



GASTRONOMIA REGIONAL E HOSPITALIDADE: potencialidades de São Miguel do Gostoso como destino turístico

REGIONAL GASTRONOMY AND HOSPITALITY: potential of São Miguel do Gostoso as a tourist destination

Eric Alves da Silva^{*}

Maria Luíza Mesquita de Souza^{**}

Silvania Melo da Cunha^{***}

Amanda Almeida Gomes Dantas^{****}

Sueli Aparecida Moreira^{*****}

Resumo: Restaurantes e bares asseguram a boa hospitalidade. A gastronomia constitui atrativo sazonal em forma de festivais, ou permanentes através das cozinhas típicas regionais. Para compreender o papel que a gastronomia exerce no destino de São Miguel do Gostoso/RN, realizou-se o presente estudo-piloto descritivo com turistas hospedados em 4 pousadas desse litoral. Os dados foram coletados através de enquetes sobre gastronomia aplicadas a 20 hóspedes durante outubro de 2016. A gastronomia local representa uma mescla à base de frutos do mar com influências da culinária sertaneja através da agricultura familiar; a qualidade dos serviços de hospedagem e restauração teve impacto positivo na hospitalidade, apesar da demora no serviço de mesa. A gastronomia pode contribuir para fidelização e divulgação do destino turístico.

Palavras-chave: Cozinha Regional; Hospitalidade; Identidade cultural; Produto turístico; Rio Grande do Norte.

Abstract: Restaurants and bars ensure good hospitality. Gastronomy composes a seasonal attraction in the form of festivals, and a permanent one through typical regional cuisines. To understand the relevance of gastronomy for São Miguel do Gostoso/RN, this descriptive pilot study was carried out with tourists staying at 4 inns on this coast. The data were collected through gastronomy surveys applied to 20 guests during October 2016. The local gastronomy represents a mixture based on seafood with influences of backcountry cuisine through family farming; the quality of accommodation and catering services had a positive impact on hospitality, despite delays in table service. The gastronomy can contribute to the loyalty and promotion of the tourist destination.

Keywords: Regional Cuisine; Hospitality; Cultural Identity; Tourist Product; São Miguel do Gostoso.

1 Introdução

A gastronomia como patrimônio local está sendo incorporada aos novos produtos turísticos orientados a determinados nichos de mercado, com a participação da própria

^{*} Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte/UFRN, Natal/RN. E-mail: aldebaran.erick@gmail.com.

^{**} Graduada em Gastronomia pela Universidade Potiguar, Especialista e Empreendedora em Gastronomia. E-mail: mesquitaluizama@gmail.com.

^{***} Graduada em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte/UFRN - Natal/RN. E-mail: silvaniamelo0508@gmail.com.

^{****} Nutricionista, Mestre em Saúde Coletiva pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte/UFRN-FACISA, Santa Cruz, RN. E-mail: almmeidaamanda@gmail.com.

^{*****} Nutricionista, Mestre em Saúde Coletiva e Doutora em Ambiente e Sociedade) com estágio em Antropologia da Alimentação. Docente de Hospitalidade, Gastronomia e Turismo. E-mail: suelimoreira@yahoo.com.br.



comunidade na elaboração desses atributos no desenvolvimento sustentável da atividade (SCHLÜTER, 2006, p. 7). O prazer da alimentação exerce forte influência para atrair turistas, no intuito de perceber a gastronomia como fonte de cultura, conhecimento, sensibilidade e que se transforma num grande atrativo turístico cultural (CUNHA; OLIVEIRA, 2011, p. 3).

A modificação do gosto dos alimentos pode ter surgido na pré-história, quando o homem além de consumir recursos disponíveis na natureza, aprendeu a produzi-los por meio da agricultura do paleolítico. O principal elemento que identificou e diversificou o modo de comer da espécie humana do de outras espécies foi a capacidade de dominar o fogo, essa tecnologia permitiu cozinhar. Cozinhar é atividade humana por excelência, é o gesto que transforma o produto “da natureza” em algo profundamente diverso: as modificações químicas provocadas pelo cozimento e pela combinação de ingredientes permitiram levar à boca um alimento, se não totalmente artificial, seguramente fabricado. A conquista do fogo representa (simbolicamente, mas também materialmente) o momento constitutivo e fundador da civilização humana. *O Cru e o Cozido*, uma das obras de Claude Levi-Strauss, apreende a dualidade natureza e cultura (MONTANARI, 2008, p. 56).

O domínio do fogo por volta de 500 mil anos atrás permitiu a cocção de alimentos e não apenas modificou o paladar humano pelo cozido, mas também representou o principal salto para a organização social do homem (FLANDRIN; MONTANARI, 1998, p. 30). Mais tarde, a ritualização das refeições e seus elementos, como o uso de talheres e a forma de se comportar à mesa, foram convertidas em meios de distinção social (VISSER, 1998). Comensalidade deriva do latim *mensa*, que significa conviver à mesa, e isto envolve não somente o padrão alimentar ou o que se come, mas, principalmente, como se come, e tornou-se um dos fatores estruturantes da organização social (MOREIRA, 2010). Os autores Flandrin e Montanari (1998, p. 3) registraram que “no século XVII, a presença da mesa e o modo como as famílias lidavam com esse mobiliário indicava a importância para com o ritual das refeições cotidianas e a estabilidade do grupo familiar que as tornava em comum”.

No Brasil, a história da formação do gosto – ou como diria Câmara Cascudo, do paladar –, pode ter sido incrementada pelos portugueses que chegaram ao país e tiveram os primeiros contatos com os índios, que já possuíam sua própria culinária, totalmente diferente do que os portugueses conheciam. Estes últimos trouxeram as especiarias do Oriente, o vinho, o açúcar, pão, entre outros alimentos, e com o tempo implantaram seus hábitos alimentares e



suas influências. Com a colonização do Brasil, nasceu, aos poucos, a cozinha brasileira. Para Botelho (2010, p.62), a cozinha brasileira:

[...] é resultado da mistura de três povos: os portugueses, os indígenas e posteriormente os povos africanos. [...] A partir daí, a culinária brasileira foi se modificando, buscando um detalhe ou outro em cada país (como França, Japão, Itália, Grécia, entre outros países), e se transformou nessa culinária riquíssima.

Nos dias de hoje, a gastronomia está estimulando o turismo devido à sua grande tendência em proporcionar hospitalidade, em consonância ao aumento da rede de hotéis e, consequentemente, da mão de obra especializada. Peccini (2013, p. 6) acrescenta que a gastronomia é indispensável para o turismo. Segundo o autor, por mais que haja os atrativos, as atividades exercidas pelo turista durante a estadia no local, a gastronomia serve primeiramente para a principal necessidade biológica do ser humano, que é alimentar-se para saciar a fome. Furtado (2004) complementa que a gastronomia como produto turístico é um fator importante e motivador, e mesmo quando não é o elemento principal, sempre estará inserida no contexto e terá o seu papel de destaque num evento turístico. A gastronomia fundamenta os principais aspectos da hospitalidade, que segundo Castelli (2010) são: o receber, o abrigar, alimentar e cuidar. Botelho (2010, p. 64) acrescenta que através da gastronomia:

[...] utilizamos todos os nossos sentidos. E ela está cada vez mais apurada, pois o consumidor também está mais exigente, tem o paladar mais apurado e ávido, por já ter um conhecimento sobre o sabor dos alimentos, além de adorar seu visual mais aprimorado e sedutor. Com isto, aumenta seu prazer durante a refeição e consequentemente ele voltará para novas experiências gustativas.

A gastronomia é uma arte que proporciona ao comensal a experiência completa ao atender aos cinco sentidos principais: visão, olfato, paladar, tato e audição; satisfeitos pelas cores, aromas, sabores, toque de mãos e lábios e o som do crocante e do brinde das taças. Contudo, para apreciar a gastronomia como arte é preciso, conforme sugere Rubem Alves, a “Educação dos sentidos”. Ao sair da condição bruta de existência, os sentidos se refinam, despregam-se de suas funções práticas e tornam-se sensíveis a prazeres. Transcende-se da necessidade elementar de sobrevivência para a experiência de sabores extraordinários (ALVES, 2005, p. 44).

A cidade de São Miguel do Gostoso, município do estado do Rio Grande do Norte que fica 120 km distante de Natal, capital do estado, possui um enorme potencial turístico em meio às imensas dunas e pirâmides de sal e é o portal do roteiro turístico da Costa Branca,



conforme registrou Chaves, Ferraz e Freixa (2018). Desde o litoral de São Miguel do Gostoso até a divisa com o Ceará, a paisagem é marcante entre a Caatinga, com árvores como mandacaru, quixadeira, carnaúba, catupira e pereiro, em contraste com mangues, rios e coqueiros espalhados ao longo das grandes enseadas de praias, muitas delas selvagens.

Considera-se que a gastronomia regional tem um forte potencial a ser explorado como atrativo turístico, por conta da diversidade de seus *terroirs*, que segundo Chaves, Ferraz e Freixa, (2018) compreendem o conjunto de fatores que influenciam na qualidade e na particularidade do ingrediente, como as condições naturais — clima, relevo, altitude e solo —, somadas ao fator humano, todos ligados muitas vezes às tradições locais e à história, no cuidado com os recursos agrícolas, pecuários ou mesmo extrativistas. Conforme constatou Gonçalves (2018), a gastronomia à base de produtos da terra, proveniente da agricultura familiar, permite assegurar a oferta de produtos e serviços de alimentação de boa qualidade, garantindo a boa hospitalidade, fidelização e divulgação do destino para outros visitantes. Então, elaborou-se o presente estudo que tem como objetivo caracterizar a gastronomia de São Miguel do Gostoso na hospitalidade e como atrativo turístico.

2 Referencial teórico

2.1 Identidade gastronômica

Para Duque (2013, p. 20), a gastronomia é uma representação viva da história do ser humano. É possível, a partir dela, compreender as vivências de um povo, já que é resultado do diálogo e interação de uma comunidade, e a soma de pedaços de história e de memórias de vida coletiva. Tal fato faz com que a gastronomia ganhe um capital simbólico capaz de representar a memória de um povo, mas também o seu futuro, ou seja, pode-se encontrar nela uma potência genética forte, que ao ganhar corpo, revela o passado e o futuro.

A identidade gastronômica de uma cidade ou lugar tem o dever de preservar parte da cultura de um povo, logo, a gastronomia se torna um elemento singular que ocorre no lugar, constituindo um potencial turístico. Quanto maior sua peculiaridade, maior o valor do atrativo. Duque (2013, p. 20) afirma que:



Conhecendo a identidade de um povo, o indivíduo torna-se mais sensível para preservar a sua cultura, as suas formas de ser, de estar e de viver, ganha-se maior respeito pelas tradições, pela herança que chegou até si. [...] É importante referir que “preservar” não é sinônimo de “arrumar” determinada cultura, evitando o contágio com outras culturas, e sim de ter vontade de participar da construção de uma civilização comum, a partir do que é específico de cada expressão cultural, e muitas vezes, é na diversidade cultural que mais se valoriza as diferentes expressões culturais.

A cultura de um local é formada com o decorrer do tempo. Cabe à população preservar e ou modificar os patrimônios históricos. Feitoza (2006) acrescenta que é “o somatório de séculos de criação e engenhosa produção resultantes no patrimônio cultural, que causa natural curiosidade, porque responde a indagação, feita continuamente, acerca da vida anterior de ancestrais que habitaram o planeta”.

O estudo da gastronomia em turismo sob a perspectiva histórico-antropológica das tradições locais requer considerar elementos de caráter cultural, ambiental ou ecológico e do desenvolvimento econômico. Na gastronomia regional estão contidos elementos da identidade cultural, cujos produtos e serviços fomentam a hospitalidade local. O serviço de restauração supre as exigências nutricionais durante o deslocamento e permanência do turista, ao passo que no turismo gastronômico, a comida é o principal atrativo turístico porque permite incorporar elementos que abrangem desde os ingredientes da terra ao modo de fazer culinário e a hospitalidade pelo contato direto com a comunidade. Essa experiência autêntica enaltece a visita, promove a divulgação do local e motiva o retorno.

A gastronomia regional consiste na arte de elaborar preparações típicas com elementos peculiares da cultura local, do modo de vida do povo e recursos disponíveis na região. A ida ao restaurante para saciar a fome, além de garantir os aspectos vitais de sobrevivência, também representa a oportunidade de negócios para ofertar pratos da cozinha regional. Para Schlüter (2006), a gastronomia como patrimônio local está sendo incorporada aos novos produtos turísticos, permitindo que agentes da própria comunidade obtenham valorização de seus artesanatos e prestação de serviços. O interesse pela gastronomia regional recebeu forte influência da globalização. Sobre o modo como esse processo interage sobre a gastronomia, Furtado (2004, p. 1) esclarece:

Com a globalização, essas trocas de experiências ficaram mais fáceis, já é possível conhecer quaisquer alimentos, de todas as culturas, sem precisar conhecer as suas respectivas localidades, está quase tudo ao alcance da mão. Mas só conhecer os alimentos, sem conhecer o local e sua cultura, para muitos, não é o bastante. E é a partir daí que o turismo gastronômico passa a ser um diferencial e abre um grande



leque de possibilidades. Além disso, ao conhecer a cultura local, os alimentos e os sabores, o homem tem a necessidade que esse momento seja um momento especial, como se fosse um ritual de prazer, ou seja, o mesmo alimento saboreado sozinho, na sua casa, não teria o mesmo sabor que saboreado no local de origem do alimento.

Furtado (2004) acrescenta que a gastronomia é muito relevante para o turismo, e possibilita inúmeras oportunidades para todos aqueles que souberem explorar esse nicho de mercado, direta ou indiretamente. O segmento de Alimentos & Bebidas (Restaurantes, Bares e serviços informais) representa as principais oportunidades de emprego e geração de renda para a população local.

A busca de experiências gastronômicas e vivência de outras culturas impulsiona a gastronomia a tornar-se uma das principais motivações para assegurar a boa hospitalidade em determinado local. A inovação constante na oferta de produtos e serviços privilegia o turismo com descobertas e faz a gastronomia ter essa grande sintonia com a atividade turística, de modo surpreendente para a hospitalidade.

2.2 Influência da gastronomia para a escolha do destino

A gastronomia surge como um elemento que pode influenciar na hora do processo de escolha do destino turístico. Em Natal, a gíngua com tapioca representa o principal atrativo para frequência do público masculino ao Mercado da Redinha (LIMA *et al.*, 2016). Na maioria dos casos, não é considerado o elemento determinante, ainda que seja necessário alimentar-se na estadia, portanto a gastronomia surge de modo coadjuvante na escolha do destino turístico. A experiência satisfatória com a gastronomia do local é um forte atrativo para motivar o retorno e a divulgação do destino. Em relação ao turismo gastronômico, Lohmann e Panosso Netto (2008, p. 94) afirmam que:

Há uma significativa diferença entre o turista que come para viajar e o que viaja para comer. O primeiro é o turista genérico, que viaja pelos mais variados motivos e espera apenas que a comida dos locais que estão lhe agrade e que não os faça mal. O segundo tipo de turista é o tipo de turista que viaja por um motivo específico, qual seja, o gastronômico.

A gastronomia é um dos fatores motivacionais para a escolha de um destino a ser visitado e/ou indicado pelos turistas que obtiveram experiência positiva da cozinha regional. O

turismo gastronômico é um ato de consumo atrelado ao movimento em busca de produtos e modos de preparo típicos, além da visita a festivais gastronômicos sazonais.

A culinária do Rio Grande do Norte é conhecida no Brasil e guarda traços da identidade potiguar, cuja etnologia remete ao consumo de camarão pelos povos nativos. A culinária potiguar pode ser classificada em, pelo menos, duas vertentes culturais: a culinária sertaneja à base de carne de sol, galinha de angola e carne de bode, e a culinária potiguar litorânea conhecida por ser à base de frutos do mar (peixes, camarões, lagostas, caranguejos). Sobre o assunto, Furtado (2008, p. 89) descreve o repertório de alimentos consumidos no Rio Grande do Norte:

Carne de sol, cocada, cuscuz, feijão verde, linguiça do sertão, macaxeira, paçoca, peixe frito, queijo de manteiga, tapioca, galinha. Entre os frutos do mar, estão: os peixes miúdos, os pescados mais nobres, e os crustáceos, como caranguejo, lagosta e camarão. Há ainda as frutas regionais: manga, mamão, abacaxi, banana, caju, cajá, mangaba, maracujá. Não se pode esquecer dos bolos de macaxeira, pé-de-moleque, a canjica, a pamonha, o grude e a ginga com tapioca (tradicional na praia da redinha), os queijos de coalho e de manteiga.

Considerando os registros de Furtado e a literatura exposta, reitera-se a importância da diversidade gastronômica do Rio Grande do Norte, a exemplo da capital Natal, onde a gastronomia é fortemente consolidada.

3 Método

Realizou-se um estudo-piloto de natureza descritiva qualitativa, cujos dados foram coletados por meio de entrevistas na cidade de São Miguel do Gostoso, com o auxílio de um instrumento semiestruturado que permitia obter a percepção de turistas sobre a gastronomia.

Antes de proceder à coleta de dados, os sujeitos foram informados dos aspectos éticos regidos pela Resolução nº 466 do Conselho Nacional de Saúde (CNS) de 2012, que regulamenta os direitos de pesquisa com seres humanos. Em relação ao critério para participar do estudo, foram selecionados turistas maiores de 18 anos de idade. Os questionários foram aplicados a 20 hóspedes (10 homens e 10 mulheres), cuja autorização se deu através do ofício nº. 03/2016/CCTUR, que solicitava a permissão para a aplicação dos questionários junto às pousadas. Os questionários foram aplicados pelos pesquisadores nas pousadas Chantilly, Só Alegria, Casa de Taipa e a Enseada do Gostoso, em outubro de 2016.

4 Resultados e discussão

4.1 Perfil dos turistas entrevistados

Inicialmente, foram obtidos os dados pessoais dos entrevistados, com o objetivo de traçar um perfil com nome, idade, proveniência e escolaridade. Não serão divulgados os nomes dos entrevistados por questões de ética. De acordo com os dados fornecidos, o perfil dos hóspedes compreende turistas provenientes das pousadas localizadas na cidade de São Miguel do Gostoso no período do mês de outubro de 2016. Ao todo foram entrevistados 20 indivíduos.

Na Tabela 1, pode-se observar que o perfil dos turistas entrevistados tem a mesma proporção para o sexo masculino e feminino, com idade entre 18 e 58 anos, provenientes de todas as regiões do Brasil, sendo alguns deles do estado do Rio Grande do Norte, e em sua maioria provenientes do Nordeste (40%).

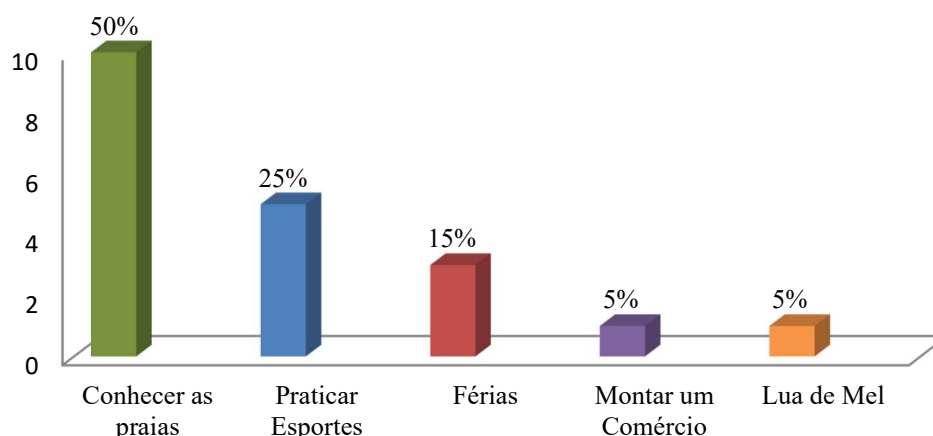
Tabela 1 - Perfil sócio-demográfico de turistas em São Miguel do Gostoso/RN, 2016. $n=20$

Variável	N	%
Sexo		
Masculino	10	50,0
Feminino	10	50,0
Faixa Etária		
De 18 a 27 anos	6	30,0
De 28 a 37 anos	9	45,0
Acima de 38 anos	5	25,0
Escolaridade		
Ens. Médio Completo/Incompleto	8	40,0
Ens. Superior Completo/Incompleto	12	60,0
Região que reside		
Nordeste	11	55,0
Sudeste	4	20,0
Centro-Oeste	3	15,0
Norte	1	5,0
Sul	1	5,0
Total	20	100,0

Fonte: Pesquisa DETUR/UFRN (2016)

O Gráfico 1 demonstra que, em sua maioria (50%), os entrevistados foram motivados a ir para São Miguel do Gostoso para conhecer as praias da cidade, confirmando a tese de que o turismo de sol e mar prevalece no comportamento turístico dos hóspedes que apontaram “as praias como principal atrativo da cidade”.

Gráfico 1 - Motivação dos turistas para visitar São Miguel do Gostoso (RN, 2016) $n=20$



Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

4.2 Conhecimento sobre a gastronomia da cidade

Quando indagados se tinham conhecimento sobre a base culinária da cidade, 100% dos entrevistados responderam que são os alimentos feitos com frutos do mar. Os principais pratos típicos de São Miguel do Gostoso são, conforme os turistas: peixe grelhado na brasa, acompanhado de farofa e arroz e polvo assado com batatas.

Tal conhecimento acerca da gastronomia da cidade se dá através dos meios de comunicação e de divulgação existentes, advindos do uso da internet. A gastronomia se beneficia com isso, visto que os turistas que viajam para a cidade certificam-se das opções dos pratos típicos ofertados. Essa ferramenta para divulgação contribui para fortalecer e consolidar o turismo no cenário econômico de uma localidade.

A atividade turística em São Miguel do Gostoso encontra-se num estágio crítico de transição, com demanda imediata de planejamento turístico adequado para deter a iminência de uma descaracterização irreversível. Considerando como exemplo a província de Pipa, um dos principais locais de atividade turística localizado no município de Tibau do Sul – RN, onde a forte cultura da pesca favorece a gastronomia à base de frutos do mar, há alguns anos a atividade turística transformou significativamente as características do local – antes considerado uma vila de pescadores, semelhante às condições atuais de São Miguel do Gostoso.

4.3 Turismo em São Miguel do Gostoso

São Miguel do Gostoso é um destino repleto de atrativos naturais. Considerando-se esta afirmação, questionou-se sobre os principais atrativos para a captação dos turistas à cidade; a maioria (cerca de 75% dos entrevistados) respondeu que são as praias, enquanto 20% falaram que seria pela prática de esportes como o velejo e, por último, 5% apontou a gastronomia como principal atrativo. Um estudo realizado por Alves (2012) para verificar as principais motivações de turistas para visitar a cidade de Natal notou que o principal motivo era a praia, seguida dos itens História, Arte, Cultura e a Gastronomia, que foram apontados por apenas 2% dos entrevistados.

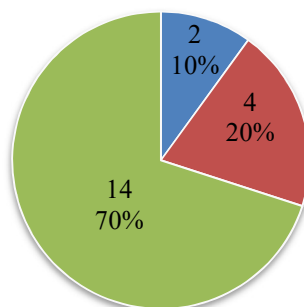
Além de ser considerada uma vila de pescadores e de ter vários atrativos deslumbrantes, pode-se dizer que São Miguel do Gostoso caracteriza-se também por ser uma cidade muito acolhedora e hospitaleira. Os entrevistados foram perguntados sobre o que achavam acerca da hospitalidade da cidade. A maioria respondeu que, nesse aspecto, São Miguel do Gostoso é uma ótima cidade. 80% disseram que a hospitalidade era ótima e 20% dos turistas afirmaram que era regular. A hospitalidade da cidade contribui para que o turista possa se sentir mais acolhido e como se estivesse em casa.

4.4 Aspectos culturais de São Miguel do Gostoso

A cultura de São Miguel do Gostoso influenciou-se com a atividade da pesca. Desde o início de sua história, a cidade é considerada uma vila de pescadores. Pode-se afirmar que, mesmo com o passar dos anos, essa característica não mudou, visto que nos dias atuais vê-se os barcos ancorados na beira das praias e os pescadores ao lado a confeccionar suas redes de pesca. Como mostra o Gráfico 2, um total de 70% dos hóspedes considera que a gastronomia local possui um alto grau de importância no turismo da cidade. A atividade de pesca favorece a fartura de frutos do mar, ao mesmo tempo em que o contexto da caatinga permite a criatividade da culinária sertaneja que se abastece pela agricultura familiar.

Gráfico 2 - Grau de importância da gastronomia local para o Turismo (RN, 2016) $n=20$

■ Normal ■ Não tão alta ■ Alta



Fonte: Elaborado pelos autores (2016)

Na obra “Fartura: expedição Rio Grande do Norte” de Chaves, Ferraz e Freixa (2018), a chef Gabriela Salles mostrou à expedição a pequena vila de pescadores e a variedade de peixes encontrados. Ela descreveu a caatinga, bioma exclusivamente brasileiro e o mais representativo do Nordeste. A paisagem contempla o juazeiro, umbuzeiro e cajueiro, e cactáceas, a exemplo do mandacaru e do xique-xique, que armazenam água para sobreviver nos períodos secos. Abriga comunidades sertanejas que hoje buscam aprender a conviver com os recursos do semiárido, coletando e cultivando de forma justa e solidária. O Rio Grande do Norte é o único estado em que o Sertão entra no mar. Quase 90% do território é parte da Caatinga. No período chuvoso a Caatinga fica verde, florida e, na estiagem, torna-se seca, de aparência parda enquanto aguarda pela chuva.

São Miguel do Gostoso é um destino reconhecido pelas belezas naturais de suas praias e, há pouco tempo vem ocorrendo o crescimento do turismo de aventura com a prática dos esportes a velejo. De acordo com a literatura popular: “São Miguel do Gostoso tem uma das maiores representatividades quando se fala de *Kitesurf* e *Windsurf*. Sem dúvida, São Miguel do Gostoso é uma das dez praias mais apropriadas para a prática de esportes a velejo.”

Os entrevistados foram indagados se eles acham que a cultura da cidade é representada pela gastronomia local. Durante as respostas notou-se que eles têm conhecimento de que as praias e a prática de esportes a velejo são os atrativos com maior poder de atração turística e que retratam a cultura da cidade. Contudo, a gastronomia permanece como forte

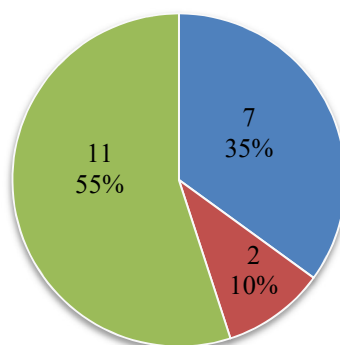
potencial ainda a ser explorado em conjunto à cultura local. A culinária pode tornar-se mais especializada, melhor administrada em termos de prestação de serviços a depender de um bom planejamento turístico e investimento em melhorias dos acessos e na divulgação. Apesar dos imprevistos, 70% dos entrevistados consideram que São Miguel pode ser recordado pela gastronomia.

4.5 Preferência dos turistas pela gastronomia local

Quando foram questionados sobre preferência pela comida local em relação à comida de costume, 55% dos entrevistados afirmaram que optariam pelas duas formas e os outros 35% elegeram as comidas locais (Gráfico 3).

Gráfico 3 - Preferência culinária dos entrevistados (RN, 2016) $n=20$

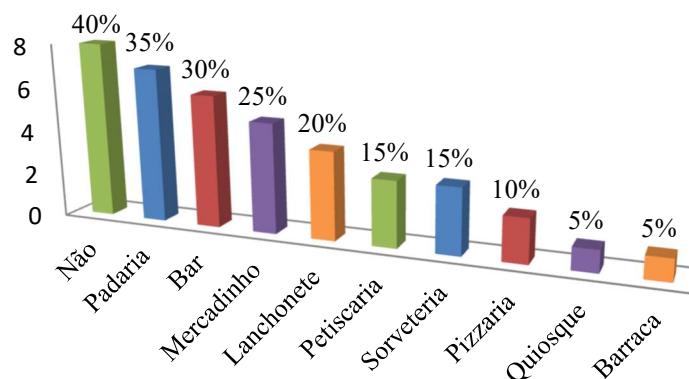
■ Comida Local ■ Comida de Costume ■ Os dois



Fonte: Pesquisa DETUR/UFRN (2016).

A maioria dos entrevistados (75%) disseram que estariam dispostos a experimentar ou comer algo proveniente da culinária local. Grande parte deles prefere consumir as comidas locais, conforme observado neste estudo; alguns gostam de alternar entre a comida local e as comidas rotineiras (fora das refeições) e, portanto, mantêm o costume de frequentar lanchonetes, padarias, entre outros estabelecimentos durante as férias. Muitos frequentam mais de um dos estabelecimentos descritos. O restante, equivalente a 40% dos entrevistados, afirmou que não frequenta outros estabelecimentos além dos restaurantes, como mostra o Gráfico 4.

Gráfico 4 – Frequência de turistas em estabelecimentos alternativos aos restaurantes (RN, 2016) $n=20$



Fonte: Pesquisa DETUR/UFRN (2016)

A identidade gastronômica de um destino quando recebe um planejamento turístico adequado permite a valorização da cultura através do envolvimento da comunidade local, que atua na hospitalidade e na elaboração de petiscos singulares. Quanto maior a peculiaridade, mais raro torna-se a busca pela experiência deste atrativo. Apesar do processo de globalização, com o avanço do movimento *fast food*, a apreciação dos restaurantes típicos da culinária local tem sido promulgados pela ética do desenvolvimento regional sustentável, cujos princípios promovem a valorização dos produtos da terra, das cozinhas regionais e a participação da comunidade na produção associada ao turismo e/ou no turismo de base comunitária.

A produção associada à atividade turística é uma das formas de auxílio ao desenvolvimento local, valorizando a comunidade e suas vivências e priorizando a melhoria da qualidade de vida e a inclusão social, constatado no estudo de Gonçalves (2018) no qual é identificado que há relação de compra/venda entre o trade turístico e a agricultura familiar.

O trade turístico adquire alimentos de forma direta à agricultura familiar com destaque para o serviço de acomodação; O trade turístico adquire alimentos de forma direta à outros mercados com destaque para o serviço de alimentação, e o mercado local pouco se utiliza da aquisição de alimentos de forma direta à agricultura familiar; O trade turístico com autoconsumo são aqueles que procuram adquirir os alimentos de forma direta à agricultura familiar [...] (GONÇALVES, 2018, p. 122).

O objetivo da produção associada é adequar a produção da comunidade ao mercado e ao processo de comercialização envolvido na atividade turística, fazendo com que o produto seja parte da atratividade local, sendo um componente de competitividade e um diferencial para

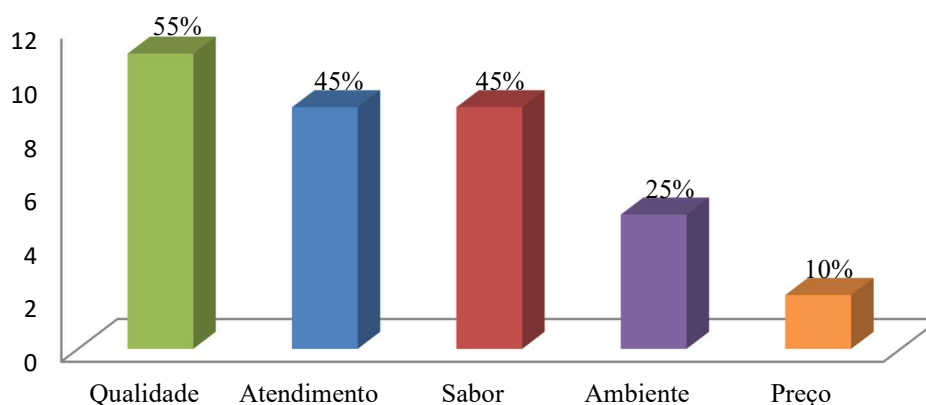
o destino. É o aproveitamento das potencialidades locais para o desenvolvimento sustentável do turismo, agregando determinado valor e promovendo a identidade e a cultura local (OLIVEIRA; MOREIRA, 2017).

A alimentação desempenha um papel fisiológico de caráter sócio vital da manutenção da vida. Do ponto de vista social, os hábitos alimentares são formados ao longo da trajetória de vida e recebe influências do contexto social e cultural. Contudo, viajantes são considerados pela Organização Mundial de Saúde (WHO, 2012), grupos de alto risco quando viajam, pois, ficam vulneráveis aos transtornos alimentares decorrente do consumo de alimentos e bebidas contaminados. Portanto, a satisfação do turista depende da qualidade do produto e serviço gastronômico prestado para garantir a segurança alimentar e a boa hospitalidade para divulgação do destino. Investimento em controle de qualidade higiênico-sanitária pode transmitir mais credibilidade ao turista na hora de desfrutar novas preparações fora do local habitual.

4.6 Aspectos da gastronomia de São Miguel do Gostoso

Como mostra o Gráfico 5, observa-se que 55% dos entrevistados apontam o aspecto qualidade como o principal ponto positivo da gastronomia do local, seguidos de perto pelo sabor e pelo atendimento (45%). Nessa pergunta também foi possível que os entrevistados escolhessem mais de uma opção.

Gráfico 5 - Aspectos positivos da gastronomia local (RN, 2016) $n=20$

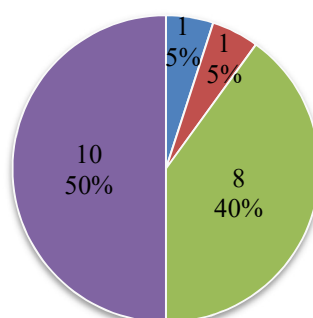


Fonte: Pesquisa DETUR/UFRN (2016).

Quando interrogados sobre algo de negativo que tenha ocorrido durante sua estadia na cidade, mais de 50% dos entrevistados opinaram positivamente em relação à gastronomia, exclamando que “*estava tudo ótimo*”, como mostra o Gráfico 6. Por outro lado, a demora dos serviços de mesa (servir o prato) em alguns restaurantes foi relatada por 40% dos entrevistados.

Gráfico 6 - Aspectos negativos da cidade de modo geral (RN, 2016) $n=20$

■ Infraestrutura ■ Desvalorização da gastronomia
■ Demora para saída dos pratos ■ Nada a reclamar



Fonte: DETUR/UFRN (2016)

Em São Miguel do Gostoso a gastronomia é um potencial atrativo, principalmente devido à disponibilidade de recursos da pesca, como frutos do mar, ao abastecimento da agricultura familiar e à produção de bovinos pelas comunidades de fundo de pasto no contexto da caatinga, além da crescente demanda por serviços devido ao turismo.

Contudo, são necessários investimentos para identificar a cozinha local e melhorar a qualidade dos serviços, além da infraestrutura. Dentre os pontos positivos, destaca-se a hospitalidade da cidade, muito bem avaliada pelos turistas entrevistados; também os atrativos do turismo de aventura, e principalmente as praias.

4.7 Destino gastronômico: São Miguel do Gostoso

Para encerrar, questionou-se sobre a gastronomia local como principal atrativo e motivação para retornar, indicar e divulgar a localidade como destino turístico. Cerca de 70% dos entrevistados responderam “sim” à intenção de retornar e indicar. Os outros 30% disseram “não” em relação à indicação do local, motivados pela gastronomia.



São Miguel do Gostoso possui culinária que contempla pratos à base de frutos do mar e pratos da culinária sertaneja, devido à forte inserção no contexto da Caatinga. A gastronomia, quando de boa qualidade, contribui para fortalecer a hospitalidade, gera boa experiência e conseqüente divulgação e fidelização ou retorno do turista.

5 Considerações finais

Durante o planejamento turístico, é fundamental que se analise a gastronomia para identificar, reconhecer e valorizar os ingredientes e técnicas de preparo regionais. A gastronomia faz parte da atividade turística, seja como atividade principal ou de apoio. A culinária local deve ser valorizada sob a perspectiva da identidade cultural, para fortalecer os saberes artesanais, os modos de vida de pescadores, agricultores familiares e comunidades de fundo de pasto que vivem da produção tradicional de alimentos.

Apesar dos aspectos indesejáveis evidenciados no estudo, incluindo a infraestrutura considerada ruim por boa parte dos entrevistados, além da instabilidade do sinal de rede móvel, a demora no serviço de mesa na hora de servir os pratos comprometeu a hospitalidade e a intenção de indicação e divulgação do destino para boa parte dos entrevistados.

A gastronomia de São Miguel do Gostoso caracteriza-se por ingredientes à base de frutos do mar e de produtos característicos da culinária sertaneja. Detém em sua história o vínculo de vila de pescadores, agricultores familiares e comunidades de fundo de pasto. A oferta de serviços de alimentação de boa qualidade garante a boa hospitalidade, fidelização e divulgação do destino, cuja receptividade foi evidenciada pelos turistas.

Do ponto de vista da comunidade, o turismo em São Miguel do Gostoso pode representar desenvolvimento econômico na elaboração da produção associada ao turismo e na gestão participativa de serviços turísticos. A presença da culinária sertaneja e a base de frutos do mar permitem agradar o maior número de paladares. Conclui-se que a organização minuciosa da gastronomia é um potencial a ser explorado para o desenvolvimento turístico e econômico de São Miguel do Gostoso.



Referências

ALVES, D. C. **A gastronomia como elemento motivador na atividade turística da cidade de Natal**. 2012. 42 f. TCC (Graduação) - Curso de Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2012.

ALVES, R. **Educação dos sentidos e mais...** Campinas: Versus, 2005.

BOTELHO, A. Geografia dos sabores: Ensaio sobre a dinâmica da cozinha brasileira. **Revista Textos do Brasil**, v. 13, p. 61-69, 2010.

CASTELLI, G. **Hospitalidade**: a inovação na gestão das organizações prestadoras de serviços. São Paulo: Saraiva, 2010.

CHAVES, Guta; FERRAZ, Rodrigo; FREIXA, Dolores. **Fartura**: expedição Brasil gastronômico Rio Grande do Norte. São Paulo: Melhoramentos, 2018.

CUNHA, K.; OLIVEIRA, L. **A Gastronomia enquanto atrativo turístico-cultural**. Goiânia: Anápolis Digital, 2011.

DUQUE, Eduardo J. A gastronomia como metáfora da identidade de um povo. **Revista da Escola Profissional Amar Terra Verde**, Vila Verde/PT, v. 1, n. 20, p. 20-22, 2013.

FEITOZA, P. F. B. Patrimônio cultural da nação: tangível e intangível, **Revista Aboré**, Manaus, n. 2, p. 1-17, 2006.

FLANDRIN, J.; MONTANARI, M. **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FURTADO, E. M. **A onda do turismo na cidade do sol**. Natal: EDUFRN, 2008.

FURTADO, F. L. A gastronomia como produto turístico. **Revista Turismo**, 2004.

GONÇALVES, A. L. C. **O turismo e a aquisição da produção rural familiar e da pesca pelos serviços de alimentação e acomodação em São Miguel do Gostoso (RN)**. 2018. 152 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018.

LIMA, C. O.; et al. Ginga com tapioca: gastronomia do mercado da Redinha como atrativo turístico. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 4, n. 1, p. 45-66, 2016.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do turismo**: conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Aleph, 2008.

MONTANARI, M. **Comida como cultura**. São Paulo: Ed. SENAC, 2008.



MOREIRA, S. A. Alimentação e comensalidade: aspectos históricos e antropológicos. **Ciência e Cultura**, v. 62, n. 4, p. 23-26, 2010.

OLIVEIRA, E. F. B.; MOREIRA, S. A. Turismo sustentável e produção associada na Comunidade de Ceará-Mirim – RN. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, v. 16, n. 1, 2017.

PECCINI, Rosana. A gastronomia e o turismo. **Revista Rosa dos Ventos**, v. 5, n. 2, p. 206-217, 2013.

SCHLÜTER, R.G. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph, 2006.

VISSER, M. **O ritual do jantar**: as origens, evolução, excentricidade e significado das boas maneiras à mesa. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

WHO. **International travel and health**. Geneva: World Health Organization, 2012.