

PIBIC - CNPq

Turismo e Gastronomia em Caxias do Sul: um diálogo com a Economia Criativa

Progastro-RS



Autores: Thalia Alves (bolsista), Susana Gastal (orientadora)

Metodologia

Metodologicamente, a pesquisa se caracteriza por ser qualitativa exploratória, resgatando na bibliografia especializada os conceitos de Turismo, Gastronomia, Souvenir, Economia Criativa e Roteiro, incluso seus desdobramentos. Para fins teóricos, o Turismo (GASTAL, 2006; MOESCH, 2005; OLIVEIRA, 2000; OMT, 2001) e Gastronomia (LÉVI-STRAUSS, 2004; PECCINI, 2010; SCHULTER, 2003; MOREIRA, 2010) relacionam-se pelo deslocamento cultural dos saberes e fazeres intrínsecos a determinado grupo social, mas que também serve de atrativo para turistas e outros grupos. Quanto aos Souvenirs (GASTAL, DE SÁ; 2017, 2018; DE SÁ; GASTAL, 2018), elencam os objetos como parte presente na experiência turística, tanto pelo seu significado, quanto pelo saber-fazer impresso pelo produtor, que vai além do simples artesanato, pois carrega qualidade estética, criatividade, inovação e muitas vezes, cuidados em relação à sustentabilidade.

Referências Bibliográficas

- BRASIL. Ministério da Cultura. Secretaria da Economia Criativa. Relatório da economia criativa 2010: economia criativa uma opção de desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2012.
- GASTAL, Susana; DE SÁ, Felipe Zaltron. **Souvenir cultural: produto memorialístico e criativo**. In: FREITAS, Ernani; SARAIVA, Juracy; HAUBRICH, Gislene. Diálogos Interdisciplinares: Cultura, comunicação e diversidade no contexto contemporâneo. Novo Hamburgo: Ed. Feevale, 2017.
- GASTAL, Susana. **Turista cidadão: Uma contribuição ao estudo da cidadania no Brasil**. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da comunicação, 2006.
- GORDON, B. **The Souvenir: Messenger of the Extraordinary**. Journal of Popular Culture, Winter, p. 135-146, 1986.
- MOESCH, M.M. A produção do saber turístico. São Paulo: Contexto, 2000.
- OLIVEIRA, A.P. **Turismo e desenvolvimento: Planejamento e Organização**. 2° ed. Editora Atlas S.A, 2000.
- OMT - Organização Mundial de Turismo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.
- PECCINI, Rosana. **A gastronomia e o turismo**. ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade, v. 5, n. 2, 2013.
- Reis, A. C. F. (org). Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- STRAUSS, Lévi, C. **O cru e o cozido. Mitológicas**. Vol. 1. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- SCHULTER, R. G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

Introdução / Objetivo

A presente pesquisa, associada ao projeto Gastronomia no Rio Grande do Sul: História(s), Imaginário(s) e Turismo, propõe avaliar as possibilidades de inserção de uma rota de compras por meio dos souvenirs gastronômicos na cidade de Caxias do Sul-RS.

Resultados e Discussão

A rota inventariada no âmbito do projeto teve como base as lojas que aceitaram participar da pesquisa durante o período de novembro de 2018 a março de 2019, destacando, que para uma fase experimental a mesma se localizaria no centro do município, próximo a hotéis, rodoviária e demais estabelecimentos oportunos aos turistas, mas também ao cidadão. Após primeiro teste, a rota foi concretizada em protótipo de material impresso e realizado um percurso experimental por alunos do Mestrado em Turismo e Hospitalidade e orientadora, a fim de encaminhar demais demandas possíveis para incrementar no projeto. Como resultados, notou-se que existe possibilidade da inserção da rota de compras na zona inventariada, com uma variada quantidade de lojas de insumos culinários, os quais puderam. Ainda, serem segmentados em quatro grupos, como “bebidas”, “produtos naturais”, “queijos e embutidos” e “massas artesanais”.

Conclusões

Ao final do projeto, concluiu-se que os próprios estabelecimentos sentem a necessidade de maior visibilidade turística, visto relatarem a presença espontânea de turistas que compram seus produtos para utilizá-los como souvenirs gastronômicos, seja em formato de presente e/ou para consumi-los pós-viagem.