

Gomes, Ana Paula; Duarte, Edivânia; Dias, Elisson; Fonseca, Karla; Galvão, Marília

Conference Paper

A importância de festivais de gastronomia como estratégia de desenvolvimento em pequenas comunidades rurais

55th Congress of the European Regional Science Association: "World Renaissance: Changing roles for people and places", 25-28 August 2015, Lisbon, Portugal

Provided in Cooperation with:

European Regional Science Association (ERSA)

Suggested Citation: Gomes, Ana Paula; Duarte, Edivânia; Dias, Elisson; Fonseca, Karla; Galvão, Marília (2015) : A importância de festivais de gastronomia como estratégia de desenvolvimento em pequenas comunidades rurais, 55th Congress of the European Regional Science Association: "World Renaissance: Changing roles for people and places", 25-28 August 2015, Lisbon, Portugal, European Regional Science Association (ERSA), Louvain-la-Neuve

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/124824>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

A importância de festivais de gastronomia como estratégia de desenvolvimento em pequenas comunidades rurais

Ana Paula Wendling Gomes
Edivânia Maria Gourete Duarte
Elisson Silva Dias
Karla Maria Penido da Fonseca
Marília Rodrigues Galvão

Resumo: Uma estratégia para promover o desenvolvimento em comunidades rurais mediante incentivo ao turismo é o festival de gastronomia. No município de Muriaé – MG, um grande fomentador do turismo local tem sido o evento “Gastronomia na Serra”, realizado em um pequeno distrito, tipicamente rural. Para identificar a percepção do público sobre o festival, bem como a importância do evento como gerador de renda para a população local, foram aplicados questionários aos visitantes, donos de restaurantes e moradores da comunidade. O objetivo foi verificar se o evento reúne as condições necessárias para que tenha continuidade nos próximos anos, tanto em termos de criação de turismo quanto no auxílio à comunidade envolvida. Os resultados evidenciaram um perfil diferenciado do público participante, com destaque para pessoas relativamente mais velhas e com bom nível de escolaridade, exigindo grande capacidade de organização. o grande desafio desse tipo de evento é trazer para o local pessoas com disponibilidade de adquirir os produtos típicos oferecidos. Em outras palavras, de nada adianta um evento gastronômico no meio rural se o público não estiver disposto a gastar. Nesse sentido, pode-se dizer que o festival gastronômico conseguiu atingir seu objetivo, trazendo benefícios para todos os envolvidos, tanto na geração de emprego e renda, quanto auxiliando na fixação do homem no campo. Essa é uma alternativa que não exige grande volume de investimento e que deve ser disseminada para outras regiões rurais do país.

Palavras-chave: Comunidades rurais, desenvolvimento regional, festival de gastronomia

JEL Codes:

J46 Informal Labor Markets

D10 General (Household Behavior and Family Economics)

1. Introdução

Uma estratégia que alguns municípios de Minas Gerais têm adotado para promover o desenvolvimento em comunidades rurais mediante incentivo ao turismo é o festival de gastronomia. Especificamente no município de Muriaé, um grande fomentador do turismo cultural tem sido o evento “Gastronomia na Serra”, realizado em um pequeno distrito, tipicamente rural. A ideia é buscar a valorização da identidade da culinária local, somando um novo atrativo ao roteiro turístico da cidade, e proporcionar oportunidades para o desenvolvimento da comunidade.

O festival “Gastronomia na Serra” vem sendo realizado pela Prefeitura de Muriaé, através da Fundação de Cultura e Artes (Fundarte) e Secretarias de Turismo e Esportes, sendo patrocinado pela empresa de distribuição de energia elétrica da região, Energisa, por meio da Lei Estadual de incentivo à Cultura. O evento acontece no Distrito de Pirapanema, que possui cerca de 1.300 habitantes e apresenta grande potencial turístico, principalmente nos atrativos do turismo rural, esportivo e cultural.

O objetivo do artigo é apresentar os principais resultados de uma pesquisa realizada no que tange às transformações na dinâmica do espaço rural como consequência da realização do festival de gastronomia, pela análise dos atores sociais envolvidos, ou seja, a participação da população local, dos turistas e dos organizadores do evento. Além disso, busca identificar as potencialidades e os problemas existentes visando a construção de uma proposta mais participativa e sustentável para o evento.

O artigo encontra-se organizado em cinco seções, incluindo esta introdução. Na seção 2 é realizada uma breve revisão teórica sobre o turismo cultural e o papel do município na promoção do turismo. Na seção 3 estão os procedimentos metodológicos, incluindo a caracterização do local de estudo e a forma de coleta de dados. Na seção 4 estão os resultados obtidos e, na seção 5, são feitas as considerações finais.

2. Referencial teórico

2.1. Turismo cultural

O turismo, interpretado como a atividade econômica que mais cresce no mundo, passa gradualmente a incorporar novos olhares de planejamento, como resultado de seu potencial gerador de emprego e renda, aporte de benefícios econômicos, sociais e ambientais e

mecanismo para inclusão e transformação social, num sentido mais amplo, em termos da reflexão ética que implica (IRVING, 2003).

O número de pessoas que viajam pelo mundo vem aumentando consideravelmente, trazendo inegáveis benefícios econômicos para muitos países e localidades. Não há como negar o papel do turismo na geração de emprego e renda, na expansão dos serviços e na capacitação de pessoas. Muitas têm sido as manifestações sociais e culturais preservadas pelas atividades turísticas.

A relação existente entre cultura e turismo é visivelmente notada quando o turismo se apropria das manifestações culturais, da arte e dos artefatos da cultura. Por sua vez, a cultura também se apropria do turismo no que diz respeito a formatação das expressões culturais para o desenvolvimento do turismo. Surge aí, então, um turismo especial voltado para a cultura.

Turismo cultural é o acesso a esse patrimônio, ou seja, à história, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade. Sendo assim, o turismo cultural não busca somente lazer, repouso e boa vida. Caracteriza-se, também, pela motivação do turista em conhecer regiões onde o seu alicerce está baseado na história de um determinado povo, nas suas tradições e nas suas manifestações culturais, históricas e religiosas (MOLETTA, 1998).

O autor acrescenta que o turismo cultural tem a função de estimular aos fatores culturais dentro de uma localidade e é um meio de fomentar recursos para atrair visitantes e incrementar o desenvolvimento econômico da região, a qual tem características favoráveis a esse setor, sendo apoiado nos princípios do desenvolvimento turístico sustentável. Podendo ser também uma estratégia de dominação, controle, folclorização, instrumentalização dos nativos para gerar lucro e prestígio para os agentes do turismo e os governantes.

O turismo cultural engloba todos os aspectos pelos quais o turista conhece a vida e o pensamento da comunidade receptiva. Segundo Os canais culturais pelos que uma localidade turística se apresenta tais como folclore, arte, história, música, dança, artesanato, religião, gastronomia, arquitetura, manifestações culturais, etc. (IGNARRA, 2003).

Dias (2003) acrescenta que a riqueza do turismo cultural está na sua diversidade e qualquer que seja a opção deve-se levar em consideração, em primeiro lugar, qual elemento cultural que mais se identifica com a cidade. Uma vez considerado o principal, os outros serão acessórios, mas jamais deverão ser descartados. Mesmo porque, com o decorrer do tempo, aquilo que era considerado principal pode virar acessório.

A cultura como atrativo turístico é considerada uma atividade econômica de importância global, que abarca elementos econômicos, sociais, culturais e ambientais. Assim, o turismo cultural pode se converter em uma oportunidade para o desenvolvimento local, além de

fortalecer a própria cultura. Nesse sentido, o turismo cultural se relaciona intimamente com a vida cotidiana do destino turístico que se quer conhecer.

O turismo cultural é típico, pois se efetua de maneira diversa, cujo a base se situa na disposição e no esforço de conhecer, pesquisar e analisar dados, obras ou fatos em suas variadas manifestações. Esse é o caso da gastronomia que será abordado no presente artigo.

2.2. O Papel do município

O turismo é uma atividade econômica que tem no território, na paisagem e nos patrimônios natural e cultural sua principal matéria prima. Assim, não é possível se produzir turismo sem que haja, direta ou indiretamente, uma participação do poder público. Deste modo, o desenvolvimento do setor turístico tem na ação governamental um elemento estratégico para o seu crescimento (IGNARRA, 2003).

Pode-se definir política pública como o conjunto de ações executadas a atender às necessidades de toda a sociedade. São linhas de ações que buscam satisfazer ao interesse público e têm que estar direcionadas ao bem comum. As políticas públicas podem ocorrer nos vários níveis de organização de Estado (federal, estadual ou municipal), com a participação de instituições presentes na sociedade (DIAS, 2003).

De acordo com este autor, em qualquer nível, uma política de turismo deve ser estruturada levando em consideração que deve nortear-se por três grandes condicionamentos: o cultural, o socioambiental e o econômico. Através de medidas locais, um governo municipal pode ser capaz de atrair investimentos e, com uma promoção eficiente, tornar o município um centro de atração turística. O governo nacional, através de incentivos e programas regionais, poderá contribuir para sua expansão e consolidação, mas a definição dos rumos do desenvolvimento deve ser decidida pela comunidade local, através de amplo processo de participação que envolve a decisão dos diferentes caminhos a serem seguidos.

No âmbito da atividade turística é imprescindível a integração de empresários locais, associações, ONGs, instituições de ensino superior, etc. que, sob as diretrizes e normas estabelecidas pelos órgãos centrais de turismo, têm que definir quais são as prioridades do turismo no desenvolvimento sustentável local.

De acordo com Ignarra (2003), o papel do poder público, com integração ou não de outros setores, pode abranger inúmeras atividades, tais como: planejamento do fomento da atividade turística, controle de qualidade do produto, capacitação de recursos humanos,

implantação e manutenção de infraestrutura urbana básica e turística, captação de investidores privados para o setor, controle do uso e da conservação do patrimônio turístico, entre outros.

Portanto, é imprescindível a parceria de todos os setores para o desenvolvimento sustentável do turismo e para satisfazer o interesse público e as exigências dos turistas. O município assume papel fundamental no desenvolvimento turístico, pois cada lugar possui características únicas que o diferenciam.

3. Metodologia

3.1. Caracterização da área de estudo

Pirapanema é um distrito do município de Muriaé-MG que possui cerca de 1.300 habitantes e tem como principal atividade econômica a agropecuária. O distrito fica numa região montanhosa, na Serra do Brigadeiro, margeado por remanescentes de Mata Atlântica, com ar puro e clima de região serrana proporcionando um clima frio. Localizado a 15 quilômetros da sede do município, Pirapanema possui uma arquitetura bucólica, típica da zona rural, ainda preservada.

A cidade de Muriaé está numa altitude aproximada de 200 metros, enquanto o distrito de Pirapanema situa-se a 600 metros, propiciando uma variação na temperatura significativa. O desnível entre a sede do município de Muriaé e o distrito de Pirapanema proporciona ótimo refúgio para quem deseja buscar alívio num clima mais ameno. O local é dotado de cachoeiras de água límpidas, fazendas antigas bem conservadas, fragmentos de mata e reservas com um potencial extraordinário para a criação de trilhas interpretativas, alguns restaurantes e artesanatos. Além disso, no distrito está localizada uma rampa para a prática de voo livre, considerada uma das melhores do país. No Festival de Gastronomia acontece o campeonato de voo livre.

Em 2014 foi realizada a 4ª edição do festival gastronômico. Durante três dias, foram oferecidas oficinas de gastronomia com chefes de cozinha renomados, programação com músicos regionais no estilo Jazz e Blues, além de caminhadas ecológicas e o Open de Parapente, com a presença de competidores de várias regiões do país.

Para a realização do festival, os investimentos ainda são “tímidos”, contando apenas com algumas pousadas e residências que oferecem pernoite com café da manhã para visitantes, além de alguns restaurantes, alambiques e serviço de informação turística. Porém, a receptividade dos moradores locais atrai não só a população do município, mas também turistas

oriundos de outras localidades do país. Os habitantes se apressam para colocar tudo em ordem: pintam as casas, reformam os letreiros e enfeitam com flores. Um esforço para resgatar tradições e o jeitinho acolhedor de Minas Gerais, fazendo com que o turista se sinta em casa durante o todo o festival.

Quase todos os moradores possuem algum vínculo com a zona rural, mas, durante o festival, eles diversificam as atividades e trabalham para atender os 60 mil turistas que são esperados. As casas ganham decoração especial e viram restaurantes. Cabe ressaltar que os restaurantes domiciliares criados para atender ao público contribuem significativamente para a geração de emprego e renda na comunidade, podendo ser considerado um evento transformador, reconhecido no município e região.

A Prefeitura Municipal de Muriaé oferece cursos de capacitação à comunidade local, ligados direta e indiretamente ao turismo. Além disso, o distrito vem recebendo investimentos contemplando a infraestrutura, visando o desenvolvimento cultural e turístico e, conseqüentemente, a melhoria de vida na comunidade. Segundo a atual Secretária Municipal de Turismo, Ana Lúcia Carvalho, “a gastronomia pode ser motivo principal ou inicial para se conhecer determinado local e, por isso, está cada vez mais presente no turismo brasileiro. O número de viajantes que arrumam as malas com destino a um dos mais de duzentos festivais gastronômicos que ocorrem todo ano pelo país é cada vez maior. As cidades de Tiradentes, Joinville e Brotas realizam festivais gastronômicos que arrastam multidões e nenhuma delas nasceu com essa vocação. Mas as três encontram na gastronomia um reforço para seus atrativos turísticos, gerando oportunidades e fazendo com que a cidade cresça economicamente.

Devido ao potencial turístico, o distrito tem recebido investimento do poder público municipal em prol de uma melhor estrutura para receber os turistas. Com o advento do evento “Gastronomia na Serra”, Pirapanema recebeu novos calçamentos de vias com iluminação, quadra poliesportiva coberta, creche municipal, reforma da praça e construção de mais um poço artesiano. Além disso, novos empreendimentos imobiliários e hoteleiros estão sendo desenvolvidos na região, além de novos restaurantes.

3.2. Coleta dos dados

A pesquisa foi do tipo exploratória descritiva, tendo como instrumentos de coleta dos dados entrevistas e aplicação de questionários aos turistas presentes durante os três dias de evento. Utilizou-se uma amostragem aleatória de turistas, donos de restaurantes e moradores

do distrito, com a finalidade de sistematizar informações sobre a importância do evento para a população local e para os visitantes, totalizando uma amostragem de 100 pessoas.

4. Análise e discussão dos resultados

Para identificar a percepção do público sobre a 4ª edição do festival Gastronomia na Serra, bem como a importância do evento como gerador de renda para a população local, foram aplicados questionários aos visitantes, donos de restaurantes e moradores da comunidade. O objetivo foi verificar se o evento reúne as condições necessárias para que tenha continuidade nos próximos anos, tanto em termos de criação de turismo quanto no auxílio à comunidade envolvida.

4.1. Percepção dos turistas frequentadores do festival

Para compreender a percepção e satisfação dos visitantes, buscou-se, em primeiro lugar, identificar a faixa etária predominante destes turistas. Entre os principais resultados encontrados, verificou-se que a idade média dos frequentadores do festival é de 33 anos de idade, sendo que apenas 21% têm idade inferior a 20 anos (Figura 1). Em relação ao nível educacional, aproximadamente 50% dos entrevistados possuem curso superior e somente 12% têm ensino fundamental.

Esses números evidenciam um perfil diferenciado de público, com destaque para pessoas relativamente mais velhas e com bom nível de escolaridade. Para os organizadores do festival, esse é o público que se busca nesse tipo de evento, pois, além de mais exigentes, são também as pessoas que mais despendem na aquisição dos produtos oferecidos. Por outro lado, exige maior capacidade de organização, visando proporcionar uma experiência satisfatória para esse público diferenciado.

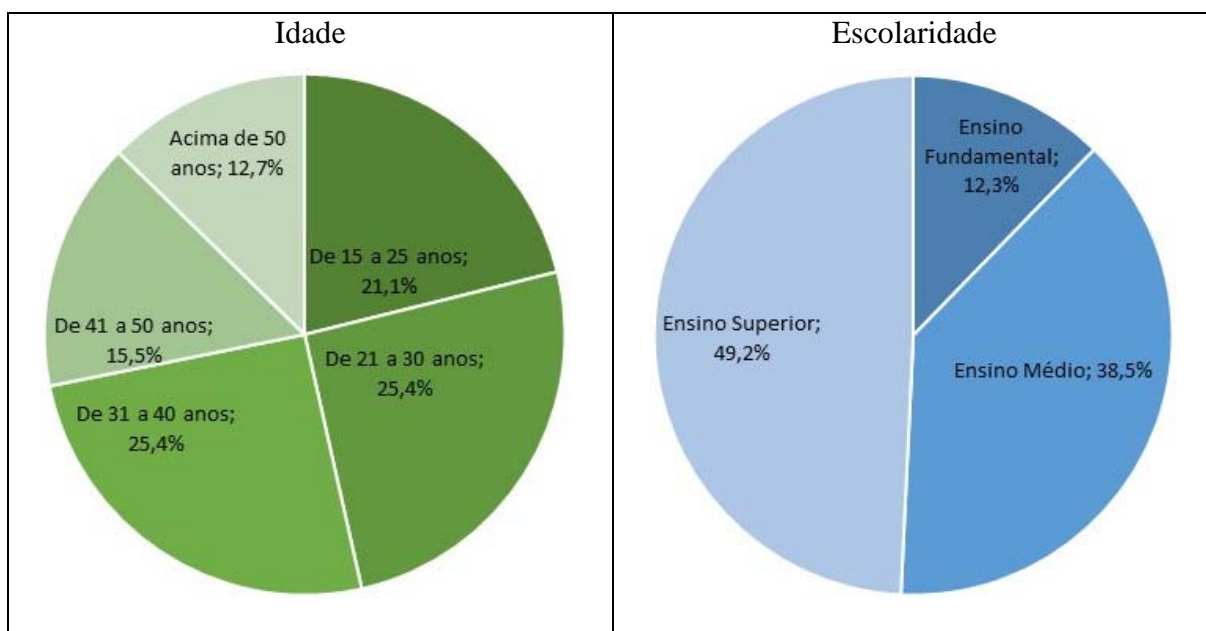


Figura 1: Idade e escolaridade dos frequentadores do festival de gastronomia.
 Fonte: Resultados da pesquisa.

Outro ponto importante foi quanto a forma como o público chegou ao evento: cerca de 93% utilizou de transporte próprio, indicando que a locomoção até o local não é empecilho. Cerca de 75% do público entrevistado ficou sabendo do festival através de amigos e 14% pela internet. O que mais motivou a participar do festival foram as apresentações de shows e o interesse em experimentar a comida local, 35,2% e 32,4%, respectivamente, conforme ilustra a Figura 2.

O investimento do município obteve resultados significativos. Considerando apenas as pessoas com idade superior a 30 anos, a grande maioria (92,1%) ficou satisfeito ou muito satisfeito com o festival, sendo que 97% afirmaram que pretendem participar novamente no próximo ano. Isso significa que há público para este tipo de evento nas comunidades rurais da região.

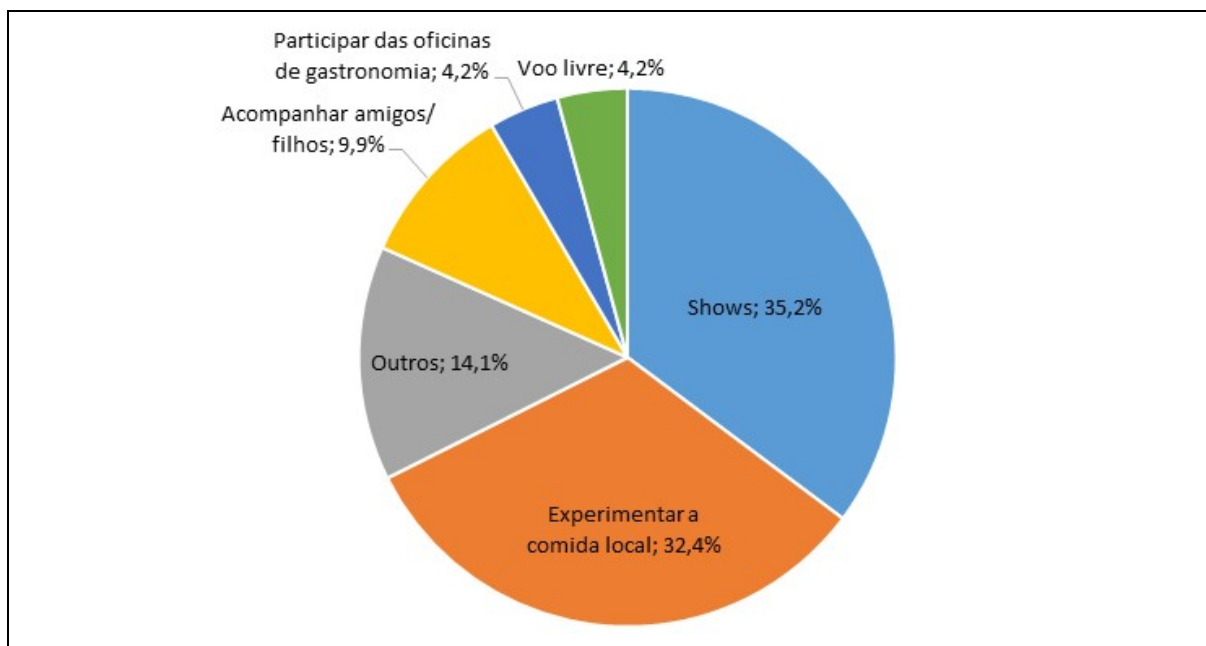


Figura 2: Motivação principal para a frequência do festival.

Fonte: Resultados da pesquisa.

A Figura 3 apresenta os resultados referentes às opiniões dos turistas sobre variáveis de infraestrutura, tais como segurança, banheiros e área de shows.

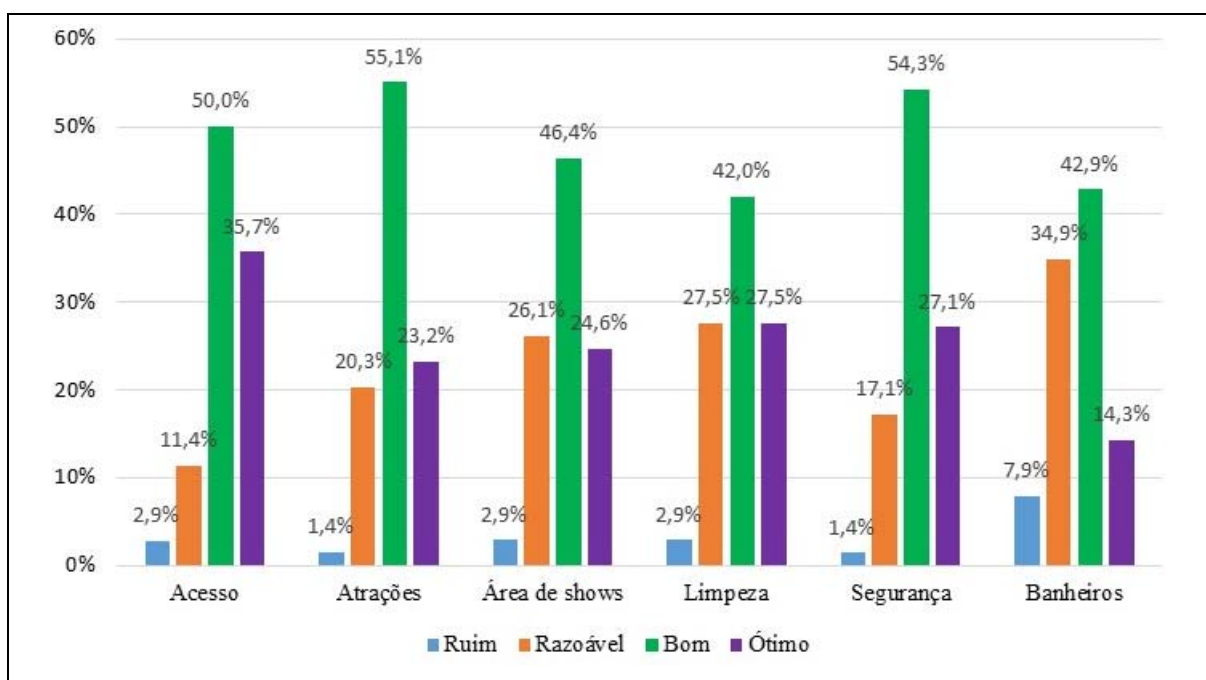


Figura 3: Opiniões dos frequentadores sobre a infraestrutura do festival.

Fonte: Resultados da pesquisa.

Sob o ponto de vista da infraestrutura, apesar de a maioria dos entrevistados considerar que são boas, há necessidades de melhorias, principalmente para atender ao público mais exigente. Contudo, vale ressaltar que o Festival Gastronomia na Serra encontra-se num processo embrionário de evolução, ou seja, o último festival foi a 4ª edição, tratando-se, portanto, de um evento recente e que já atingiu nível bom de satisfação do público. Para o atual Prefeito de Muriaé, Aloysio Aquino, “o Festival Gastronomia da Serra já se tornou tradição no calendário cultural do município e a cada edição ocorre considerável avanço na estruturação do festival, tendo com meta incrementar e melhorar a cada ano, tornando-o referência no circuito turístico cultural de Minas Gerais”.

Quando analisadas as opiniões sobre variáveis referentes aos restaurantes e pratos oferecidos pela comunidade durante o festival, os resultados também foram classificados como bons, conforme Figura 4. Sobre os pratos oferecidos nos estabelecimentos, a maioria (65%) achou que os preços praticados são bons ou ótimos e 62% consideraram boa a diversidade de alimentos à disposição do público.

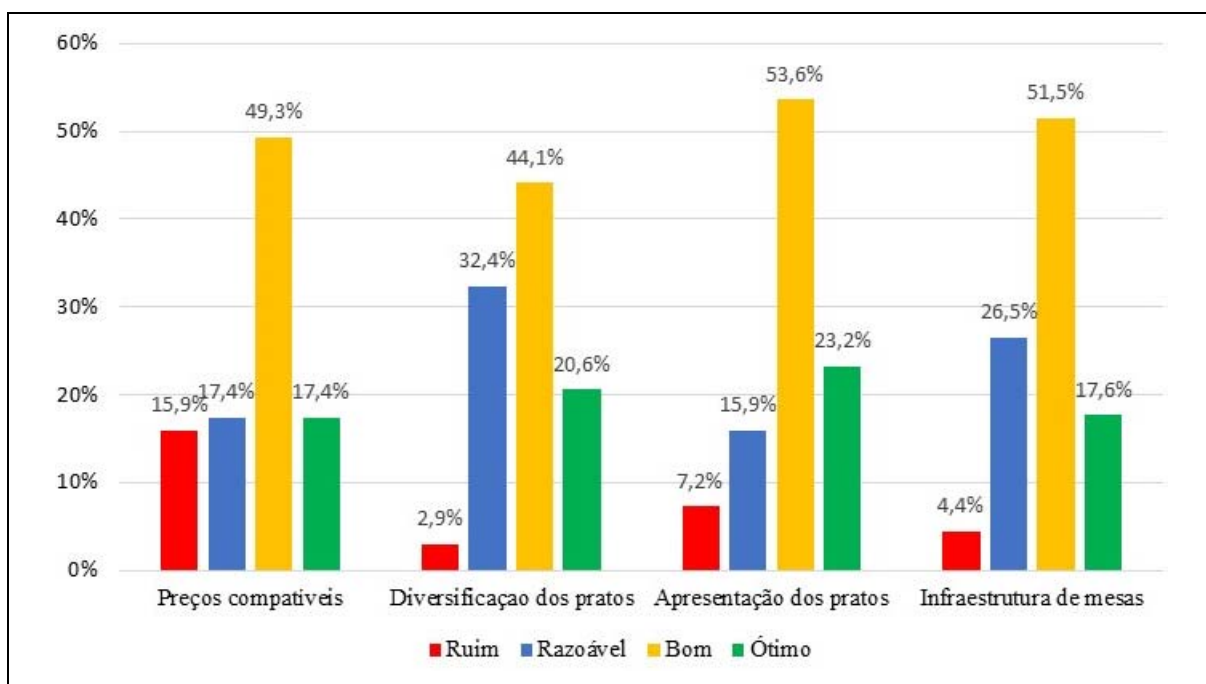


Figura 4: Opiniões dos frequentadores sobre os restaurantes e pratos.
 Fonte: Resultados da pesquisa.

De modo geral, o que se verificou foi a elevada satisfação dos participantes do evento, principalmente daqueles com maior escolaridade e poder aquisitivo. Isso significa que há público para este tipo de evento nas comunidades rurais.

Em síntese, o grande desafio desse tipo de evento é trazer para o local pessoas com disponibilidade de adquirir os produtos típicos oferecidos. Em outras palavras, de nada adianta um evento gastronômico no meio rural se o público não estiver disposto a gastar. Nesse sentido, pode-se dizer que o festival gastronômico conseguiu atingir seu objetivo, trazendo benefícios para todos os envolvidos, tanto na geração de emprego e renda, quanto auxiliando na fixação do homem no campo. Essa é uma alternativa que não exige grande volume de investimento e que deve ser disseminada para outras regiões rurais do país.

4.2. Percepção dos proprietários dos estabelecimentos envolvidos no festival

Em relação ao ponto de vista da comunidade envolvida, os donos de estabelecimentos entrevistados afirmaram que o evento contribuiu substancialmente no aumento da renda familiar. Devido às dificuldades típicas dos pequenos produtores rurais locais, além do fato de ser uma região pobre e com poucas alternativas econômicas, qualquer renda adicional tem significativa importância.

O tipo e a qualidade da comida, bem como os preços, são fatores decisivos para a escolha de um restaurante, além da qualidade do atendimento. Segundo os proprietários, a capacitação que recebem da prefeitura na época que antecede o festival ajuda muito, uma vez que a maioria não tem como atividade principal o serviço de gastronomia. Contudo, a maior queixa relatada por eles é sobre a dificuldade de se contratar mão de obra, apesar da capacitação oferecida.

Durante o festival, os proprietários disseram adotar medidas que visam melhor o atendimento aos turistas, tais como uniformização das roupas e qualificação dos garçons, além de proporcionar uma infraestrutura básica para os consumidores, tais como utensílios, decoração das mesas e disponibilidade de banheiro. Cabe ressaltar que a maioria dos proprietários abre as portas das suas casas para realizar o serviço de gastronomia. Existem ainda aqueles que alugam casas vazias durante o evento. De modo geral, é uma estrutura simples adaptada às necessidades dos turistas.

Analisando a compatibilidade dos preços com os pratos oferecidos pelos restaurantes, constatou-se que muitos turistas não ficaram satisfeitos com os preços dos produtos, conforme discutido anteriormente. Ao perguntar sobre a definição dos preços, os proprietários disseram que foram sugeridos pelos chefs durante as oficinas de capacitação. Essa sugestão de preço alto talvez seja em função de diferentes realidades. Os chefs contratados para capacitá-los normalmente residem em capitais, onde a realidade de mercado é bem diferente da do interior. Esse é um ponto muito importante que deve ser analisado para evitar a perda de

turistas e, conseqüentemente, colocar em risco a sustentabilidade do festival. Num estudo futuro, pretende-se pesquisar a percepção dos chefs para maior detalhamento e entendimento desse ponto observado na pesquisa.

Entre os produtos típicos da região encontra-se o palmito pupunha. Assim, durante as oficinas de capacitação, além da elaboração dos pratos típicos da cozinha mineira, os chefs procuraram elaborar pratos com a utilização do palmito. A escolha por pratos com características regionais pode gerar benefícios após o evento. Uma das entrevistadas na pesquisa afirmou que está complementando sua renda fazendo tortas de palmito sob encomenda durante todo o ano. A mesma disse que iniciou esta prática a partir do advento do festival. Ao saberem que esta proprietária cultiva o palmito pupunha em sua propriedade, os chefs envolvidos na capacitação ensinaram a receita da famosa torta de frango com palmito.

Com relação ao artesanato, o festival tem ajudado na manutenção e redescoberta de produtos típicos. Uma atividade típica da região é a fabricação de doces, que também intensificou após a iniciativa do festival gastronômico. Os artesanatos com fibras naturais também estão sendo resgatados com o advento do festival no distrito.

Um aspecto que vale mencionar refere-se aos estacionamentos criados por donos de lotes na entrada do distrito, contribuindo também na renda da comunidade. Contudo, durante a pesquisa foi relatado por um proprietário sobre a necessidade de aumentar o número de estacionamentos, para evitar que os visitantes deixem seus veículos em lugares impróprios e sem segurança.

Para os turistas que vêm de localidades mais distantes e que desejam permanecer no distrito, a construção de suítes e pousadas vem crescendo. Além dessas opções, alguns moradores alugam quartos das suas próprias casas. Este fato demonstra típica cultura mineira de receptividade. Mesmo recebendo pessoas estranhas em suas casas, abrem as portas para receber os turistas. Um proprietário relatou sua preocupação para com o turista que vem de localidades mais distantes, possibilitando que pernoitem em sua residência com intuito de não dirigirem durante a noite.

Enfim, entre os resultados positivos verificados na pesquisa destaca-se o resgate da valorização dos próprios moradores do distrito. Segundo um proprietário entrevistado, de modo geral, os moradores de Pirapanema eram tímidos ou até omissos ao dizer que residem no distrito. Após o acontecimento do festival, o distrito começou a ser reconhecido na região e, hoje em dia, os moradores têm orgulho do local, com autoestima mais elevada para buscar alternativas de renda proporcionadas pelo Festival Gastronomia na Serra.

4.3. Percepção dos organizadores do festival

A Fundação de Cultura e Artes de Muriaé (Fundarte) foi criada em 1997, com o objetivo de desenvolver a política cultural do município. Mantida pela Prefeitura de Muriaé, a Fundarte é a responsável pelas questões relacionadas a cultura, esporte, lazer, turismo e patrimônio artístico-cultural do município. Muriaé é um dos poucos municípios de Minas Gerais que tem uma Lei Municipal de Incentivo à Cultura, incentivando o desenvolvimento, o resgate e a valorização dos artistas locais.

De acordo com representantes da Fundarte, a iniciativa em investir no turismo cultural em Pirapanema ocorreu com apoio da Energisa, por meio da Lei de Incentivo fiscal, com inspiração no Festival de Viola de Piacatuba, porém com outro estilo musical (Jazz e Blues). Atualmente, o festival conta com o apoio de outras instituições e empresas, como Emater, Instituto Federal, Grupo Votorantim, Senac e Sesc, além de diversas empresas do comércio Local.

A ideia de se criar um festival gastronômico foi valorizar a culinária regional. Além do oferecimento dos pratos típicos, há incentivo na produção de produtos agroecológicos, buscando a retomada da produção rural através de parcerias com a Emater, Sesc e Secretaria de Agricultura.

Na primeira edição do festival houve uma sensibilização sobre o potencial local. Havia algumas dificuldades a ser enfrentadas, como a falta de água, que foi resolvida posteriormente com a construção de mais um poço artesiano. No início houve uma descrença da população, devido à falta de infraestrutura e baixa autoestima, que foram solucionadas com a mobilização e conscientização, através de reuniões que antecederam ao festival. Já na segunda edição, por conta das melhorias, houve reconhecimento da população, com abertura de novos restaurantes, contratação de mão de obra e procura de empresários interessados em participar do evento.

A articulação para a preparação e programação do evento tem início meses antes, onde são realizadas reuniões com a comunidade e os restaurantes, tanto domiciliares quanto de fora. É feita uma capacitação dos moradores com acessória dos chefs de cozinha.

Os benefícios econômicos, sociais e culturais já estão sendo alcançados. Pode-se dizer que os paradigmas da comunidade local mudaram completamente, com melhora da autoestima da população, maior zelo e cuidado com o município pela própria comunidade (limpeza das ruas), além da maior participação e integração da comunidade. Em termos econômicos, observou-se o aumento no valor dos imóveis, uma vez que é natural a especulação imobiliária existir em locais de demanda turística.

Outro ponto destacado pelos agentes organizadores foi a satisfação dos patrocinadores e parceiros com os resultados do festival. O sucesso alcançado gera fidelização dos mesmos para os próximos festivais, que acontecerão todos os anos no mês de junho.

5. Considerações finais

Os dados levantados até o momento permitem constatar que é possível o envolvimento da população local no festival gastronômico. A realização desse tipo de evento nos distritos, além de proporcionar à população local momentos de lazer, também pode contribuir para a valorização de sua cultura e ser uma fonte de renda a ser revertida em melhorias na comunidade. A cooperação entre variados grupos e lideranças permite que os indivíduos consigam se beneficiar, gerando um sentimento de afeto com o local em que vivem.

A contribuição do compreender o lugar é para entender a relevância do patrimônio cultural de comunidades em função do ambiente em que vivem, gerando um sentimento de identidade e continuidade, pelo resgate dos costumes tradicionais, também importantes para o entendimento da motivação do visitante de tais festividades.

Além disso, vale destacar a crescente necessidade ou motivação das pessoas em busca de sentir um momento da vida bucólica, diferente do que a maioria convive no seu cotidiano. Turistas buscam por mudança de ambiente, um modo diferente, como os costumes da vida campestre, a natureza ecológica, etc. O turismo cultural vem sendo demandado pelas pessoas que vivem em grandes centros urbanos, podendo ser uma opção de geração de renda para a população local. Contudo, qualquer que seja o tipo de turismo oferecido, é preciso praticá-los de modo sustentável.

Outro ponto importante é que, na nossa sociedade contemporânea, os turistas estão cada vez mais exigentes e críticos, em consequência de fatores como a globalização, com o consumidor passando a exigir melhoria na qualidade dos produtos, e também em função da crescente oferta do mercado turístico, permitindo maior flexibilidade de escolha. Com isso, é fundamental que um planejamento turístico possa abranger todos os aspectos possíveis, criando ou aproveitando elementos culturais existentes, diversificando, assim, o mercado turístico de uma determinada localidade na tentativa de agradar o consumidor.

6. Referências bibliográficas

DIAS, R. Planejamento do Turismo: Política e Desenvolvimento do Turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

IGNARRA, L. R. Fundamentos do Turismo. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

IRVING, M. A. Turismo como instrumento de desenvolvimento local. In: D`ÁVILA, M. I. PEDRO, R. (Orgs.). Tecendo o Desenvolvimento. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MOLETTA, V. F. Turismo Cultural. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 1998.