

**INSTITUTO FEDERAL DE SÃO PAULO – IFSP
CAMPUS BARRETOS
CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DO TURISMO**

Ivani Aparecida da Silva

**UMA ANÁLISE DO FESTIVAL GASTRONÔMICO “NATAL LUZ” E SEUS POSSÍVEIS
IMPACTOS NA ATIVIDADE TURÍSTICA EM BARRETOS/SP**

**BARRETOS
2017**

Ivani Aparecida da Silva

**UMA ANÁLISE DO FESTIVAL GASTRONÔMICO “NATAL LUZ” E SEUS POSSÍVEIS
IMPACTOS NA ATIVIDADE TURÍSTICA EM BARRETOS/SP**

\

Artigo apresentado como requisito final para
obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de
Turismo pelo Curso de Tecnologia em Gestão
de Turismo do Instituto Federal de São Paulo -
IFSP

Orientador(a): Prof(a). Ma. Regiane Avena Faco

BARRETOS
2017

UMA ANÁLISE DO FESTIVAL GASTRONÔMICO “NATAL LUZ” E SEUS POSSÍVEIS IMPACTOS NA ATIVIDADE TURÍSTICA EM BARRETOS/SP

Ivani Aparecida da Silva¹
Regiane Avena Faco²

Resumo: Na busca por novos sabores, o turismo gastronômico ganha destaque, grandes roteiros e circuitos gastronômicos se destacam. Nesse sentido, a cidade de Barretos iniciou, com o propósito de incrementar o turismo no município, o festival gastronômico envolvendo alguns estabelecimentos da cidade. O objetivo deste trabalho foi, portanto, analisar os impactos do festival gastronômico desenvolvido na cidade, suas possíveis contribuições ou a inexistência delas para o turismo na cidade, além de identificar os pontos positivos e negativos do evento. Como resultado dessa pesquisa foi possível constatar que o festival foi bom para o turismo (segundo a percepção dos empresários) e trouxe benefícios para o empreendimento.

Palavras-chave: festival gastronômico, gastronomia, restaurantes

AN ANALYSIS OF THE GASTRONOMICAL CIRCUIT "CHRISTMAS LIGHT" AND ITS POSSIBLE IMPACT ON TOURISM IN BARRETOS/SP

Ivani Aparecida da Silva
Regiane Avena Faco

Abstract: In the search for new flavors, the gastronomic tourism gains prominence, great itineraries and gastronomic circuits stand out. In this sense, the city of Barretos started, with the purpose of increasing tourism in the city, the gastronomic festival involving some establishments of the county. The objective of this paper was, therefore, to analyze the impacts of the gastronomic festival developed in the city, its possible contributions or the lack of them for tourism in the city, besides identifying the positive and negative points of the event. As a result of this research it was possible to verify that the festival was good for tourism (according to the perception of the entrepreneurs) and brought benefits to the enterprise.

Keywords: gastronomic festival, gastronomy, restaurants

1 INTRODUÇÃO

O alimento é uma necessidade básica para o ser humano, porém não nos alimentamos somente para saciar a fome, também sentimos prazer ao comer. O ato de cozinhar tem como objetivo saciar a fome, sendo a gastronomia, a responsável pelo prazer em comer com o qual aguçamos todos os sentidos: a visão, o paladar, o olfato. A alimentação fora de casa é,

¹ Aluna do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFSP campus Barretos.

² Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de São Carlos. Docente do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo do IFSP campus Barretos.

portanto, uma das formas pela qual esse prazer é evidenciado e como consequência disso, o setor de alimentação e os eventos dedicados à gastronomia vêm crescendo e se consolidando na sociedade.

As múltiplas possibilidades para pensar a alimentação fazem da gastronomia uma questão multidisciplinar, podendo esta se inter-relacionar com diversas áreas do conhecimento humano. Quando pensada sob a ótica do turismo, pode promover deslocamentos humanos em busca do sabor e da experiência gastronômica, sendo hoje um atrativo, um segmento de mercado e parte da arte de bem receber os visitantes.

Nesse sentido, o presente artigo tem por objetivo analisar a contribuição do festival gastronômico “NATAL LUZ” no fluxo de turistas na cidade de Barretos, analisando os pontos positivos e negativos do festival. Uma vez que, o festival gastronômico pode contribuir para o aumento do turismo durante a sua realização, benefícios são proporcionados tanto ao empresário no aspecto financeiro e de divulgação do seu estabelecimento quanto na cidade como um todo, já que outros bens e serviços poderão ser consumidos pelo turista em questão.

2 REFERENCIAL TEORICO

2.1 A arte de cozinhar e a origem da gastronomia

Segundo Franco (2010) a gastronomia começou quando o homem descobriu que poderia cozinhar o alimento e agregar sabores a ele. A partir de então, as civilizações foram criando suas referências gastronômicas e desenvolvendo uma identidade única de sabor.

Segundo Mascarenhas e Gândara (2015) entende-se que a gastronomia constitui uma arte tanto no preparo, que exige conhecimento e técnicas, na escolha dos ingredientes e na transformação destes em comida, quanto também na degustação, que exige um paladar apurado e refinado de quem ingere o alimento. Esta característica é mencionada por Brillat-Savarin (1995) para quem a gastronomia está relacionada a um estilo de vida vinculado ao prazer da mesa que vem a ser a sensação refletida que nasce das várias circunstâncias, dos fatos, do local, das coisas e das pessoas que estão presentes à refeição.

A gastronomia não é só o ato de cozinhar, mas a arte do fazer, tornando cada prato uma arte única, uma que vez, a harmonização deste prato com a bebida certa agradará a quem servir. Além disso, sobre a gastronomia também é relevante salientar que esta

[...] está ligada aos setores de produção, abastecimento e consumo, ou seja, agricultura, pecuária, indústria alimentícia, mercados e feiras. Também tem vínculos com a nutrição, que estuda os alimentos e de que forma devem ser combinados e preparados de modo que o indivíduo tenha uma vida saudável. (MASCARENHAS; GÂNDARA, 2008, p.21)

Para Conceição *et al* (2011) a gastronomia envolve a culinária, as bebidas, os ingredientes e os utensílios usados nos preparos das refeições e todas as características culturais a ela associadas, a gastronomia local é uma prática cultural que envolve decisões a respeito da seleção, produção, preparo e serviço de alimentos e que não se dão à revelia, mas são construídas em um contexto cultural mais amplo, que também orienta as demais decisões de um grupo social.

Muito além da cultura, a gastronomia e o ato de fazer dos alimentos como fonte de sobrevivência, algo que dificilmente será modificada com o tempo. O autor Luís Câmara Cascudo (2004), em seu livro afirma:

Obrigatoriamente, uma sociologia da alimentação decorre como princípio lógico dos próprios fundamentos do fato social. Nenhuma outra atividade será tão permanente na história humana. Qualquer concepção do conjunto social no plano econômico ou metafísico implica necessariamente o desenvolvimento dos processos aquisitivos da alimentação. (CASCUDO, 2004. p.339).

Podemos compreender que a gastronomia não reúne apenas técnica ou metodologia, mas uma forte relação com o aspecto cultural, ela está muito ligada à cultura de uma determinada região. Pode-se dizer que uma maneira de conhecer uma região é provando seus pratos, pois representam, de certa forma, o modo de vida dos seus habitantes. Podemos citar, como exemplo, a diferença ligada aos diferentes temperos, a facilidade em adquirir certos ingredientes e ao modo de fazer entre a gastronomia do Nordeste e do Sul.

Portanto, e principalmente nos últimos anos, a gastronomia vem sendo explorada como uma forma de estímulo ao crescimento do turismo pelos órgãos competentes do setor. Contudo, a gastronomia local vem ganhando força no cenário nacional, e vem a impulsionar ou acrescentar mais um motivo na vinda do turista para a cidade.

Conforme Fagliari (2005), o turista também busca, na refeição realizada fora do ambiente doméstico, uma fonte de prazer e de relacionamento com a localidade visitada, uma forma de interação cultural.

2.2 O turismo e sua relação com a gastronomia

A indústria turística tem grande importância na economia mundial, pois a chegada de turistas em uma determinada localidade impulsiona a economia, aumentando o consumo, gerando novas vagas de emprego e movimentando o comércio. É por esse motivo e ao servir

como incremento ao PIB (Produto Interno Bruto) que inúmeros países têm se dedicado ao fomento do setor como medida de recuperação econômica, mesmo depois de desastres naturais, guerras e conflitos. A Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) afirma que o turismo

[...] estimula um desenvolvimento limpo e sustentável, que tem como princípio preservar para gerar renda. Além de forte alavanca econômica, contribui também para a ampliação do repertório cognitivo do povo brasileiro, diversificando referências históricas, culturais e sociais. Por outro lado, estimula também o desenvolvimento local, ao injetar bilhões na economia (EMBRATUR, 2015).

Neste contexto, de acordo com pesquisa da Organização Mundial do Turismo (UNWTO) divulgada em novembro de 2015, a França foi o país mais visitado do mundo em 2014, com 83,7 milhões de turistas.

Quando pensamos em turismo, o que nos vem à mente, em primeiro lugar, são pessoas que se deslocam para passear, ver amigos ou parentes, tirar férias e divertir-se. Elas podem usar seu tempo de lazer praticando esportes, tomando banho de sol, conversando, cantando, caminhando, passeando, lendo ou simplesmente aproveitando o ambiente (GOELDNER, RITCHIE & McINTOSH, 2002).

A Organização Mundial de Turismo (OMT) define turismo como sendo a “soma de relações e de serviços resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário motivado por razões alheias a negócios ou profissionais”.

No Brasil, a atividade turística contribui com a melhoria na qualidade de vida da população local, uma vez que, ao fazer um planejamento com o auxílio de um especialista da área turística, muitas cidades utilizam-se de seus recursos naturais como rios, lagos, cachoeiras, produtos históricos, cultura, gastronomia para o desenvolvimento de pontos turísticos. Por isso, a participação da comunidade local direta ou indiretamente é fundamental neste projeto.

Goeldner, Ritchie & McIntosh (2002) consideram turista a pessoa que sai de sua cidade e até do país para viajar para outra cidade, estado e país por um determinado tempo inferior a um ano sem ter como intenção desenvolver atividade remunerada.

Assim, a prática turística propicia momentos de diversão e geração de lembranças na memória, inclusive em relação a experiências gastronômicas no local visitado, nos remetendo a sentimentos bons e/ou ruins.

Dada a complexidade da atividade turística e as várias motivações para o deslocamento humano, o turismo subdivide-se em diversos segmentos, entre eles: o turismo de negócios, o turismo religioso, o turismo cultural e o turismo gastronômico, por exemplo.

O turismo gastronômico é uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade. O turismo gastronômico pode ser operacionalizado a partir de atrativos como culinária regional, eventos gastronômicos e oferta de estabelecimentos de alimentos e bebidas diferenciados, bem como roteiros, rotas e circuitos gastronômicos (GÂNDARA *et al.* 2009, p. 181).

A gastronomia conseguiu grande destaque dentro da indústria turística e em muito se deve aos grandes festivais gastronômicos onde grandes prêmios são dados, mas, sem dúvida nenhuma, o maior e mais desejado é a estrela Michelin criada pelo Guia Michelin, um importante guia turístico publicado pela primeira vez em 1900 por André Michelin, um industrial francês fundador da *Compagnie Générale des Établissements Michelin*, mais conhecida como Michelin. Por ser considerada a Bíblia da gastronomia, há um rigoroso método de avaliação para que o estabelecimento entre no guia, uma vez que, seus críticos são pessoas oriundas da hotelaria e da gastronomia que já trabalharam em hotéis ou restaurantes.

Santos (2011) afirma que um prato típico, por exemplo, geralmente representa um tipo de comida ou de bebida tradicionalmente preparadas e consumidas em uma região, onde se observa uma ligação com a história da sociedade ou grupo que a degusta e a integra num panorama cultural que extrapola o prato em si. Cada prato típico acaba reforçando a identidade de um povo, tornando-se uma espécie de insígnia local, fato este que ganha devida importância no contexto turístico.

Segundo Demeterco (1998) as receitas culinárias adquirem uma importância simbólica à parte durante esse processo, especialmente nas sociedades urbano-ocidentais, onde os traços tradicionais tendem a desaparecer, constituindo-se num meio através do qual se mantêm os vínculos a essas tradições e se reconstituem identidades sociais.

As tradições culinárias trazem consigo uma simbologia que significa entregar, passar algo à outra pessoa, ou passar de geração a outra geração.

Entende-se, portanto, que o oferecimento da gastronomia local aos visitantes e turistas, além de saciar a fome das pessoas que estão fora de sua localidade, é um processo que socializa culturas e intensifica a economia do local onde se desenvolvem as atividades turísticas.

A gastronomia de uma localidade, além dos alimentos, é constituída por fatores como posição geográfica, clima, tipo de solo, hábitos alimentares, de cultivo e manufatura de alimentos e bebidas, fluxos migratórios, a evolução tecnológica e posicionamento sociopolítico. Assim, pode-se afirmar que cada alimento tem um significado que lhe permite contar a história de um povo e por este motivo a gastronomia e a culinária servem como fonte de estudo para se compreender as mudanças de uma sociedade.

Gimenes (2006) afirma que nestas cozinhas, muitas vezes, emergem pratos que, por suas características de preparo e degustação, bem como por conta do significado que possuem para o grupo que os degustam, terminam por constituir símbolos locais, os chamados pratos típicos.

A gastronomia transforma-se em atrativos na medida em que incorporam aspectos culturais ou representam sua localidade e sua história. Esse processo, muitas vezes, usado pela atividade turística, em nome do desenvolvimento e do crescimento econômico, acaba valorizando uma cozinha regional que se mostra socialmente no imaginário para ganhar forma e ser consumida como grandes eventos gastronômicos típicos e tradicionais, principalmente pelos turistas.

Beni (2006) afirma que o setor de alimentação é apresentado por como serviço característico da atividade turística e que, portanto, alimentação e turismo estariam ligados e seriam dependentes um do outro.

A “indústria da gastronomia” que, de acordo com Teles (2004), engloba os restaurantes e outros serviços de alimentação, somou cerca de R\$29 bilhões no Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil em 2002, isso significa que mais de 2% do PIB brasileiro são relativos a esse setor. Assim, a gastronomia consolida como uma parte muito importante para o turismo e possibilita inúmeras oportunidades para todos os profissionais da área que souberem explorar esse mercado.

2.3 Gastronomia e eventos gastronômicos

Os eventos gastronômicos vêm cada vez mais sendo utilizados como forma de atrair turistas em épocas de menor ocupação. São festivais, feiras, circuitos gastronômicos, mostras, que assumem características de festas tradicionais com grande variedade de preparações, ou eventos relacionados a ingredientes ou produtos específicos, entre eles pode-se citar: o Festival Gastronômico de Tiradentes, o Festival da Cachaça, a Festa do Milho, Festival Comida de Buteco.

Estes e outros tantos eventos têm como objetivo demonstrar que a gastronomia é um importante atrativo turístico com suas variedades e particularidades locais. Neles, os participantes oferecem um prato específico para o evento que deve representar as especialidades do estabelecimento e que levem em conta as características e tradições de cada região.

Martins et al (2012) aponta que eventos gastronômicos

[...] são importantes para o turismo – pela atração de uma demanda específica – e para a gastronomia que pode ganhar novos talentos ou então preservar suas tradições culinárias e históricas. Outro ponto favorável é que tais eventos contribuem para ampliar e socializar o conceito da gastronomia, ainda vista por muitos como algo destinado apenas às classes mais altas da sociedade. É também um meio de entrar em contato com as novas tendências, conhecer de perto como os chefs concebem suas criações, como utilizam os conceitos da gastronomia regional e os ingredientes da terra em pratos mais sofisticados, por exemplo.

Dessa forma, os festivais gastronômicos são sempre uma excelente oportunidade de se conhecer novas cozinhas. O desenvolvimento de festivais gastronômicos funciona como uma eficiente ferramenta de marketing, mostrando para os clientes que a oferta daquele estabelecimento não é estática e procura se renovar, oferecendo novidades a seus clientes.

Quando promovidos pela iniciativa pública, os festivais gastronômicos são excelentes pois possibilitam a divulgação do destino turístico, aumentando a procura pelos meios de hospedagem e gerando oferta de emprego.

2.4 O município de Barretos (SP), a atividade turística e a gastronomia

A cidade de Barretos está localizada no interior do Estado de São Paulo na mesorregião de Ribeirão Preto, a distância aproximada entre o município e a capital é de 432km. A população da cidade é de 112.101 habitantes e tem uma área de 1.566,161 km² (IBGE, 2010).

Mapa1. Localização de Barretos no Estado de São Paulo.



Fonte: G1

Recentemente reconhecida como município de interesse turístico pelo Governo do Estado de São Paulo³, entende-se que o turismo em Barretos tem grande importância na

³ Com a conquista do selo turístico à cidade receberá anualmente, através do departamento de apoio ao desenvolvimento das estâncias (DADE), da Secretaria Estadual de Turismo, o valor de R\$ 650 mil para fomentação do turismo local, permitindo uma abrangência na geração de emprego e renda extra ao município.

economia da cidade. O município é conhecido como "Capital Country" em consequência da realização anual de uma das maiores festas de rodeio do Brasil, o que faz a cidade e até mesmo a região, observarem um aumento de turistas e visitantes, estimulando diferentes atividades econômicas regionais e interagindo sobre toda a sociedade.

Segundo Hamze (2012) a Festa do Peão de Boiadeiro de Barretos é a maior entre as mais de 200 (duzentas) festas do peão que acontecem todos os anos nos municípios do interior paulista, sendo decisiva para diversificação econômica da região de Barretos.

Durante a festa do peão de boiadeiro, milhares de visitantes de todo o país e do exterior são atraídos pela arena projetada por Oscar Niemeyer, com capacidade para 35 mil pessoas. A cidade possui estrutura para receber o turista com hotéis e pousadas, além do comércio diversificado. Cabe citar também a Avenida 43 que se tornou um ponto de concentração durante a festa do peão e onde, nos finais de semana, as ruas ficam lotadas de turistas e moradores.

Segundo Silva e Lanzarini (2016) durante os dois finais de semana do evento, a Avenida 43 torna-se palco alternativo à Festa do Peão de Boiadeiro, por oferecer divertimento gratuito, atraindo visitantes e moradores que, muitas vezes, frequentam o espaço público em detrimento das áreas pagas do evento central. Cabe destacar que tal movimentação estabeleceu-se espontaneamente, talvez pela proximidade dos meios de hospedagem, bares e restaurantes.

Outro fator que destaca a relevância da cidade são as instalações do Hospital de Câncer, também mundialmente conhecido como referência no tratamento da doença. Além disso, a extensa atividade agrícola e frigorífica da cidade movimenta o setor de turismo de negócios.

No que se refere a gastronomia, a cidade conta com diversos restaurantes que representam as mais diversas culturas, sendo possível encontrar cardápios da cultura japonesa, mexicana, italiana e outras. Entretanto, o que se destaca como culinária típica é a queima do alho, quando os peões de boiadeiros, montados em seus cavalos com sua comitiva para Barretos, perguntavam quem iria queimar o alho, e aquele que se dispunha durante a cavalgada já começava a descascar o alho para colocar na conserva de gordura animal. Assim, quando chegasse próximo à refeição, almoço ou jantar, já estaria tudo preparado. Essa tradição culinária típica, ainda é feita em um fogão improvisado no chão e é composta de arroz carreteiro, feijão tropeiro, churrasco e paçoca de carne.

Imagem 1. Queima do Alho



Fonte: <http://www.independentes.com.br/noticias-foto/2016/FT1471264422.jpg>

A queima do alho tornou-se uma grande tradição entre os peões, e a culinária típica de Barretos tornou-se tão atrativa, que, em eventos como a Festa do Peão de Boiadeiros, a Queima do Alho é facilmente encontrada. Atualmente, um concurso é feito para que seja possível eleger a melhor comitiva, pela apresentação de seus pratos.

Com a grandiosidade desta tradicional festa do peão e diante dessa configuração histórica do surgimento de Barretos, a cidade transforma-se um potencial centro de ações culturais, relacionadas ao lazer em diferentes âmbitos.

2.5 Festival gastronômico em Barretos (SP)

O festival gastronômico em Barretos acontece desde 2013. Em suas primeiras duas edições foi denominado como um festival gastronômico, realizado no mês de setembro. A iniciativa surgiu em um curso sobre tendências da alimentação fora do lar promovido pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e após visitas técnicas em restaurantes de São Paulo.

Em suas primeiras edições, foram estabelecimentos participantes entre bares e lanchonetes da cidade, todos vinculados ao Projeto do Roteiro Turístico de Barretos (PROJETUR) e também eram filiados à Associação Barretense de Turismo (ABATUR), presidida a princípio por Renata Roncaratti.

Em entrevista concedida ao Jornal Diário Online, Renata Roncaratti aponta que o festival começou de forma simples, mas tem ganhado grandes proporções alegando que “Cada um de nós [empresários] tenhamos a liberdade de escolher o prato que vai oferecer ao valor de R\$ 19,90. A ideia foi juntar os empresários e abrir nossos estabelecimentos para que as pessoas conheçam”.

Segundo o atual presidente da ABATUR, Sérgio Rondini, a proposta é fomentar a economia local, especialmente das empresas associadas ao setor turístico e transformar o

festival gastronômico em um evento semestral permanente, com o objetivo de estimular passeios na cidade e, num segundo momento, atrair turistas da região.

A partir de 2016, o evento passou a se chamar “NATAL LUZ” e foi realizado no mês de dezembro, com a expectativa de ser realizado duas vezes no ano. O objetivo da mudança foi utilizar a decoração natalina da cidade e envolver os empresários de gastronomia, atraindo assim um maior número de possíveis visitantes e turistas a cidade. Nesta ocasião, os estabelecimentos participantes do festival eram identificados por uma estrela luminosa instalada na fachada o empreendimento.

Imagem 2. Estrela símbolo do festival gastronômico “Natal Luz”.



Fonte: Acervo pessoal.

Na tabela a seguir (tabela 1), apresenta-se a listagem dos estabelecimentos que participaram do festival gastronômico “NATAL LUZ” do ano de 2016 e 2017. Em 2016, foram 21 empresas entre restaurantes, lanchonetes, bares, cervejaria, choperia, sorveteria, pizzaria e loja de conveniência oferecendo opções gastronômicas a R\$ 19,90. O período de duração do roteiro foi de 1º de dezembro de 2016 a 06 de janeiro de 2017. Já o evento de 2017, possui 31 estabelecimentos participantes e acontece de 27 de novembro de 2017 até 06 de janeiro de 2018.

Tabela 1. Estabelecimentos participantes do Festival gastronômico “Natal Luz”, nas edições de 2016 e 2017

2016	2017
ÁGUA DOCE–SABORES DO BRASIL	ÁGUA DOCE–SABORES DO BRASIL
AUTO POSTO BERRANTÃO	AUTO POSTO BERRANTÃO
14 BIS RESTAURANTE **	----
BOCADA’S BAR E RESTAURANTE	BOCADA’S BAR E RESTAURANTE
GUILDA GIV CERVEJARIA **	----
BAR’RETOS RESTAURANTE – BARRETOS COUNTRY HOTEL	BAR’RETOS RESTAURANTE – BARRETOS COUNTRY HOTEL
SABORES DE LOS ANDES RESTAURANTE	SABORES DE LOS ANDES RESTAURANTE
PINTADÃO PEIXES	PINTADÃO PEIXES
SORVETERIA KINATA	SORVETERIA KINATA
PINDUKAS PASTELARIA E SALGADERIA	PINDUKAS PASTELARIA E SALGADERIA
MERCATO RL	MERCATO RL
COYOTE’S BAR E RESTAURANTE	COYOTE’S BAR E RESTAURANTE
MERCEARIA DA CIDADE **	----
CHOPERIA VIA CHAPARRAL	CHOPERIA VIA CHAPARRAL
CAROL LANCHES	CAROL LANCHES
SAMAÚMA AMERICAN BAR	SAMAÚMA AMERICAN BAR
QUINTAL BAR	QUINTAL BAR
BELLA ROSA PIZZARIA	BELLA ROSA PIZZARIA
BAR DO CABEÇA	BAR DO CABEÇA
QUIOSQUE DO MINEIRO **	----
RANCHO DA SERRA	RANCHO DA SERRA
	ART PIZZA
	BAR DO GAUCHO II
	BAR E LANCHONETE DO RAIMUNDINHO
	BOTECO CARIOCA
	COSTELA BARBECUE
	CUCA FRESCA BAR
	INAZAKI JAPONESE FOOD TRUCK
	RESTAURANTE CRAVO E PANELA
	SUPREME BURGER & BEER
	CACHORRO LOKO BURGER
	REI DO AÇAÍ FOOD TRUCK
	BAMARC APERITIVOS
	CURRASCARIA E LANCHONETE COSTELA GRILL
	PERAMBULANDO FOOD TRUCK
** Empresas que não participaram em 2017	

Fonte: ABATUR

3 MATERIAL(IS) E MÉTODOS

Para desenvolver a pesquisa exploratória que se propôs com a finalidade de avaliar a contribuição do festival para o turismo na cidade no ano de 2016 foram utilizadas algumas técnicas e procedimento metodológicos.

Segundo Prodanov e Freitas (2013) essa modalidade de pesquisa visa “proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o explícito ou construindo hipóteses sobre ele”.

A pesquisa exploratória permite uma maior familiaridade entre o pesquisador e o tema pesquisado, visto que este ainda é pouco conhecido, pouco explorado. Caso o problema proposto não apresente aspectos que permitam a visualização dos procedimentos a serem adotados, será necessário que o pesquisador inicie um processo de sondagem, com vistas a aprimorar ideias, descobrir intuições e, posteriormente, construir hipóteses.

Foram feitos procedimentos de pesquisas bibliográficas e documentais sobre o tema turismo gastronômico e o festival gastronômico “Natal Luz em Barretos”, respectivamente.

No que diz respeito a abordagem, a pesquisa caracteriza-se como qualitativa, uma vez que, está relacionada ao levantamento de dados sobre as motivações que levaram os empresários a participar do festival gastronômico de Barretos e compreender e interpretar a opinião deles sobre o circuito.

Em relação a abordagem qualitativa, Prodanov e Freitas (2013) esclarecem que “ambiente natural é fonte direta para coleta de dados, interpretação de fenômenos e atribuição de significados”, ou ainda, “é um método de interpretação dinâmica e totalizante da realidade, pois considera que os fatos não podem ser relevados fora de um contexto social, político, econômico etc.”.

As técnicas utilizadas para coleta de dados foram entrevistas (ver apêndice B) com base em um roteiro de questões preestabelecidas (semiestruturada), o que permitiu ao pesquisador maior liberdade para conseguir as reflexões necessárias.

Inicialmente, a intenção era realizar a entrevista com os 21 estabelecimentos (ver apêndice A ou Tabela 1) participantes do festival “Natal Luz” com a finalidade de averiguar o impacto do evento para o turismo. Contudo, apenas 13 estabelecimentos aceitaram participar da pesquisa. Tal fato ocorreu como consequência da indisponibilidade dos proprietários responderem a pesquisa no momento em que os estabelecimentos se encontravam em funcionamento. As perguntas feitas não continham alternativas pré-determinadas como resposta, os resultados exibidos nos gráficos foram elencados por ordem de repetição. As

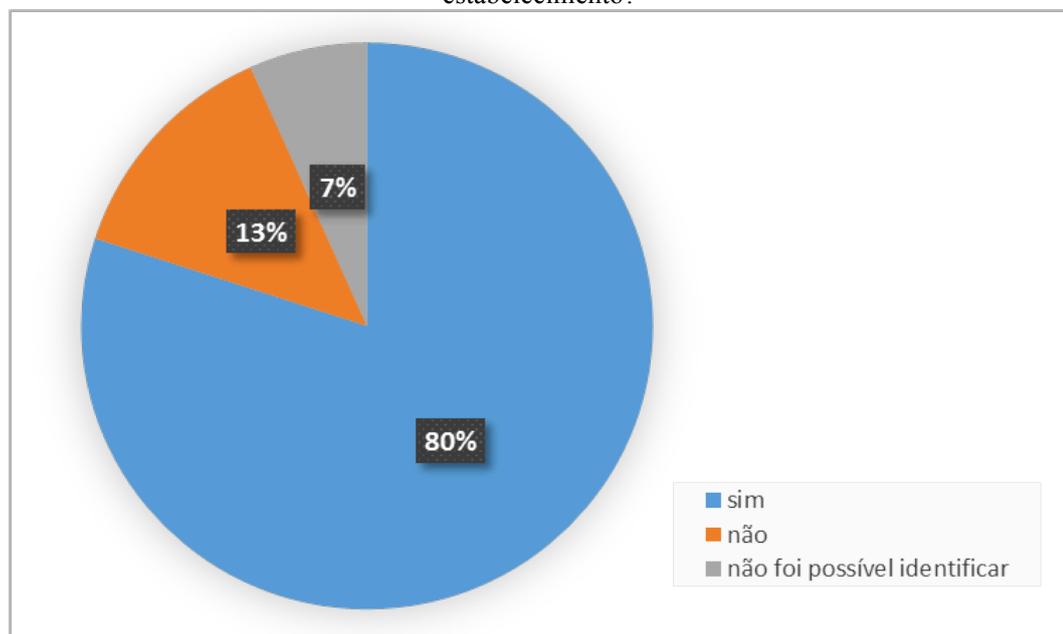
empresas participantes da entrevista não tiveram seus nomes revelados, uma vez que, isso poderia interferir no resultado da pesquisa.

Ao percorrer os estabelecimentos foi possível também verificar se há uma concentração dos mesmos em determinadas áreas de cidade. Tal observação foi necessária para que seja possível sugerir melhorias com a intenção de envolver de forma mais apropriada empresários distribuídos em diversos pontos do município.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

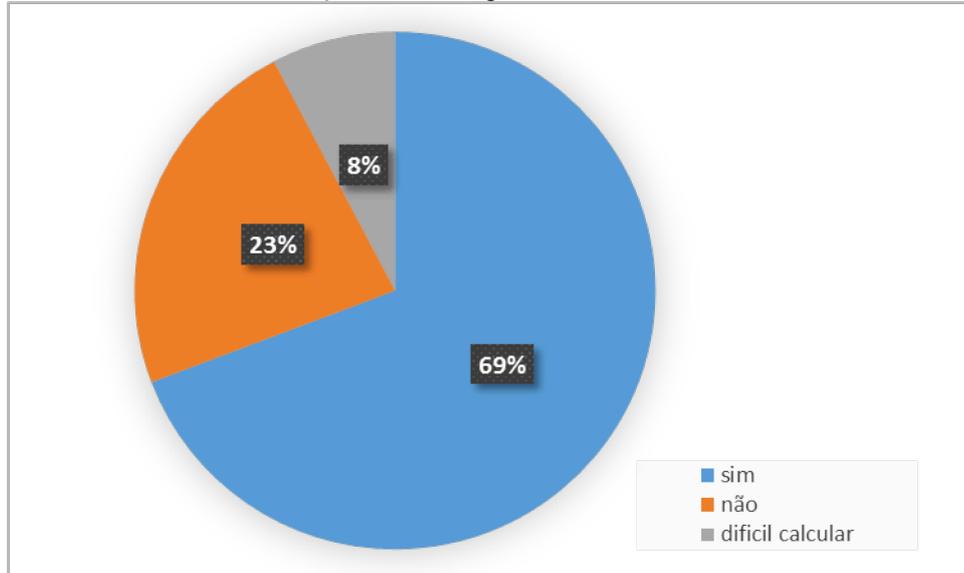
Com o levantamento de dados através de entrevistas, questionou-se sobre o aumento do turismo em Barretos, os pontos positivos e negativos do festival e a participação futura dos estabelecimentos em outros festivais gastronômico a serem realizados em Barretos. As informações coletadas encontram-se dispostas a seguir em forma de gráfica que seja possível analisar as interações e sugerir melhorias.

Gráfico 1. Como um empreendedor, o senhor (a) acredita que o festival gastronômico contribuiu para o seu estabelecimento?



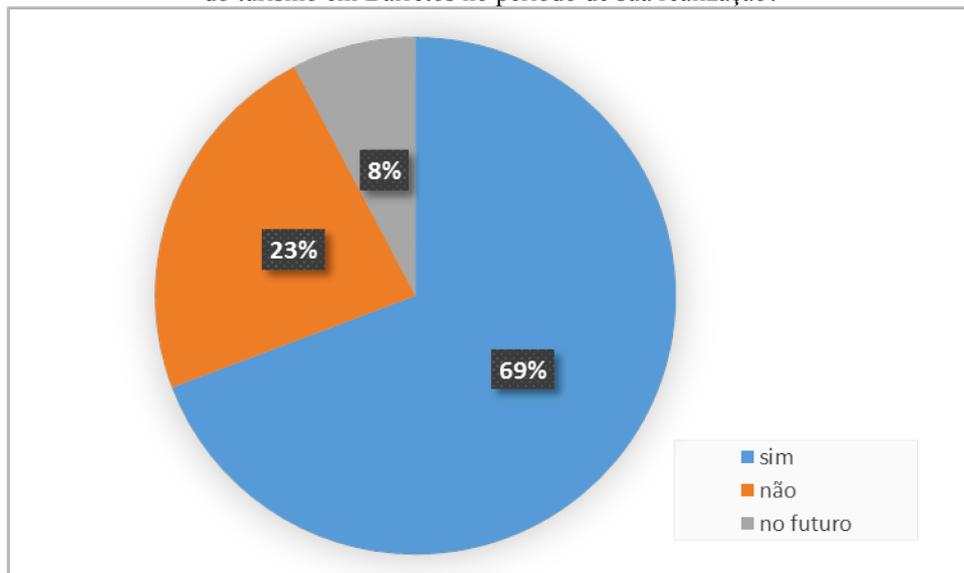
É possível analisar que, em sua maioria (80%), os estabelecimentos envolvidos acreditam que o festival gastronômico tenha contribuído de forma positiva para o empreendimento. O participante que registrou resposta negativa, apontou problemas relativos a falta de apoio da organização do evento, registrando também que não percebeu nenhum benefício vinculado ao aumento do fluxo turístico durante a duração do festival.

Gráfico 2. Você identificou se a realização do festival gastronômico trouxe turistas até o seu estabelecimento?



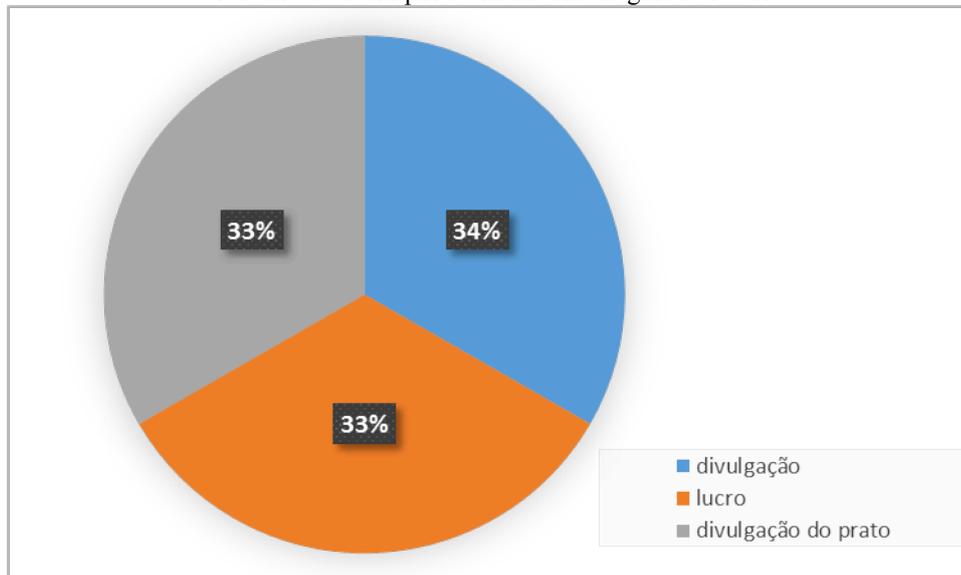
De acordo com o gráfico acima, a maior parte dos estabelecimentos (69%) afirmou, com base na percepção dos empresários, que o número de turistas aumentou durante o evento, porém não conseguiram dimensionar o aumento em quantidade numérica, pois não há nenhum controle estatístico. Outros (8%) afirmaram que é difícil calcular, justamente por não terem um controle específico para determinar a origem do cliente.

Gráfico 3. De maneira geral, você acredita que a realização do festival gastronômico colaborou para o aumento do turismo em Barretos no período de sua realização?



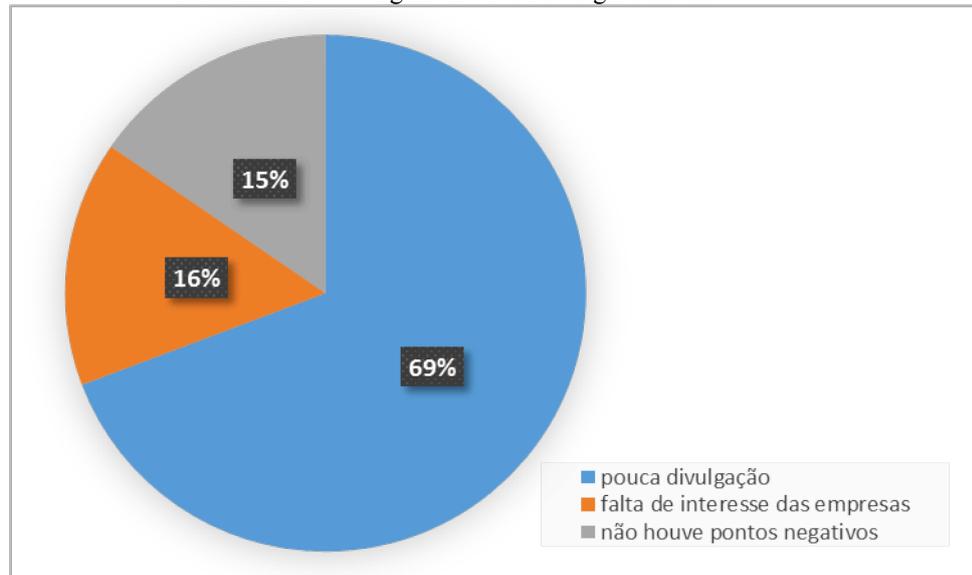
Observando o gráfico acima, evidencia-se que, de maneira geral, o festival gastronômico colaborou de maneira positiva para aumento de turistas na cidade de Barretos. A resposta negativa foi dada em virtude do proprietário não saber dimensionar o ganho em termos turísticos provocado pelo evento, apontando também a baixa divulgação sobre o evento como um dos motivos para tal opinião. Os estabelecimentos que responderam “No futuro sim”, alegaram que com o passar o tempo e na medida em que as pessoas criarem a cultura de participar do evento, o turismo possa ser mais expressivo.

Gráfico 4. Pontos positivos do festival gastronômico



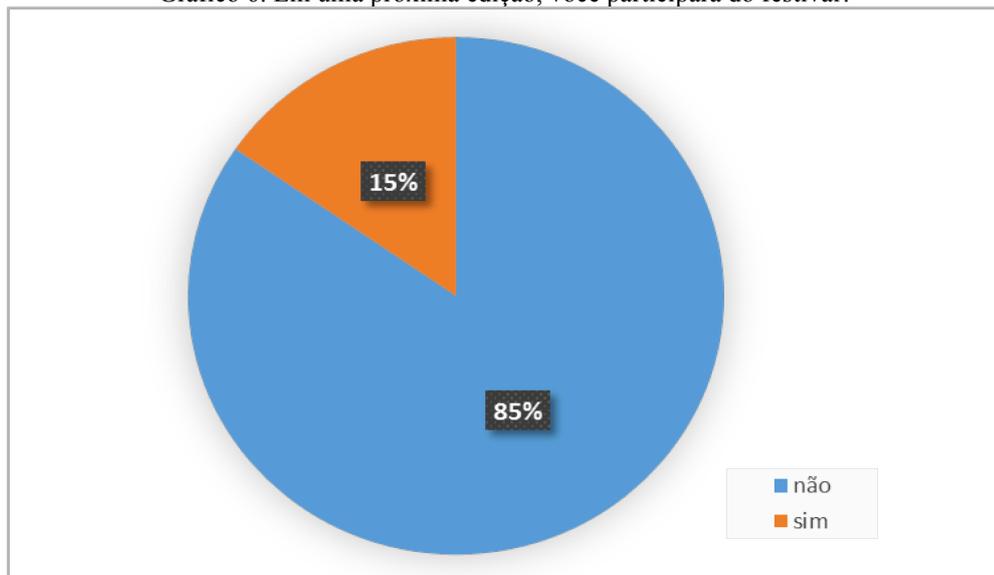
Em relação aos pontos positivos destacados pelos proprietários dos estabelecimentos, os três mais citados foram divulgação do estabelecimento, lucro e divulgação do prato. O resultado apontado no gráfico demonstra certo equilíbrio entre as respostas pois os mesmos entrevistados acabavam relatando e repetindo os mesmos itens.

Gráfico 5. Pontos negativos do festival gastronômico



Quanto aos pontos negativos, os proprietários pontuaram três itens: “pouca divulgação” (do evento), “falta de interesse das empresas” e “não houve pontos negativos”. Em relação ao item “falta de interesse das empresas”, entende-se que os próprios estabelecimento participantes do festival não se esforçaram no sentido de participar ativamente no planejamento, organização e execução do evento, ou seja, participar das reuniões e ações de divulgação (panfletagem).

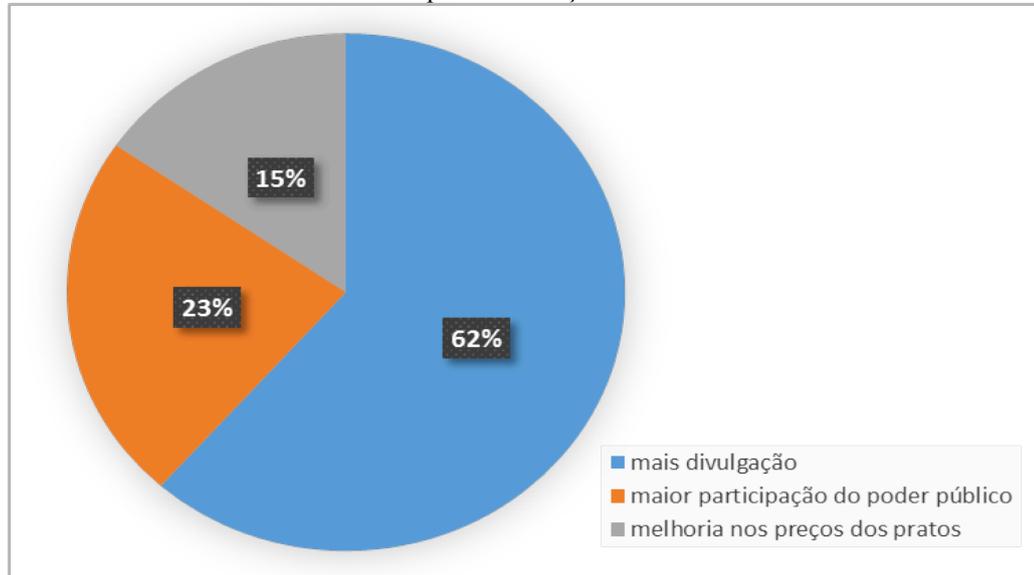
Gráfico 6. Em uma próxima edição, você participará do festival?



Ao serem questionados sobre a participação em edições futuras, a maioria dos estabelecimentos (85%) mostrou-se interessada. Os que não pretendem participar mais,

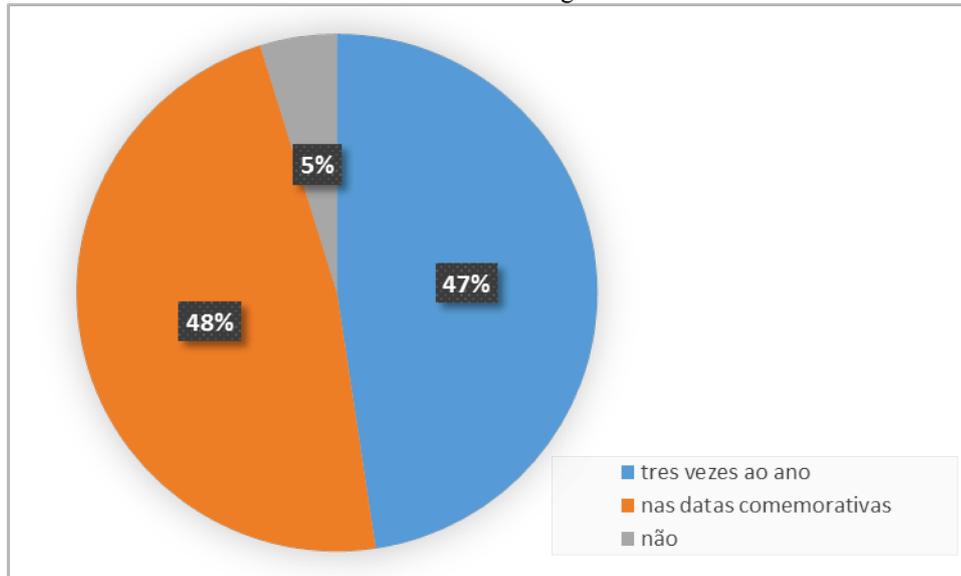
alegaram motivos alheios ao evento (reforma no estabelecimento), ou ainda, por não terem ficado satisfeitos com o resultado do evento anterior.

Gráfico 7. Em vista das edições das quais você já participou, você faria alguma sugestão de melhoria para as próximas edições?



De acordo com o gráfico acima, a sugestão mais relevante para as próximas edições do festival seria uma “maior divulgação” do evento, até mesmo dentro da cidade Barretos. Em seguida, outro elemento apontado foi a “maior participação do poder público” representada pela prefeitura e suas secretárias, que não se envolveram intensamente com a realização do evento. Por último, sugere-se a “melhoria no preço do prato”, oferecendo um prato de qualidade por um preço acessível porém maior que R\$19.90, o que possibilitaria uma maior leque de opções para o desenvolvimento do cardápio.

Gráfico 8. Como empreendedor do ramo de gastronomia, o senhor(a) acha que outros eventos do mesmo tipo deveriam ocorrer ao longo do ano?



Ao observar o gráfico acima, foi constatado que os empresários desejam a realização de mais edições do festival gastronômico durante o ano. Nesse sentido, há um “empate” entre as respostas dadas: “três vezes ao ano” e “datas comemorativas” como dia dos namorados, dia das mães e Natal, período nos quais há uma maior movimentação no comércio de maneira geral.

De maneira geral, conclui-se que o evento foi de boa aceitação pelos empresários, conforme mostram os gráficos da pesquisa. Em relação a distribuição dos estabelecimentos participantes na cidade, pode-se concluir que a abrangência foi equilibrada e atendeu a diversas regiões de Barretos, incluindo desde o centro até os bairros mais distantes.

Uma demanda apontada por praticamente todos os empresários entrevistados foi a necessidade de um maior envolvimento do poder público, conforme já apontado no gráfico 5. A intensificação do apoio fortalecia e daria maior visibilidade ao festival, já que recentemente há um esforço político no sentido de tornar a cidade uma estância turística.

Quando comparada a edição realizada no momento (novembro/dezembro de 2017) houve um aumento no número de estabelecimentos participantes, que agora conta com 31 empresas do setor de alimentos e bebidas do município. Tal crescimento evidencia a importância do evento e a consolidação de que este está se tornando uma referência para o desenvolvimento do turismo gastronômico em Barretos. Outra alteração importante foi o aumento do valor, atualmente os pratos ofertados no festival custam R\$ 22,50 (anteriormente custavam R\$19,90).

Considerações finais

A atividade turística é uma prática socioeconômica que tem na gastronomia um valioso instrumento para o desenvolvimento não apenas sob o olhar financeiro, como também na oportunidade de valorizar e preservar a cultura alimentar dos locais. Nesse sentido, faz-se necessário, investir cada vez mais em infraestruturas, empreendimentos e eventos ligados ao setor, para que seja possível registrar e perpetuar a identidade cultural dos destinos.

O objetivo deste artigo foi, portanto, analisar a contribuição do festival gastronômico “NATAL LUZ”, no fluxo de turistas na cidade de Barretos, levantando os pontos positivos e negativos do festival e os possíveis benefícios gerados para os empreendimentos participantes.

Foi possível constatar através das entrevistas que houve grande aceitação dos empresários em relação ao festival gastronômico, confirmando a sua participação em eventos futuros, além disso, também sugeriram novas datas no ano para que o evento fosse feito, como por exemplo, no dia das mães e no dia dos namorados.

A maior parte dos estabelecimentos (69%) afirmou, com base na percepção dos empresários, que o número de turistas aumentou durante o evento, porém não conseguiram dimensionar o aumento em quantidade numérica, pois não há nenhum controle estatístico. Outros (8%) afirmaram que é difícil calcular, justamente por não terem um controle específico para determinar a origem do cliente. Nesse sentido, seria importante fornecer algum mecanismo para que fosse possível coletar essas informações, no sentido de levantar dados para planejar ações de marketing que visem ampliar a abrangência do festival.

Outro quesito que pode ser deixado como uma sugestão para os próximos festivais é a inclusão do prato típico da cidade, a tradicional “queima do alho”, pois pensando na abordagem turística do festival, seria uma importante forma de divulgação da gastronômica típica de Barretos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

BRILLAT-SAVARIN, A. **A fisiologia do gosto**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da Alimentação no Brasil**. 3ª. Ed. São Paulo: Global, 2004.

CONCEIÇÃO, M.E.O *et al.* **Eventos gastronômicos como agentes de fomento do turismo em Recife-PE**. V Encontro de ensino, pesquisa e extensão da Faculdade Senac, 2011.

Disponível em: <http://www.faculdadesenacpe.edu.br/encontro-de-ensino-pesquisa/2011/V/anais/poster/009_2011_poster.pdf> Acesso em 20 de maio de 2017.

COSTA, E.R.C; SANTOS, M.S.F. **Estratégia gastronômica na terra luza: desvendando a culinária cearense pelo turismo**. Revista Turismo y Desarrollo, 2015. Disponível em <<http://www.eumed.net/rev/turedes/18/gastronomia.html>>. Acesso em: 20 de maio de 2017.

DEMETERCO, Solange. Doces lembranças: cadernos de receitas e comensalidade, Curitiba: 1900-50. Curitiba. Dissertação (Mestrado em História) Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná. 190 f. 1998.

FAGLIARI, G.S. **Turismo e Alimentação: análises introdutórias**. São Paulo: Rocca, 2005

FRANCO, A. **De caçador a Gourmet**. 5ª Edição. Brasília: Thesaurus, 2010.

HAMZE, A. **A Festa do peão de boiadeiro em Barretos**. Canal do Educador, S/D. Disponível em: <<http://educador.brasilecola.uol.com.br/trabalho-docente/peao-boiadeiros.htm>>. Acesso em 21 de maio de 2017.

MARTINS, S. F.; MATIAS, E. M.; PAES, T. A. **Festivais Gastronômicos: Um Estudo da Versão 2011 do Brasil Sabor em João Pessoa-PB**. Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Universidade de Caixas do Sul. 2012. Disponível em: https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/festivais_gastronomicos.pdf. Acesso em 20 de maio de 2017.

MASCARENHAS, R.G.T.; GÂNDARA, J.M.G. **O papel da gastronomia na qualidade e na competitividade dos destinos turísticos**. CULTUR, ano 09 - nº 01 – Fev/2015. Disponível em <<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano9-edicao1/3.pdf>>. Acesso em: 20 de maio de 2017.

MOZZAMBANI, L. **Queima do alho**. 2ª Edição. 2012. Monte Alto: Mozzambini Editorial.

PODANOV, C. C; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2ª Edição. Associação Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo - ASPEUR Universidade Feevale, 2013. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/Ebook%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>>. Acesso em: 10 de junho de 2017.

POSSAMAI, A.M.P; PECCINI, R. **Turismo, História E Gastronomia. Uma Viagem Pelos Sabores**. 1ª edição. Educs, 2011.

SANTOS, C.R.A. (2011). Revista História: Questões & Debates. Curitiba: n. 54.

SILVA, M.C.R; LANZARINI, R. **Hospitalidade e Lazer na Avenida 43 em Barretos**. Rosa dos Ventos, V. 9, n. 1, 2017. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/4466>>. Acesso em 21 de maio de 2017.

APÊNDICE A – Localização dos restaurantes (e os pratos ofertados) participantes do Festival Gastronômico de Barretos em 2016

- **ÁGUA DOCE – SABORES DO BRASIL:** Rua 14, 0245 (37 x 35)
 Produto: SUINO AO MOLHO ESPECIAL
 Suculento filé mignon suíno cortado em cubos, coberto por um saboroso molho especial.
- **AUTO POSTO BERRANTÃO – CONVÊNIENTIA:** Av. Prof. Roberto Frade Monte, 2049
 Produto: BERRANTÃO FIT NATAL LUZ
 Omelete de peito de peru e muçarela, tapioca de banana com nutella e um copo de suco de laranja natural.
- **14 BIS RESTAURANTE - Rua 30, 1339 (17x19)**
 Produto: COXINHA DO AVESSO by 14BIS:
 Coxinha do avesso servida com molho rosé.
- **BOCADA’S BAR E RESTAURANTE - Av. 41, 531 (rua 36)**
 Produto: BOLINHO DE TILÁPIA AO MOLHO BOCADA’S
 Bolinho de tilápia servido com molho de alcaparras.
- **GUILDA GIV CERVEJARIA - Avenida dos Maçons, 1405 - Região dos Lagos**
 Produto: CHOPP ALVORADA
 02 copos de 350ml; Estilo: Weiss Bier; IBU: 10,5 (amargor); ABV: 4,7%; Cerveja leve e balanceada feita com Malte de Cevada e Malte de Trigo.
- **BAR’RETOS RESTAURANTE – BARRETOS COUNTRY HOTEL:** Via Pedro Vicentini, 111
 Produto: CONTRA FILÉ À BORBOLETA COUNTRY
 Contrafilé cortado em borboleta, na chapa, servido com vinagrete, farofa picante, arroz e salada verde.
- **SABORES DE LOS ANDES RESTAURANTE - Rua 22 esquina Av. 33 – Centro**
 Produto: TACOS LOS ANDES
 04 tortilhas mexicanas recheadas com alface, chilli picante, carne e lascas de bacon. Acompanha molhos: guacamole, sour cream e cream cheese.
- **PINTADÃO PEIXES – BAR E RESTAURANTE:** Av. 1, 1795. Esq., da Av. Frade Monte
 Produto: FILÉ DE TILÁPIA À PINTADÃO
 Filé de tilápia à parmegiana, arroz, batata frita e salada.
- **SORVETERIA KINATA - Avenida 29, 898 – Centro**
 Produto: TAÇA INNAMORATA
 09 bolas de sorvete cobertas com chantili, cerejas, farofa de castanha de caju, castanhas picadas, regada com calda quente de chocolate, morango e caramelo e finalizada com nozes, bombom e canudinhos de biju.
- **PINDUKAS PASTELARIA E SALGADERIA - Calçadão Avenida 21, 582**
 Produto: PASTÉIS PINDUKAS
 04 pastéis nos sabores: carne seca, palmito, carne ou frango com catupiry e quatro queijos.
- **MERCATO RL – COMIDA SAUDÁVEL:** Rua 34, 757 – Baroni
 Produto: RISOTO MERCATO RL
 Risoto de frutos do mar
- **COYOTE’S BAR E RESTAURANTE - Av. 29, 710**
 Produto: ENROLADINHO COYOTE
 Salsicha enrolada no bacon com açúcar mascavo, servido com geleia de abacaxi e pimenta.

- MERCEARIA DA CIDADE - Av. 43, 294
 Produto: PARMEGIANA DA MAMA
 Contrafilé à parmegiana com tiras de parmesão servido com arroz e fritas.
- CHOPERIA VIA CHAPARRAL - Rua 20, 01122 - Av. dos Coqueiros
 Produto: FILÉ À CHAPARRAL
 Filé mignon à parmegiana com arroz, batata frita, salada de alface e tomate
- CAROL LANCHES - Av. 1, 1230
 Produto: BEIRUTE DE FRANGO
 Pão sírio, filé de frango, muçarela, fritas e salada.
- SAMAÚMA AMERICAN BAR - Rua 22, 0267
 Produto: BIFE DE ANCHO by SAMAÚMA
 Bife de ancho servido com arroz carreteiro, legumes na manteiga e pimenta dedo de moça
- QUINTAL BAR - Av 13, 657
 Produto: ISCA DE FRANGO
 Iscas de frango acompanhadas com molho tártaro
- BELLA ROSA PIZZARIA - Rua 20, 303 (esq. Av. 29)
 Produto: CALZONE BELLA ROSA
 Calzone recheado de muçarela, palmito, presunto, tomate e azeitonas verdes picadas e catupiry.
- BAR DO CABEÇA - Av. Santos Dumont, 540 – Aeroporto, (esquina Av. Frade Monte)
 Produto: CARPACCIO DE ABOBRINHA
 Carpaccio de abobrinha servido com parmesão e pão francês.
- QUIOSQUE DO MINEIRO - Av. Centenário da Abolição, 220, Região dos Lagos
 Produto: PAMONHA CASEIRA
 5 Pamonhas caseiras de milho verde, doces e quentinhas.
- RANCHO DA SERRA - Orquidário e Lanchonete, Rod. Assis Chateaubriand km 113
 Produto: SALGADOS DE MANDIOCA
 15 salgados de massa de mandioca recheados com carne moída e frango. Receita da Vó Zeza. Servidos com uma jarra de suco.

APÊNDICE B – Roteiro de entrevista utilizado com os empresários**1) Verificar se estabelecimento pode ser identificado.**

2) Como um empreendedor, o senhor(a) acredita que o festival gastronômico contribuiu para o seu estabelecimento?

() Sim () Não

Se sim, em que aspecto? Ex. divulgação, lucratividade, outros...

Se não, porque?

3) Você identificou se a realização do festival gastronômico trouxe turistas até o seu estabelecimento? Se sim, a quantidade foi expressiva? De onde vinham essas pessoas?

4) De maneira geral, você acredita que a realização do festival gastronômico colaborou para o aumento do turismo em Barretos no período de sua realização.

5) Na sua opinião, quais seriam 3 pontos positivos e 3 pontos negativos do evento, se houverem.

6) Em uma próxima edição, você participara do circuito? Caso não, quais os motivos que lhe levaram a esta decisão?

7) Em vista das edições das quais você já participou, você faria alguma sugestão de melhoria para as próximas edições? Se sim, quais?

8) Como empreendedor do ramo de gastronomia, o senhor(a) acha que outros eventos do mesmo tipo deveriam ocorrer ao longo do ano? Se sim, por qual motivo?