

**A GASTRONOMIA COMO ELEMENTO DO PRODUTO TURÍSTICO -
CAMINHOS POSSÍVEIS PARA A DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA
TURÍSTICA EM SÃO CRISTÓVÃO – SE**

Eliane Avelina de Azevedo

Mestranda em Turismo/IFS
elianeavelina@yahoo.com.br

Fabiana Almeida da Silveira

Mestranda em Turismo/IFS
fabianasilveirabr@yahoo.com.br

Resumo

O presente artigo tem por objetivo mostrar a gastronomia local como alternativa para a diversificação da oferta turística de um destino, utilizando como espaço de estudo a cidade de São Cristóvão - SE, que possui uma singular produção de doces e que através da observação in loco foi possível verificar que precisa ser melhor trabalhada, a fim de agregar valor ao patrimônio arquitetônico e museológico já existente. A pesquisa apresenta caráter exploratório-descritivo, exposto na construção do diálogo com a literatura especializada que apresentou conceitos correlatos ao tema Gastronomia, elementos identitários, Patrimônio Cultural e suas relações com o Turismo. O objetivo que norteou o pesquisador foi o de considerar o repertório gastronômico de São Cristóvão como uma estratégia para o desenvolvimento turístico local e regional.

Palavras-Chaves: Gastronomia local. Patrimônio Cultural. Atrativos Turísticos. Diversificação de oferta.

**GASTRONOMY AS A TOURIST PRODUCT ELEMENT - POSSIBLE ROADS
FOR THE DIVERSIFICATION OF THE TOURIST OFFER IN SÃO
CRISTÓVÃO - SE**

Abstract

The purpose of this article is to show local gastronomy as an alternative for the diversification of the tourist supply of a destination, using as a study space the city of São Cristóvão – SE, that has a unique production of sweets and that through observation in loco it was possible to verify that it needs to be better worked in order to add value to the existing architectural and museological patrimony. The research presents an exploratory-descriptive, character exposed in the construction of the dialogue with the specialized literature that presented related concepts to the theme Gastronomy, identity elements, Cultural Patrimony and its relations with tourism. The objective that guided the researcher was to consider the gastronomic repertoire of São Cristóvão as a strategy for local and regional tourism development.

Key-words: Local Gastronomy. Cultural Heritage. Tourist Attractions. Offer diversification.

Na dialética da evolução do turismo, seja como fenômeno ou ciência, as discussões vêm refletindo a sociedade contemporânea e evidenciando suas faces em diferentes momentos, seja do ponto de vista econômico ou social. Aquele tipo de consumo considerado “massivo” tem dado lugar ao “consumo cultural” e conseqüentemente a valorização das cidades em função da presença do turismo tem se tornado o cerne das discussões.

A importância da gastronomia tem crescido, não apenas no âmbito do consumo cotidiano, como também do turístico. Frente a isso, um destino deve apostar na preservação da sua gastronomia enquanto patrimônio intangível, bem como na promoção, divulgação da qualidade e diferenciação dos seus produtos locais, com vista a potencializar a sua competitividade face aos seus concorrentes.

Partindo das considerações de Gândara (2009), corroborado por Silva (2000), entender a alimentação como identidade cultural significa compreender suas relações não apenas em função do código cultural de uma sociedade, mas também as imbricações que envolvem espaço e território, percebendo a diversidade de grupos sociais com relação a seus hábitos, modos de produção e consumo. Portanto, a identidade gastronômica e seus usos como atrativo torna possível visualizar aquilo que somos; a imagem que reivindicamos para nós mesmos e aquilo que podemos nos tornar.

Corroborando a estreita relação entre identidade cultural e o valor simbólico empregado, os autores Coelho Neto; Azevedo (2010) faz menções em que esse valor, associado as tradições culinárias, podem ser utilizados para incrementar a atratividade dos destinos, porém, serão mais bem-sucedidos os que conseguirem firmar uma “personalidade” gastronômica característica. Essa personalidade que é conferida a cidade, pode ser compreendida como a imagem projetada sobre atributos ancorados na cultura culinária e na oferta gastronômica que reforça a singularidade de um destino turístico.

A luz dessas considerações é possível refletir possibilidades e alternativas que norteiem os caminhos para que as cidades patrimônio possam despertar para o fortalecimento da identidade imaterial com vista a enriquecer a oferta turística existente, possibilitando o enriquecimento cultural para o turista e sendo vetor no desenvolvimento econômico das cidades.

Vale lembrar, que neste artigo, o atrativo gastronômico é entendido a partir do conceito de Gimenes-Minasse (2014, p. 4) no qual diz ser “todo lugar, iguaria (comida e bebida), modo de preparo, produção ou serviço, acontecimento programado, estabelecimento destinado e vinculado aos serviços de alimentação fora de casa” e que eles despertem o interesse turístico e gere deslocamento de grupos humanos com objetivo de conhecê-los.

De posse desse entendimento, o artigo em tela se apresenta como uma fonte de discussões teórico/conceituais acerca da gastronomia e sua importância enquanto elemento de reforço identitário, com vistas para a promoção e diversificação da oferta turística, partindo de uma análise *in loco* da vocação doceira da cidade de São Cristóvão.

Metodologicamente, é uma pesquisa de natureza básica na qual visa mostrar as possibilidades de uso da gastronomia, mais especificamente dos doces, enquanto elemento importante da cultura da cidade de São Cristóvão e como forma de contribuir para o fortalecimento do seu potencial de competitividade, diversificação dos atrativos comercializados e a valorização da cultura gastronômica doceira já existente na localidade. Do ponto de vista dos objetivos metodológicos, é uma pesquisa exploratório/descritiva, na qual se pretende apresentar as principais características no tocante aos atrativos existentes na cidade, sendo estes de ordem material e imaterial.

A relevância dessas discussões acerca da produção de doces em São Cristóvão se dá mediante a sua Historicidade, intrínseca ao desenvolvimento arquitetônico da cidade, mas que diferente do patrimônio material ainda não tem o reconhecimento devido, uma vez que é pouco explorado e pouco trabalhado. Ainda nesse contexto, percebe-se que mesmo diante da importância política, histórica e cultural, São Cristóvão, que detém um Patrimônio arquitetônico riquíssimo e que tem a Praça São Francisco eleita patrimônio da Humanidade, ainda não se consolidou no turismo sergipano e brasileiro, havendo a necessidade de estudos que contribuam para melhorar essa realidade.

Mediante o exposto, esse estudo parte do reconhecimento de que a gastronomia é um motivador real de fluxos turísticos, e que através do reconhecimento, organização e potencialização do legado gastronômico de um lugar, é possível atingir um nível apropriado de diversificação do produto turístico. Dessa maneira, a pesquisa se propõe a

mostrar os desdobramentos das reflexões e interpretações acerca da valorização, identificação, contextualização e reinvenção da cultura gastronômica buscando apresentar a Gastronomia como ferramenta para agregar valor ao produto turístico São Cristóvão.

Gastronomia e o seu Potencial de Atratividade

Sob a ótica de Schlüter (2003, p. 10), o Patrimônio Cultural é,

[...] o conjunto de formas de cultura tradicional e popular ou folclórica, ou seja, as obras coletivas que emanam de uma cultura e se baseiam na tradição. Essas tradições são transmitidas oralmente ou mediante gestos e se modificam com o transcurso do tempo por um processo de recriação coletiva. Incluem-se nelas as tradições orais, os costumes, as línguas, a música, as danças, os rituais, as festas, a medicina tradicional e a farmacopéia, as artes culinárias e todas as habilidades especiais relacionadas com os aspectos materiais da cultura, tais como as artes e o habitat.

Tomando como parâmetro as considerações da pesquisadora Schlüter (2003), nas quais foram elaboradas através do conceito estabelecido pela UNESCO, é preciso entender que o processo de fortalecimento do patrimônio cultural nas cidades perpassa pela recriação coletiva, e se estabelece através dos seus particularismos regionais que são consolidados através do tempo.

Nesse sentido, a gastronomia desempenha um importante papel de vinculação identitária com a população e possibilita o enriquecimento ao turista através das experiências sensoriais que são promovidas à medida que ele se integra aos hábitos alimentares da localidade visitada. Assim sendo, a comida pode marcar um território, um lugar, servindo como marcador de identidade ligado a uma rede de significados. Podemos assim falar em “cozinhas” de um ponto de vista territorial, associadas a uma nação, território ou região, tal como a “cozinha chinesa”, a “cozinha baiana” ou a “cozinha mediterrânea”, indicando locais de ocorrência de sistemas alimentares delimitados (MACIEL, 2001).

Elucidando essa afirmativa, Corner (2006, p.2) diz que “o turista sempre busca conhecer o sabor do lugar, e é a gastronomia que vai oferecer este sabor e revelar muito de uma cidade ou país” e Hall (2005) lembra que a identidade cultural está sempre em processo, sendo construída ao longo do tempo, através de processos inconscientes.

Além das experiências que são proporcionadas ao turista, tendo em vista uma visão um pouco mais mercadológica, Cavaco (1995, p. 397), traz uma abordagem motivadora para esse estudo:

O turismo traz à região uma clientela potencial, apreciadora da qualidade e especificidade, ávida de conhecimento das mesmas, que compra e consome, que pode e aceita pagar a diferença, que visita feiras e mercados, identifica produtos e marcas, alarga a procura dos mesmos noutros lugares (os de residência permanente) e noutras épocas (resto do ano, depois das férias), bem como os promove e divulga (gratuita e eficazmente) junto de familiares, amigos e colegas, nos cafés e restaurantes que frequenta ou nos supermercados onde se abastece.

Nesse sentido, a gastronomia está relacionada a atratividade turística, pois fornece benefícios pessoais aos indivíduos que visitam um destino e como exposto nas considerações de Cavaco (1995) promove e divulga o Turismo através do boca-a-boca que é produzido pelo turista quando retornar a sua cidade de origem, formando assim um conjunto de ganhos.

A importância da gastronomia e seu potencial de atratividade enquanto produto primário capaz de atrair, por si só, turistas de diversas regiões, é ressaltado no estudo de Mascarenhas; Gândara (2015) onde diz que a gastronomia pode se tornar atrativo turístico, sendo valorizada como elemento de qualidade e competitividade entre os destinos e como elemento gerador de desenvolvimento regional.

O Patrimônio Arquitetônico na Formação do Cenário Turístico de São Cristóvão

Geograficamente e para fins turísticos, São Cristóvão, quarta cidade mais antiga do Brasil, está localizado a 23 km da capital Aracaju, e limita-se com o estuário do rio vaza-barris e os municípios de Nossa Senhora do Socorro, Itaporanga D'ajuda e Aracaju (capital de Sergipe). Tem como principal fator atrativo o seu rico acervo arquitetônico e museológico. É uma das mais importantes cidades do Polo Costa dos Coqueirais. Polo esse, que faz parte da divisão turística instituída através do Programa de Regionalização do Turismo visando um melhor direcionamento das políticas públicas do turismo no país.

O centro histórico de São Cristóvão se configura como um representante legítimo de Sergipe nos aspectos sociais, religiosos e culturais e tem na sua arquitetura sacra e civil

toda a historicidade moldada através do tempo, tendo como principal influência a colonização de Portugal e Espanha tornando-se perceptível o domínio ibérico no seu traçado urbano e nas suas construções coloniais.

O patrimônio material sacro do centro histórico é formado pelos bens construídos pelas ordens religiosas católicas que se radicaram em São Cristóvão. Que de acordo com Abadia; Barroco (2012) fixaram-se na cidade os religiosos Jesuítas (1597), Capuchinhos (1603), Carmelitas (1618 ou 1619), Beneditinos (1693) e por fim, os Franciscanos, que se tornariam proprietários de terras, gados e engenhos.

O patrimônio de maior singularidade é sem dúvida a Praça São Francisco (FOTO 1), tombada pela UNESCO¹ em 2010, como Patrimônio da Humanidade, sendo o único exemplar no Brasil erguido a partir das regras da Ordenação Filipinas no período de domínio da União Ibérica, entre 1580-1640. O Conjunto arquitetônico da praça é composto por outros atrativos, tais como: a Igreja de São Francisco, o Convento de Santa Cruz, a Capela da Ordem Terceira, onde funciona o atual Museu de Arte Sacra que é o 2º maior em importância histórica; a antiga Santa Casa com a Igreja da Misericórdia (que foi também o Hospital de Caridade e, atualmente, é o Lar Imaculada Conceição) e o Palácio dos Governadores, construção do final do século XVIII (onde, desde 1960, funciona o Museu Histórico de Sergipe).



Foto 1 - Praça São Francisco, Patrimônio da Humanidade, São Cristóvão - SE

Fonte: Eliane Azevedo, 2017.

¹ Bens brasileiros tombados pela UNESCO. Disponível em <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/cultura/world-heritage>. Data de acesso 31/10/2016.

Além do conjunto arquitetônico da Praça São Francisco, São Cristóvão tem o Convento do Carmo, além das igrejas de São Francisco e da Ordem Terceira de São Francisco, da Misericórdia, da Matriz de Nossa Senhora da Vitória, de Nossa Senhora do Carmo, da Ordem Terceira do Carmo (Senhor dos Passos), de Nossa Senhora do Amparo, do Rosário dos Homens pretos, além dos casarios que compõem o acervo sacro de São Cristóvão.

Com a elevação da Praça São Francisco a Patrimônio da Humanidade, os moradores, pesquisadores, historiadores e entusiastas celebraram a conquista por entender que aquele seria um momento no qual ocorreria um amplo desenvolvimento turístico da cidade. Porém, passados os sete anos de conquista, o turismo em São Cristóvão ainda é amplamente discutido, onde se percebe que a forma de organização do espaço turístico necessita ser repensado, tendo em vista que o turismo ainda não é consolidado, sendo necessários estudos preliminares que contribuam para mudar este cenário.

Dessa maneira, percebe-se que é imprescindível estabelecer estratégias de fortalecimento de outras ofertas e de consolidação de roteiros viáveis, englobando os diversos aspectos turísticos encontrados na cidade, além de um planejamento da atividade ordenada, coerente e sustentada que promova positivamente os aspectos históricos e Culturais da cidade.

Patrimônio Imaterial- A Vocação Doceira do Município de São Cristóvão

A alimenta o enquanto patrim nio pode ser considerada uma importante fonte de informa es sobre um determinado grupo humano e também sobre um determinado período histórico, pois, como salienta Macena (2003, p. 63), e reafirma essas discussões autores como: Peixoto (2000), Anico; Peralta, (2004), Funari; Pelegrini (2006)   patrim nio [...] “tudo o que existe como elemento essencial para o registro da memória individual e coletiva, e que possa contribuir com a forma o do sentimento de pertenc a de uma comunidade”. Com base nisso, considera-se que não   apenas o Patrimônio arquitetônico que favorece o sentimento de pertenc a   popula o Sancristovense, mas, sobretudo, as referências culturais tais como manifesta es artísticas, folclóricas, gastron micas e todo o saber ser e saber fazer existente na comunidade.

Face ao exposto, as iguarias figuram como verdadeiros Patrimônios Imateriais e como tal são passíveis de serem experimentados no que podemos chamar de consumo simbólico, apreciados e compartilhados com os turistas. Assim, Gândara (2009, p 3) considera que

a essência do consumo simbólico reside na valoração simbólica atribuída a um objeto, sob a lógica dessa modalidade de consumo, um prato da culinária regional pode permitir um exercício nostálgico ou uma conexão cultural com a localidade visitada, da mesma forma que frequentar um estabelecimento pode demarcar status social ou pertencimento a um grupo. Em todos os casos, a comida e os estabelecimentos a ela vinculados tornam-se fontes de experiências, que terminam por saciar necessidades muito mais complexas que as fisiológicas.

São Cristóvão possui uma gastronomia diversificada composta de pratos salgados a base de peixes, mariscos, crustáceos e etc., mas é a produção de iguarias doces que figura como parte mais forte no repertório gastronômico da cidade, estando presente no cotidiano e nas festividades. São especialidades culinárias tais como cocadas de forno, doces em compota, geleia de pimenta, o sarolho, o beiju molhado, o pé de moleque, o má casado, a bolachinha de goma, além das famosas queijadas e dos delicados *bricelets*. Estes doces são produzidos por diversas doceiras do Centro Histórico e na cooperativa de Doces situada no povoado Cabrita, e traduzem um ofício comum entre as mulheres do município (ARAGÃO; LEAL, 2012).

Dentre a variedade de doces encontrada em São Cristóvão, o de maior popularidade é sem dúvidas a queijadinha, patrimônio imaterial de Sergipe desde março de 2011 através do decreto de número 27.720. Sua importância é notadamente parte do orgulho identitário/gastronômico da população e é um dos doces mais procurados pelo turista quando visitam a cidade.

De acordo com Fontes (2007 apud ARAGÃO; LEAL, 2012, p. 391), a queijada, doce feito com farinha do reino, manteiga e leite, complementada com um doce de coco que sobrepõe uma capa delicada como se fosse um biscoito, é conhecida no Brasil e fora dele. A produção da queijada em São Cristóvão é tradição a mais de 200 anos, e sua principal representante, dona Marieta dos Santos, que é proprietária do estabelecimento intitulado casa da queijada, produz em média 300 queijadas por dia, tendo na venda do doce o principal meio de sustento da família. Assim, essa iguaria, se tornou um símbolo para os moradores da cidade e parada obrigatória para os turistas.

Além da queijada, outro doce que mistura tradição, história e religiosidade são os Bricelets produzidos na antiga edificação da Santa Casa de Misericórdia, hoje lar imaculada Conceição que conforme Mello (2016, p.13)

sua receita é de origem suíça e possui em sua composição, ovos, leite, açúcar, trigo e manteiga podendo conter ainda suco de laranja e limão. A massa é disposta em uma máquina elétrica que assa os biscoitos imprimindo-lhes na superfície delicados desenhos geométricos.

A vocação doceira de São Cristóvão é algo notório. Dessa maneira, considera-se que esses elementos de referência identitária constituem uma fonte inesgotável de saberes da comunidade e apresentam o delinear de toda a trajetória histórica, econômica e social da cidade. Pode-se então afirmar, que as iguarias figuram como uma oferta turística presente e sua preservação e sinergia com outros atrativos turísticos são passíveis de tornarem-se fortes elementos no desenvolvimento e consolidação da atividade turística na cidade.

Sustentando as colocações anteriormente citadas, Fagliari (2005, p 16) tece algumas considerações pertinentes ao estudo:

Turismo e alimentação podem e devem caminhar lado a lado. Esse aproveitamento de elementos gastronômicos de diferentes localidades turísticas pode ser feito de forma vantajosa para todas as partes envolvidas: turistas, gestores, planejadores e comunidade. Ao mesmo tempo em que se trabalha a questão de valorização da cultura, por meio de valorização de culinárias tradicionais e da criação de novos empregos, também se disponibiliza oferta maior e diferenciada de atrativos turísticos para os visitantes.

Complementando essa ideia, Castrogiovanni (2013, p.383) ressalta que, “a cada instante há mais do que os olhos podem ver, do que o olfato pode sentir ou do que os ouvidos podem escutar” e dessa maneira “[...] a cidade é o que é visto, mas mais ainda, o que pode ser sentido”.

Corroborando as afirmativas que a valorização cultural/gastronômica é fonte de simbolismo e por sua vez enriquece a atividade turística, podemos considerar que o patrimônio imaterial é fonte do ser, do saber fazer e do saber viver de um lugar. Assim, o imaterial possibilita dá vida ao material, formando um conjunto que retrata a identidade do povo e toda sua historicidade seja através dos traçados arquitetônicos ou do cheiro, sons e gostos.

Caminhos para a Diversificação do Produto - Dinamizando a Oferta Turística a partir da Gastronomia

Muitos autores vêm ressaltando as contribuições da Gastronomia e da culinária como elemento estratégico de diferenciação e atratividade em destinos, justamente por sua ligação com a identidade cultural de uma localidade. Nas publicações nacionais consultadas, foram relevantes para esse estudo, os trabalhos de Coelho Neto; Azevedo (2010), Gândara (2009), Gimenes (2006; 2014) Mascarenhas; Gândara (2015), Schluter (2003; 2006) com livros e produções em português e espanhol, e nas produções acadêmicas internacionais o trabalho de: Hall et. al. (2003), Croce; Perri (2010) que mostram em seus escritos que a gastronomia e suas possibilidades de conferir afirmativas e diferenciação ao produto turístico é uma temática importante para estar no cerne das discussões e precisa ser tratada de maneira significativa, consistente e aplicada, para que assim como outros atrativos de ordem natural, cultural e artístico possam ser reconhecidos.

Para Fagliari (2005), a gastronomia enquanto produto turístico é uma forma de preservação da cultura de um povo que tem a capacidade de ajudar a resgatar antigas tradições que estão prestes a desaparecer. Logo, se os elementos culturais puderem ser trabalhados como atrativos sem perder suas características originais, estarão auxiliando na preservação e no resgate das tradições, ajudando a manter vivo o patrimônio imaterial do lugar e conferindo um status turístico a esses elementos e cidades que os detêm. Além disso, Schluter (2003, p. 67) registra que “o uso turístico do patrimônio cultural faz com que a gastronomia adquira cada vez maior importância para promover um destino e para atrair correntes turísticas”, e sendo uma estratégia de competitividade.

A diversificação, intensificação e ligação dos produtos viáveis para o turismo podem ser cruciais para a competitividade e o desenvolvimento dos destinos. De acordo com as considerações de Jafari (1982 apud BENUR; BRANWELL, 2015), a atração de destinos para turistas depende normalmente das características físicas e ambientais que incluem as condições climáticas, a paisagem, e toda a oferta natural presente, e das características socioculturais que incluem a história, a política, a arte, as atividades econômicas, os modos de vida, os monumentos, e claro, a gastronomia. Nesse sentido,

podemos considerar que em nível de potencialidade alguns se tornam produto principal e outros são complementares na atividade turística.

Para Benur; Branweel (2015) no artigo que versa sobre desenvolvimento de produtos turísticos e diversificação do produto em destinos, os autores apontam que a diversidade de atrativos turísticos e a sinergia que estes podem trazer ao desenvolvimento de um destino, provocam iniciativas regionais de incremento a partir dos produtos alimentares e bebidas produzidas localmente que podem reforçar o produto, aumentar a competitividade do destino e melhorar consideravelmente a experiência do turista, flexibilizando as opções para as demandas consumidoras. Complementando essas considerações, Gimenes (2006) corrobora quando diz que a gastronomia típica merece relevância não apenas por se constituir em um bem cultural, mas, por proporcionar uma importante inter-relação entre o turista com a realidade visitada, seus ritos, valores e tradições locais.

Nesse delinear, ainda de acordo com as considerações de Benur; Branweel (2015, p. 215),

[...] Em primeiro lugar, no caso da diversidade de produtos turísticos, isso pode aumentar a competitividade do destino oferecendo experiências e atividades variadas, maior potencial de produtos personalizados que atendam às necessidades e interesses individuais dos turistas e maior flexibilidade em resposta aos gostos e demandas turísticas.

Conforme exposto pelos autores, a diversificação da oferta turística possibilita atender uma diversidade de grupos em seus estilos variados, podendo oferecer produtos que atendam mais nichos e que, conseqüentemente, agradem ao máximo de pessoas em uma única viagem.

As vantagens comparativas já não são mais suficientes para assegurar a competitividade de uma cidade, logo, torna-se necessário acrescentar vantagens competitivas para que um produto possa ter diferencial relevante e assim possa ser escolhido em detrimento de outro. Para Hogarth; Michaud (1991) as fontes de vantagem competitiva podem ser definidas como o acesso privilegiado a recursos únicos, a capacidade de transformação dos fatores de produção em produtos vendáveis no mercado, a capacidade de renovar estoque de recursos e competências para criação de novos produtos e mercados, e a geração de um fluxo contínuo de inovações.

É claro dizer que, o marco fundamental nessa passagem de século é a mudança dos consumidores (turistas ou viajantes), com necessidades e expectativas muito maiores do que em décadas passadas, muito em consequência do acesso a tecnologias de informação e comunicação. Desse modo, os destinos precisam pensar suas estratégias para atrair as demandas, ressaltando os diferentes tipos de produtos, as experiências exclusivas, personalizadas, bem como as relações interpessoais (PEREIRA; OLIVEIRA; TADEUCCI, 2014, p.12). Já que como explica Beni (2011, p.74), “as pessoas vêm buscando sistematicamente produtos e serviços que causem sensações novas, prazeres e emoções inusitados, desprezando ofertas que não contemplem essas formas de experiência”.

Nesta perspectiva, considera-se que os elementos intangíveis merecem uma atenção especial nessa atual conjuntura de demanda, uma vez que são favoráveis para incorporar a natureza e a cultura como elemento agregador nos territórios em que a atividade turística represente forte peso no desenvolvimento socioeconômico e na geração de riquezas, fato possível devido as necessidades do novo perfil de demanda (MAZARO; PANOSSO NETTO, 2012).

Face ao exposto, considera-se que é extremamente necessário, ações que potencializem a valorização da produção cultural existente. Essa “comercialização” turística da cultura se justifica pelo fato de ela ser a melhor estratégia para diferenciar a oferta de um destino turístico da concorrência, considerando que todo território possui características, riquezas e valores endógenos únicos e inimitáveis.

É conveniente destacar, que a imagem de iguarias tão peculiares relativas ao universo gastronômico de São Cristóvão, se planejadas, permite essas vantagens, uma vez que como explica Andrade (2014), o planejamento da identidade é fundamental para que o destino consiga estabelecer diferenças e particularidades, já que é por meio destas que será definida uma personalidade para o destino, pois assim poderá propagar impressões desejáveis e convincentes para aumentar o seu nível de atratividade. Cabe salientar, que a nível turístico, São Cristóvão ainda não figura como um destino consolidado, porém, possui um elevado nível de atratividade e agrega valor ao polo Costa dos Coqueirais, sendo também uma das mais importantes cidades presentes no roteiro cidades históricas, instituído através do Programa de Regionalização do Turismo em meados de 2004.

Fazendo uso das palavras do pesquisador Bahl (2004, p. 65), é claro dizer que, não se pode pensar em Turismo sem desenvolvimento integrado, por considerar que: “focos isolados exigem uma oferta turística muito representativa para que se possa desprezar o que existe no entorno”. Embora São Cristóvão possua um rico acervo arquitetônico, este por si só não tem tido a força de atrair uma demanda considerável, é preciso compreender que o rico acervo gastronômico é uma estratégia de integração, ligação e potencialização do turismo naquela localidade.

Dessa maneira, é conveniente destacar que as estratégias de diversificação do produto em um destino precisam passar pela (1) identificação e classificação dos atrativos, escolhendo quais e como serão trabalhados para os turistas; (2) mensuração da atratividade do destino e das atrações turísticas; (3) utilização de ferramentas de gestão do destino de maneira global e coesa (COELHO, 2015, p.489).

Considerações Finais

Discorrer sobre a Gastronomia de São Cristóvão e suas contribuições para a atividade turística nos remete a uma possibilidade constante de revisitar os traços históricos e culturais presentes naquela cidade e de consolidar uma linha tênue entre as referências identitárias e a diversificação de atrativos para a consolidação de um produto turístico.

A cidade de São Cristóvão, como pôde ser visto na construção do artigo, possui diversos atrativos turísticos, muitos deles ainda pouco explorados. O turista quando visita a cidade, encontra museus, igrejas, monumentos, rios, uma gastronomia rica em iguarias, festas religiosas tradicionais e demais manifestações folclóricas herdadas das influências colonizadoras e mantidas através dos tempos. Porém, atitudes para a utilização sustentável desses atrativos pelo e para o turismo, como a elaboração de um plano municipal de turismo, plano estratégico de Marketing, ou mesmo um inventário da oferta turística ainda não foi elaborado, configurando-se como um dos principais problemas para o ordenamento da oferta turística disponível ou mesmo para a elaboração roteiros turístico eficazes, apresentado aqui como uma solução viável.

Considerando as palavras de Garcia et. al. (2015), a criação de rotas turísticas e de roteiros integrados pode ser uma ação significativa para desenvolvimento das regiões. Dessa maneira, a promoção do turismo de forma regionalizada seria uma maneira de

potencializar a oferta turística local, proporcionando um produto de maior valor agregado, beneficiando tanto os turistas ou visitantes, como a comunidade local, uma vez que “ações municipais isoladas limitam o desenvolvimento turístico, diferentemente do que ocorre com ações conjuntas ou regionalizadas” (GARCIA; ZOTTIS; BONHO, 2015, p.70).

Ainda, conforme Santos; Campos; Santos (2012), a elaboração, bem como estruturação de roteiros turísticos viáveis, possibilita o desenvolvimento ordenado do turismo nos municípios e regiões, tendo em vista que o aumento da oferta turística resulta numa maior atratividade para o destino, demandando mais turistas para uma determinada região.

Enfatizamos que apesar dos gestores locais reconhecerem essa importância, ainda não existem propostas concretas ou estratégias bem definidas que permitam converter a cidade de São Cristóvão em um destino turístico, e conseqüentemente, em longo prazo, um destino competitivo. Considerando que a produção simbólica existente é singular, mas em termos de potencialidade real só poderá trazer resultados significativos se forem implementadas as ações políticas necessárias à sua consolidação.

Notadamente, a cidade apresenta um excepcional conjunto patrimonial material e imaterial, porém, deve-se ressaltar que urge a necessidade do desenvolvimento de novas formas de planejamento para que, de fato, estes bens possam ser melhor apropriados pelo/para prática turística. Outro fato relevante é reconhecer que o patrimônio seja ele material ou imaterial, é um dos principais instrumentos de desenvolvimento turístico, se forem reconhecidos e utilizados de modo sustentável.

Referências Bibliográficas

ABADIA, Beijanine Ferreira Cunha; BARROCO, Helio Estrela. Cidade de Sergipe D’El Rei: O patrimônio e o turismo no centro histórico de São Cristóvão. **Rosa dos Ventos**, v. 4, n. 4, Caxias do Sul, out-dez, 2012, p. 522-535.

ANDRADE, Mariana Bueno. **Sustentabilidade ambiental na composição da marca de um destino turístico**: o caso de Fernando de Noronha. Dissertação (Mestrado) – Administração/UFPE/Programa de Pós-Graduação em Administração, Recife, 2014.

ANICO, Marta; PERALTA, Elsa. **As políticas culturais num contexto de globalização: processos e dinâmicas do património em Ílhavo e em Loures.** In: VIII Congresso Luso-Afro Brasileiro de Ciências Sociais, realizado entre 16 e 18 de setembro de 2004, Coimbra, 2004.

ARAGÃO, Ivan Rêgo; LEAL, Rosana Eduardo Silva. Memória, Patrimônio e Atrativo turístico: A doçaria na festa de Senhor dos Passos, em São Cristóvão – Sergipe. **Revista Rosa dos ventos**, v. 4, n. 3, Caxias do Sul, jul-set de 2012, p. 384-396. Disponível em http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/viewFile/1561/pdf_83

BAHL, Miguel. **Viagens e Roteiros Turísticos.** Curitiba: Prottexto, 2004.

BENI, Mario Carlos. **Globalização do Turismo: Megatendências do setor e a realidade Brasileira.** 3. ed. São Paulo: Aleph, 2011.

BENUR, Abdelati M.; BRAMWELL, Bill. Tourism product development and product diversification in destinations. **Tourism Management**, v. 50, 2015, p. 213-224. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517715000412>

CAVACO, Carminda Maria Mariano. Turismo Rural e Desenvolvimento Local. In: CAVACO, Carminda Maria Mariano. **As Regiões de Fronteira - Inovações e Desenvolvimento do Mercado Único Europeu**, n. 43, Lisboa, 1995, p. 351-401.

CASTROGIOVANI, Antônio Carlos. Turismo, organização, reconstrução do espaço urbano contemporâneo. **Revista Rosa dos Ventos**, v. 5, n. 3, Caxias do Sul, jul-set de 2013, p. 381-389. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2241>

COELHO, Marina de Freitas. O que atrai o turista? Gestão da competitividade de destinos a partir de atrações e da atratividade turística. **Revista Rosa dos Ventos**, v. 7, n. 4, Caxias do Sul, 2015, p. 489-505. Disponível em: <http://ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/3550>

COELHO NETO, Ernani; AZEVEDO, Marcelo. Turismo, Imagem Territorial e Gastronomia: o valor simbólico da culinária na atratividade de destinos turísticos brasileiros. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 5, n. 2, jan.

2010, p. 1-13. Disponível em:
<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/5768/4480>

CORNER, Dolores Martin Rodrigues. **A Gastronomia como Atrativo no Turismo Cultural**. In: VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2006.

CROCE, Erica; PERRI Giovanni. **Food and wine tourism: food, integration travel and territory**. Wallingford, UK: CABI, 2010.

FAGLIARI, Gabriela Scuta. **Turismo e Alimentação: análises introdutórias**. São Paulo: Rocca, 2005.

FUNARI, Pedro Paulo; PELEGRINI, Sandra de Cássia Araújo. **Patrimônio histórico e cultural**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

GÂNDARA, José Manoel Gonçalves. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: PANOSSO NETO, A.; ANSRAH, M. G. R. **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, São Paulo: Manole, 2009, p. 179-191.

GARCIA, Roslaine Kovalczuk Oliveira; ZOTTIS, Alexandra Marcella; BONHO, Daniel Vicente. A gastronomia e seu uso turístico: a contribuição do projeto de extensão “turismo e gastronomia: unindo sabores e saberes” para a valorização do patrimônio cultural imaterial. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 12, n. 2, Novo Hamburgo, ago de 2015, p. 67-82.

GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. **Patrimônio Gastronômico, Patrimônio turístico: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil**. In: Anais do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, realizado entre 7 e 8 de julho de 2006. Caxias do Sul. p. 1-15

GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. **Atrativos gastronômicos da cidade de São Paulo (SP): análise preliminar**. In: XI Seminário da Associação Nacional

Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, realizado entre 24 e 26 de setembro de 2014.
Fortaleza/CE

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HALL, Michel; SHARPLES Liz; MITCHELL, Richard; MACIONIS, Niki; CAMBOURNE, Brock. **Food tourism around the world: Development, management and markets**. Oxford: Butterworth Heinemann, 2003.

HOGARTH, Robin; MICHAUD, Claude; DOZ, Yves; HEYDEN, Ludo Van Der. **Longevity of business firms: a four-stage framework for analysis**. Fontainebleau: INSEAD, 1991.

MACENA, Lourdes. Festas, danças e folguedos: elementos de identidade local, patrimônio imaterial de nosso povo. In: MARTINS, J. C. de O. (Org.). **Turismo, cultura e identidade**. São Paulo: Roca, 2003, p. 63-76.

MACIEL, Maria Eunice. Cultura e alimentação ou o que tem a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? **Horizontes Antropológicos**. n. 16, Porto Alegre, 2001, p. 145-156. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832001000200008&script=sci_arttext>

MASCARENHAS, Rúbia Gisele Tramontin; GÂNDARA, José Manoel. O papel da gastronomia na qualidade e na competitividade dos destinos turísticos. **CULTUR: Revista de Cultura e Turismo**, v. 9, n. 1, 2015, p. 60-83.

MAZARO, Rosana Mara; PANOSSO NETTO, Alexandre. Competitividade e inovação em turismo. In: BENI, M. C. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão**. Barueri, SP: Manole, 2012, p. 367 - 381.

MELLO, Janaína Cardoso. Doces tentações: uma história de indicação geográfica como direito a propriedade intelectual na cultura alimentar luso brasileira. **PIDCC**, Aracaju, v. 10, n. 01, 2016, p.149-166.

PEIXOTO, Paulo. **O patrimônio mundial como fundamento de uma comunidade humana e como recurso das indústrias culturais urbanas**. Coimbra: Faculdade de Economia, Centro de Estudos Sociais, 2000, 18 p.

PEREIRA, Ubiratam Nazareth C.; OLIVEIRA, Edson Aparecida A. Q.; TADEUCCI, Marilsa Sá Rodrigues. **A importância das inovações tecnológicas no setor do turismo**. In: *III Congresso Internacional de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento*. Taubaté- SP, realizado entre os dias 20 e 22 de outubro de 2014. UNITAU, Taubaté. Disponível em http://www.unitau.br/files/arquivos/category_154/MPH0322_1427390993.pdf

SANTOS, Luara Lázaro Gomes; CAMPOS, Antônio Carlos; SANTOS, Cristiane Alcântara J. **Regionalização do turismo no Brasil e a descentralização do turismo no estado de Sergipe**: o caso do roteiro cidades históricas. In: XII Coloquio Internacional de Geocrítica. Independencias y construcción de estados nacionales: poder, territorialización y socialización, siglos XIX-XX, realizado em 2012, Bogotá. <<http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2012/actas/07-L-gomes.pdf>>

SCHLÜTER, Regina G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

SCHLÜTER, Regina G. **Turismo y patrimonio gastronómico**: una perspectiva. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2006.

SERGIPE. Governo de Sergipe. Decreto de reconhecimento da queijada como patrimônio imaterial sergipano, nº 27.720 de 24 de março de 2011.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In SILVA, Tomás Tadeu da. (org.) **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 73-102.

Recebido em 05/10/17.

Aprovado em 09/12/17.