, o próprio frango caipira. Os artesãos e demais artistas locais também recebem um significativo incremento na renda por causa do Festival.

O evento tem potencial para se tornar um forte atrativo turístico da comunidade, já que possui um público que gosta e participa dele há mais de uma edição e o indica para familiares e amigos. Porém, são necessárias melhorias para as próximas edições em relação aos pratos oferecidos para degustação. Devem ser mantidos aqueles tradicionais, contudo devem elaborá-los com maior criatividade, sem desprezar os ingredientes tradicionais. Os participantes do evento valorizam a gastronomia local, mas gostam também de inovações.

Quanto à divulgação, constatou-se que é necessário ampliá-la, principalmente em nível regional. Os bares e restaurantes devem ser profissionalizados com vistas às próximas edições, algo que requer disponibilidade de tempo e investimento financeiro. As questões ligadas à qualidade do atendimento poderiam ser melhoradas com a ajuda, por exemplo, do SEBRAE, que dispõe de cursos de qualificação na área de atendimento ao cliente.

Sabendo-se que o evento possui públicos distintos, as atrações culturais dele podem ser mais diversificadas, com opções para as crianças, adolescentes, adultos e idosos, além de programas para solteiros e casados. As atrações devem ser distribuídas ao longo dos dias, em horários adequados para cada público.

Como desdobramento deste trabalho, propõe-se que seja feita uma pesquisa também com os moradores da comunidade. Ela faz parte do produto turístico, compõe o cenário que será alvo de consumo, sendo legítimo o seu direito de participar, decidir e se

beneficiar do processo de elaboração dos planos para a localidade. Portanto, é fundamental conhecer a percepção da comunidade em relação às atividades e aos benefícios que o Festival poderá proporcionar a ela.

Espera-se que os resultados deste estudo ajudem os organizadores das próximas edições do evento, de forma a atender às expectativas dos visitantes e, ao mesmo tempo, contribuir para o desenvolvimento do turismo em São Gonçalo do Rio das Pedras.

REFERÊNCIAS

BARCZSZ, D. S; AMARAL, F. A. Turismo Gastronômico: a percepção do turista na 18ª Festa Nacional do Carneiro no Buraco de Campo Mourão Estado do Paraná. **Revista Eletrônica Patrimônio: Lazer & Turismo**, Santos, v. 7, n. 11, p. 66-98, set. 2010. Disponível em: [http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/pdf/Artigo4_v7_n11_jul_ago_set2010_Patrimonio_UniSantos_\(PLT_33\).pdf](http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/pdf/Artigo4_v7_n11_jul_ago_set2010_Patrimonio_UniSantos_(PLT_33).pdf)>. Acesso em: 14 nov. 2014.

BARRETO, M. **Turismo e Legado Cultural**: as possibilidades de planejamento. Campinas: Papirus, 2000.

BENI, M. C. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Turismo cultural**: orientações básicas / Ministério do Turismo, Coordenação - Geral de Segmentação. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural**: orientações básicas. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. 3. ed., Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf >. Acesso em: 21 abr. 2015.

COUTINHO, H. P. M. **Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística**. Revista eletrônica Aboré, Amazonas, v. 03, n. 3, p. 1-13, dez. 2007. Disponível em: http://www.revistas.uea.edu.br/old/abore/artigos/artigos_3/Hevellyn%20Perola%20Menezes%20Coutinho.pdf>. Acesso em: 8 mar. 2015.

FAGLIARI, G. S. **Turismo e alimentação**: análises introdutórias. 1. ed. São Paulo: Roca, 2005.

FRECHTLING, D. The Economic Impact of Tourism: Overview and Examples of Macroeconomic Analysis. **UNWTO Statistics and TSA Issue Paper Series**. World Tourism Organization, Madri, 2013. Disponível em: <<http://statistics.unwto.org/en/content/papers>>. Acesso em: 10 jun. 2015. Acesso em: 23 nov. 2014.

GÂNDARA, J. M. G. La calidad y la copetitividad de los destinos turísticos urbanos. **Turismo Visão e Ação**, Balneário Camboriú, v. 6, n. 1. p. 69-94, abr. 2004. Disponível em: <<http://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/viewFile/1055/864>>. Acesso em: 19 mar. 2015.

GÂNDARA, J. M. G. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. *In*: PANASSO NETTO, A.; ANSARAH, M.G. R. **Segmentações em Turismo**. São Paulo: Manole, 2008.

GIMENES, M. H. S. G. O uso turístico das comidas tradicionais: algumas reflexões a partir do Barreado, prato típico do litoral paranaense (Brasil). **Turismo e Sociedade**, Curitiba, v. 2, n. 1, p. 8-24, abr. 2009. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/turismo/article/view/14301>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

GIMENES, M. H. S. G. Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil. *In*: Seminário de Pesquisa em Turismo no Mercosul, 2006, Caxias do Sul, **Anais do Seminário de Pesquisa em Turismo no Mercosul**, v. 4, p. 1-15, jul. 2006. Disponível em: <[file:///C:/Users/Carlos%20Alberto%20Dias/Downloads/GT03-1%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/Carlos%20Alberto%20Dias/Downloads/GT03-1%20(3).pdf)>. Acesso em: 18 fev. 2015.

GIMENES, M. H. S. G.; FRAIZ BREA, J. A.; GÂNDARA, J. M. Comidas inolvidables a construcción de uma metodologia para analizar las experiencias de comer fuera de casa. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, v. 21, n. 4, p. 802-824, ago. 2012. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180724056001>>. Acesso em: 23 nov. 2014.

KRAUSE, R. W. **A gastronomia como fator de influência na escolha de destinações turísticas e de sua hotelaria: base de estudo Balneário Camboriú 2006/2007**. Balneário Camboriú: UNIVALI, 2007.

MASCARENHAS, R. G. T. **A diversidade gastronômica como atrativo turístico na região dos Campos Gerais do Paraná**: um estudo de caso no município de Castro. 2009. 342 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade federal do Paraná, Curitiba, 2009.

MASCARENHAS, R. G. T.; GÂNDARA, J. M. G. O papel da gastronomia na qualidade e na competitividade dos destinos turísticos. **Revista de Cultura e Turismo**, Ilhéus, v. 9, n.1, p. 60-63, fev. 2014. Disponível em:

<<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano9-edicao1/3.pdf>>. Acesso em: 13 dez. 2014.

MATIAS, M. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. Barueri, SP: Manole, 2002.

MATTAR, F. **Pesquisa de Marketing**. 5. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do mercado e o turismo**. Secretaria Nacional de Política do Turismo. Departamento de estruturação, articulação e ordenamento turístico, Coordenação geral de segmentação. Brasília, DF, 2010. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo do Mercado Versxo Final IMPRESSxO .pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo%20do%20Mercado%20Versxo%20Final%20IMPRESSxO%20.pdf)>. Acesso em: 15 fev. 2015.

OLIVEIRA, S. La importancia de la gastronomía en el turismo: Un ejemplo de Mealhada – Portugal. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, vol. 16, n. 3, p. 261-282. Jul. 2007. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713893001>>. Acesso em: 11 dez. 2014.

Organização Mundial de Turismo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SERRO. Secretaria Municipal de Turismo, Cultura e Meio Ambiente de Serro – Minas Gerais. **Memorial descritivo de São Gonçalo do Rio das Pedras**. Serro: Prefeitura Municipal do Serro, [19--?].

SANTOS, C. R. A. A. Alimentação e seu lugar na história: os tempos da memória gustativa. **História Questões & Debates**, Curitiba, v. 42, n. 0, p.165-188, jul. 2005. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/historia/article/view/4643/3797>>. Acesso em: 23 nov. 2014.

SILVA, L. M. T. da; MEDEIROS, C. A. F.; COSTA, B. K. **Qualidade dos Serviços Turísticos no Setor de Restaurantes**: Uma Aplicação do Modelo SERVPERF. Revista Hospitalidade. São Paulo, Universidade Anhembi Morumbi, v. 6, n 02, p. 115-139, jul.-dez. 2009. Disponível em: <<http://revhosp.org/ojs/index.php/hospitalidade/article/view/306>>. Acesso em: 12 jul. 2015.