



TURISMO E GASTRONOMIA EM CAXIAS DO SUL: SOUVENIR EM DIÁLOGO COM A ECONOMIA CRIATIVA.

Thalia Ferreira Alves (PIBIC-CNPq), Susana de Araujo Gastal (Orientador(a))

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. 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. 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”. 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.

Palavras-chave: Turismo, Gastronomia, Souvenir

Apoio: UCS, CNPq