

PROJETO TURISMO, HOTELARIA E GASTRONOMIA: ROMPENDO FRONTEIRAS

RESUMO

O projeto resulta de uma parceria do GCET – Grupo de Cultura e Estudos em Turismo da UFPB – Universidade Federal da Paraíba, com a AREGALA (Associação de Restauradores Gastronômicos da Américas e do Mundo no Brasil) e Cozinheiros sem Fronteiras com a intenção de fomentar as discussões entre os discentes, docentes, pesquisadores, gestores e a sociedade de forma geral sobre as relações entre o turismo, a hotelaria e a gastronomia. O objetivo principal do projeto é criar e disponibilizar uma programação de atividades relacionadas ao turismo, gastronomia e hotelaria com o intuito de estimular a extensão, através de lives, cursos e publicação de uma coletânea de livros que darão suporte aos profissionais e docentes que se dedicam às temáticas. O trabalho será iniciado por uma pesquisa bibliográfica e documental, seguido por uma etapa de discussão sobre as temáticas. Somente após a conclusão dessas etapas serão realizadas as atividades propostas. Espera-se como resultados a divulgação da gastronomia associada ao turismo e à hotelaria, proporcionado à sociedade a oferta de cursos, Lives e a publicação de uma coletânea de livros no sistema open access.

JUSTIFICATIVA:

O turismo, a hotelaria e a gastronomia são áreas interligadas que precisam ser analisadas e compreendidas em suas particularidades, mas ao mesmo tempo, em sua abrangência como um campo de estudo interacionado. É neste contexto que o projeto “Turismo, Hotelaria e Gastronomia: rompendo fronteiras” busca desenvolver práticas que interliguem essas áreas e promovam junto à sociedade uma série de ações de extensão, através de cursos, Lives e publicações. Parte-se do entendimento que o turismo deve proporcionar vivências nos destinos visitados, pois a atividade turística é consequência da vontade, do desejo do tempo, da possibilidade e do desprendimento de recursos financeiros por parte dos turistas (MASCARENHAS e MOSS, 2018). Por isso, o turismo para existir e crescer depende de uma oferta articulada. Há que se compreender inicialmente que as pessoas se deslocam para conhecer outras localidades motivadas por vivenciar distintas experiências, isto é, os turistas buscam, em suas viagens, conhecer algo

diferente, por isso, o turismo deve proporcionar uma experiência única, englobando diversas atividades que compõem a oferta. Dentre essas, podem-se destacar os serviços de alimentação e bebidas e os de hospedagem. Os serviços de alimentação e bebidas compõem um dos segmentos imprescindíveis na cadeia produtiva do turismo, embora não sejam restritos à atividade turística, tratando-se de um setor que desempenha um papel importante na geração de empregos, pois atende turistas, visitantes e moradores. Na certeza de que a alimentação é imprescindível ao ser humano, os empreendedores dos serviços de alimentação e bebidas, como parte da oferta turística, podem se beneficiar dessa importância e não apenas como um serviço prestado, mas como um atrativo turístico, como forma de expressão cultural que desperta uma experiência sensorial nos turistas (COSTA e MAPURUNGA, 2019). Os tipos de alimentos, as características para prepará-los e a forma como são servidos podem configurar um atrativo diferenciado. Nesse contexto, a gastronomia interliga-se ao turismo, pois destaca as características de um local, podendo definir um lugar por meio de uma imagem, de um sabor ou de um aroma (NASCIMENTO e OLIVEIRA, 2019). Assim, a gastronomia deve se tornar parte atuante no desenvolvimento turístico de uma região, pois a seu favor tem-se o fato que comer e beber é um ato social, o que torna a gastronomia um fator de interação social. O alimento não pode ser visto como algo a satisfazer somente uma necessidade fisiológica, mas sim como um importante componente da oferta turística e hoteleira (SCHLUTER, 2017). A partir do exposto, o projeto que resulta de uma parceria do GCET (Grupo de Cultura e Estudos em Turismo) da UFPB (Universidade Federal da Paraíba), com a AREGALA e Cozinheiros sem Fronteiras tem a intenção de fomentar as discussões entre os discentes, docentes, pesquisadores, gestores e a sociedade de forma geral sobre as relações entre o turismo, a hotelaria e a gastronomia com vistas a apresentar proposições voltadas para o segmento, cujas ações serão desenvolvidas junto à sociedade, em forma de cursos, lives e a publicação de uma coletânea, que trarão as vivências na gestão de restaurantes de vários chefs com reconhecimento nacional e internacional.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA:

O serviço de alimentação é uma atividade que, de tão antiga, se perde nos registros do tempo. As cidades se desenvolveram e, em com o aumento das viagens para negócios, por peregrinações ou por outros motivos, ocorreu o desenvolvimento de estabelecimentos comerciais de alimentos e bebidas (MOREIRA, 2010). Nesse contexto, o setor de hospitalidade percebeu que precisava atender, no primeiro momento, as necessidades dos

consumidores, em um segundo momento compreendeu que precisava atender, também, as expectativas desses clientes e, dentro desse espaço estavam os serviços de alimentação. Com a evolução da sociedade e o enriquecimento das populações essas necessidades e expectativas se ampliaram e o setor de hospitalidade precisou se adaptar, ampliando a oferta dos serviços de alimentação e bebidas. Assim, hoje entende-se que os consumidores não apresentam necessidades e expectativas idênticas em relação a esses serviços, ou seja, cada consumidor possui interesses diferentes e por isso existe o espaço para várias opções, desde a possibilidade de apreciar uma refeição num elegante restaurante até a opção de fazer uma refeição num estabelecimento fast food ou no sistema self service (LAVANDOSKI e GIGLIO, 2019). A gastronomia pode ser compreendida como o conhecimento baseado na relação do ser humano com sua alimentação, englobando as atividades voltadas à pesquisa, fornecimento de alimentos ou preparo e, por ser tão abrangente, liga-se a diversas áreas do conhecimento (SAVARIN, 1995), cujo surgimento ocorreu após a Revolução Francesa, com a disseminação da culinária elitista, pois os cozinheiros que não acompanharam seus patrões no exílio migraram para os cafés e restaurantes (DROUARD, 2007). Foi nesse contexto que a gastronomia se desenvolveu como uma modalidade de pensamento científico aplicado à cultura alimentar, criando um conjunto de regras que passou a operar sobre as maneiras e os hábitos dos consumidores (BUENO, 2016). O termo gastronomia, segundo a autora, designando uma cozinha criativa, data de 1801, e a palavra gastrônomo, para nomear o status do consumidor dessa nova cozinha fina e elaborada, aparece em 1803. A gastronomia, portanto, não pode ser reduzida à cozinha e à comida. Ela mobiliza todo um repertório de maneiras de se relacionar com elas que se materializa na cerimônia da refeição, ritual que só pode ser compreendido em sua ligação com a dinâmica dos estilos de vida. A gastronomia envolve o aparato material das refeições – a comida, os vinhos, assim como a decoração dos pratos, da mesa e da sala de refeições (BUENO, 2016). Atualmente, a gastronomia é considerada um fator determinante para atrair turistas no momento em que escolhem seus destinos (SORMAZ, AKMESE, et al., 2016). Henderson (2009) destaca 4 temas nos estudos acadêmicos em que a gastronomia se relaciona com o turismo: o comportamento do turista em relação à gastronomia; as oportunidades comerciais oriundas da gastronomia enquanto produto turístico; análise da relação entre o marketing gastronômico e a demanda turística; e, por fim, o turismo gastronômico como alternativa para desenvolver um destino (LAVANDOSKI e TONINI, 2018). A gastronomia tem se tornado uma fonte para a formação de um produto turístico uma vez que pode contribuir

para a economia local, estimular nichos para a promoção de determinados alimentos ou bebidas, fortalecer a imagem de um destino turístico, incrementar a renda no setor hoteleiro, entre outros. No entanto, nem sempre a gastronomia foi tratada como um dos fatores principais para a promoção turística e hoteleira, e por isso, é fundamental sua interligação com esses setores, possibilitando o desenvolvimento de vários elementos, que individualmente despertam pouco interesse turístico, mas em um novo produto integrado possuem força de atração para o turismo em virtude da conjunção dos elementos (LASHLEY, 2004). O turismo assim deve considerar os impactos positivos com a produção e o consumo de alimentos, bebidas e acomodação (LASHLEY, 2004), por isso, não pode se limitar a uma atividade puramente econômica, uma vez que é também, produtor de representações, sonhos e símbolos, pois é a partir da busca por atingir as necessidades do turista que a segmentação, a diversificação e diferenciação caminham para um novo mercado e/ou um novo produto. Assim, por sua ampla área de atuação, interliga-se à gastronomia como um produto e partindo em um formato turístico como atrativo de uma determinada localidade se torna um fator que apresenta novas possibilidades a serem trabalhadas por estas localidades, através das características gastronômicas locais (MASCARENHAS e MOSS, 2018). Ainda é possível perceber que a compreensão do fenômeno turístico, quando trabalhado com o turismo gastronômico, pode contribuir para a estruturação dos destinos na formatação de novos produtos. Com visão também abrangente, Kivela e Crofts (2006) entendem a gastronomia não apenas na relação de cozinhar e comer bem, mas como sendo o estudo das relações entre cultura e comida, envolvendo a degustação, a preparação e a pesquisa.

METODOLOGIA:

Para o alcance dos objetivos será realizada uma pesquisa documental e bibliográfica que, segundo Raupp e Beuren (2006, p. 86), “tem como objetivo recolher informações e conhecimentos prévios acerca de um problema para qual se procura respostas ou acerca de uma hipótese que se quer experimentar” Essas pesquisas contribuirão para a formação do arcabouço teórico e desempenharão papel fundamental na formulação das ações que serão propostas e desenvolvidas. A escolha da pesquisa qualitativa foi em razão de ser voltada aos aspectos da realidade que não podem ser simplesmente quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. No entanto, ressalta-se que embora a pesquisa seja predominantemente qualitativa, o estudo fará em determinados momentos e com dados específicos, o uso de análises quantitativas, pois

essa será de importante valia para o entendimento de situações e, por consequência, fornecer subsídios para que a análise qualitativa possa explicar o fenômeno avaliado de forma mais completa. Os participantes do projeto se reunirão semanalmente para trocar experiências, realizar discussões e a preparação e implementação das atividades. Tal prática também possibilitará que os discentes tenham acesso a ambas as dimensões (pesquisa e extensão), como complementares e indissociáveis.

REFERÊNCIAS:

BUENO, M.L. DA GASTRONOMIA FRANCESA À GASTRONOMIA GLOBAL: hibridismos e identidades inventadas. Caderno CRH, Salvador, v. 29, set-out 2016.

COSTA, M.; MAPURUNGA, G. ESTUDO EXPLORATÓRIO ACERCA DA GASTRONOMIA REGIONAL ENQUANTO ATRATIVO TURÍSTICO: O caso do litoral cearense. In: LAVANDOSKI, J.; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E.

ALIMENTAÇÃO E TURISMO: criatividade, experiência e patrimônio cultural. João Pessoa: CCTA, 2019. p. 415. DROUARD, A. Histoire des cuisiniers en France: XIX-XX siècle. Paris: CNRS éditions, 2007.

FERGUSON, P. P. A cultural field in the making: gastronomy in 19th Century France. American Journal of Sociology, Chicago, v. 104, p. 597-641, nov. 1998.

HENDERSON, J. C. Food tourism reviewed. British Food Journal, v. 111, 2009.

KIVELA, J.; CROTTS, C. Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. Journal of Hospitality & Tourism Research, v. 30, p. 354-377, 2006.

LASHLEY, C. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. Em busca da hospitalidade: perspectivas de um mundo globalizado. São Paulo: Manole, 2004.

LAVANDOSKI, TONINI,. ENOTURISMO E O POTENCIAL GASTRONÔMICO DO VINHO: um olhar sobre as publicações científicas. In: LAVANDOSKI, J.; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. ALIMENTAÇÃO E CULTURA: Alimentação e Turismo: oferta e segmentos turísticos. João Pessoa: CCTA, 2018.

LAVANDOSKI, J.; GIGLIO, G. PRESERVAÇÃO DA IDENTIDADE CULTURAL ATRAVÉS DOS BARES E BOTEQUINS CARIOCAS. In: LAVANDOSKI, J.; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. Alimentação e turismo: criatividade, experiência e patrimônio. João Pessoa: CCTA, 2019. p. 415.

MASCARENHAS, R. G. T.; MOSS, O. F. AS CERVEJARIAS DE PONTA GROSSA: uma análise histórica e cultural. In: LAVANDOSKI, J.; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. ALIMENTAÇÃO E CULTURA: oferta e segmentos turísticos. João Pessoa: CCTA, 2018. p. 349.

MOREIRA, S. A. Alimentação e comensalidade: aspectos históricos e antropológicos. Ciência e Cultura, São Paulo, v. 62, out. 2010.

NASCIMENTO, N. S. S. R.; OLIVEIRA, S. A. CULTURA E SABOR: um olhar sobre a gastronomia típica e o turismo de João Pessoa-PB/ Brasil. In: LAVANDOSKI, J.; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. ALIMENTAÇÃO E TURISMO: criatividade, experiência e patrimônio cultural. João Pessoa: CCTA, 2019. p. 415.

POULAIN, J. P. Sociologia da alimentação. Florianópolis: UFSC, 2004.

RAMBOURG, P. Histoire de la cuisine et la gastronomie françaises. Sain-Amand-Montrond: Perrin, 2010.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: BEUREN, I. M. Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SAVARIN, B. A fisiologia do gosto. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SCHLUTER, R. A manera de introducción: la gastronomía en el centro de la atención. Diferentes usos de la gastronomía en el turismo. In: NORRILD, J. A. Gastronomía y turismo: destinos con sal y pimienta. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2017.

SORMAZ, Ü. et al. Gastronomy in Tourism. Procedia Economics and Finance, v. 39, p. 725-730, 2016.

OBJETIVOS GERAIS:

O objetivo principal do projeto é criar e disponibilizar uma programação de atividades relacionadas ao turismo, gastronomia e hotelaria com o intuito de estimular o ensino, a pesquisa e a extensão, através de lives, cursos e publicação de uma coletânea de livros que darão suporte aos profissionais e docentes que se dedicam às temáticas E de forma específica a) realizar entrevistas com os chefs que compõem a Aregala e os Cozinheiros sem Fronteiras; b) transcrever na forma de capítulos, em livros, as vivências da gestão de restaurantes de chefs com reconhecimento nacional e internacional e c) realizar lives com os chefs com as temáticas mais atuais

RESULTADOS ESPERADOS

O resultado pretendido será a divulgação da gastronomia associada ao turismo e à hotelaria, de forma a promover a valorização e difusão das diferentes práticas brasileiras e internacionais. Nesse sentido, esse projeto terá a possibilidade de ofertar à comunidade, cursos, Lives e uma coletânea no sistema open access publicada pela editora CCTA/UFPB. Espera-se com esse projeto que docentes, discentes, pesquisadores, gestores de organizações públicas e privadas e a sociedade em geral possam adquirir



conhecimentos e refletir de forma crítica sobre os temas que serão desenvolvidos. Espera-se como resultado, ainda, a capacitação do público-alvo do projeto, ressaltando a relação entre o turismo, a hotelaria e a gastronomia, através de uma nova visão sobre suas potencialidades econômicas e culturais. Com isso, o resultado pretendido será o de capacitar e de orientar os envolvidos através da valorização e difusão das temáticas. A proposta contribui também para o fortalecimento da relação ensino, pesquisa e extensão, ao trazer significativos aportes para as disciplinas que lidam com as temáticas do turismo, da hotelaria e da gastronomia, assim como, pode proporcionar benefícios aos diversos estudos desenvolvidos na Universidade Federal da Paraíba que tenham em comum os estudos abordados no projeto. No que se refere aos participantes do projeto, o desenvolvimento desse projeto irá promover a construção do conhecimento de forma ativa e participativa, considerando os perfis dos colaboradores que têm em comum a área de hospitalidade, permitindo a aplicação prática dos estudos desenvolvidos e atuando de forma cidadã ao propor melhorias.

