SABORES DO PARANÁ: ANALISE DA PROMOÇÃO TURÍSTICA

Chayenne Aparecida de Goes (PIBIC/Fundação Araucária/UEPG), Mirna de Lima Medeiros (Orientadora), e-mail: mirnadelimamedeiros@gmail.com.br

Universidade Estadual de Ponta Grossa/Departamento de Turismo

Administração, Ciências Contábeis e Turismo.
Palavras-chave: Turismo, Promoção Turística, Gastronomia.

Resumo
Conforme a Secretaria de Esporte e Turismo do estado do Paraná, as regiões turísticas “Campos Gerais”, “Cataratas do Iguaçu e Caminhos do Lago”, “Corredores das Águas”, “Litoral”, “Riquezas do Oeste”, “Rota do Pinhão” possuem o turismo gastronômico como um dos seus principais segmentos. Entendendo que essas regiões provavelmente possuiriam elementos gastronômicos em sua promoção turística, foi verificado quais municípios fazem parte dessas regiões e foi analisado se apresentam a gastronomia (como apoio ou como atrativo turístico). Por fim, o que se encontrou com relação à oferta gastronômica nos sites das prefeituras foi comparado com o site da Secretaria de Esporte e Turismo. Foram analisados os 120 municípios das 6 regiões do Paraná. Pode-se verificar que poucos municípios possuem uma seção sobre turismo e abordam a gastronomia de algum modo (menção textual ou representação figurativa). Na comparação da imagem projetada pelas prefeituras dos municípios analisados e da Secretaria de Esporte e Turismo percebe-se que as tradições gastronômicas apresentadas não são similares. Houve coincidência apenas em dois casos no “Litoral” e na “Riqueza do Oeste”.

Introdução

O turismo e a gastronomia são inseparáveis, pois não há como se pensar em turismo sem prever, entre outros itens, a alimentação seja para curta ou longa permanência. O viajante não pode abster-se de comer, e desta forma, tende a experimentar a cozinha local. Ao mesmo tempo em que sanam uma necessidade básica, alimentos e bebidas podem se tornar um atrativo principal ou secundário de alguns destinos (FAGLIARI, 2005).

O presente trabalho possui como objetivo geral verificar se a gastronomia faz parte da promoção turística do Paraná. Para alcançar o objetivo geral, os seguintes objetivos específicos foram formulados: Tecer um breve referencial teórico com relação à importância da gastronomia no Turismo; Listar os principais elementos gastronômicos de cada região do Paraná; Analisar a promoção turística com relação à gastronomia paranaense.

Neste trabalho foi discutida a importância da gastronomia no turismo, imagem de destinos turísticos, além da gastronomia na imagem projetada, que será explicada na seção a seguir. A sua parte empírica foi realizada através da verificação da imagem dos destinos com relação aos elementos gastronômicos, no estado do Paraná. As principais contribuições são para o meio acadêmico tendo assim mais materiais específicos sobre o estado. Para quem trabalha no setor, o conhecimento com relação à situação atual pode contribuir para o delineamento de estratégias para o aumento da demanda. E para o próprio turista pode ser útil para o conhecimento com relação à oferta gastronômica.

Materiais e Métodos

O trabalho é exploratório-descritivo. Sua coleta de dados se deu por meio de dados secundários. Primeiramente pelo mapa turístico do Paraná observaram-se quais regiões tem como segmento o turismo gastronômico. Das dez regiões, seis possuem a segmentação. Depois dessa análise foi verificada a imagem projetada dos municípios existente nessa região com o total de 120 municípios analisados. Depois disso, foram analisados quais desses municípios possuíam menção textual e/ou menção figurativa sobre a gastronomia. Depois de analisar os sites foi realizada uma comparativa entre o a Secretaria de Esporte e Turismo do estado e os sites das prefeituras. Os dados foram analisados e categorizados por meio de análise de conteúdo.

Revisão de literatura

A gastronomia para Braune (2007, p.14) seria: uma disciplina que exige arte não somente de quem executa, mas também de quem a consome ou usufrui. É artesanato, porque exige de quem a faz conhecimento, habilidade e técnica. A gastronomia pode ser um fator motivacional para os turistas, bem como impacta na avaliação pós-visita por ser parte da experiência vivenciada pelo turista (GIMENES, 2011). “Podendo ser gerido a partir de atrações, tais como a culinária regional, eventos gastronômicos e estabelecimentos que oferecem alimentos e bebidas diferentes, tais como estradas, rotas e circuitos gastronômicos” (GÂNDARA, 2008).

A imagem de um destino para Acerenza (2002, p. 206), de uma maneira simplificada, quando se trata de destinos turísticos, a “imagem pode ser descrita como uma representação mental que se tem de um determinado destino turístico...”, já para Barbosa (2016), afirma que destino com um imaginário, um ícone, com uma marca, um preço e um lugar no mercado, com uma comunidade que participa se identifica e exerce seu papel de anfitriã.

A gastronomia é um produto turístico de bastante influencia na promoção de destinos para CASTRO, et al (2010). Tornando a gastronomia um importante ponto de contato de turista com a localidade visitada, bem como uma serie de conteúdos e tradições.

Resultados e Discussão

O quadro 1 a seguir, mostra quais municípios possuem menção textual e/ou menção figurativa com relação a gastronomia.

Quadro 1 – apresentação dos municípios e qual menção possuem:

Regiões	Municípios	Menções Textuais	Menção Figurativa
Campos Gerais	Carambei	✓	✓
	Palmeira	✓	✓
	Ponta Grossa	✓	✗
	Tibagi	✓	✗
Cataratas do Iguaçu e Caminhos do Lago	Foz do Iguaçu	✓	✗
	Guaíra	✓	✗
	Marechal Candido Rondon	✓	✗
	Missal	✓	✗
	São Miguel do Iguaçu	✓	✗
	Serranopólis do Iguaçu	✓	✗

Corredores das Águas	Lobato	✓	×
	Maringá	✓	×
	Munhoz de Melo	✓	×
Litoral	Antonina	✓	×
	Matinhos	✓	✓
	Paranaguá	✓	×
	Pontal do Paraná	✓	×
Riquezas do Oeste	Nova Aurora	✓	✓
	Tupassi	✓	✓
Rota do Pinhão	Colombo	✓	✓
	Curitiba	✓	✓
	Pinhais	×	✓
	Piraquara	✓	✓
	São José dos Pinhais	×	✓

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Analisando as regiões observa-se o que as prefeituras apresentavam eram apenas produtos como tortas, churrascaria, pizzarias, bares e/ou não necessariamente um atrativo turístico, mas sim uma estrutura secundária. Comparando a imagem projetada pelas prefeituras com o site da Secretaria de Esporte e Turismo do Paraná (SETUR, 2014), observa-se que a tradição gastronômica que é apresentada não é similar como se pode observar no quadro 2.

Quadro 2: O quadro a seguir a analise realizado entre os sites:

Região	Gastronomia pela Secretaria de Esporte e Turismo	Gastronomia pela analise dos sites da prefeitura
Campos Gerais	Feijão tropeiro, arroz carreteiro, quibebe, paçoca de carne, biscoito de polvilho, castropeiro	Tortas, churrasco.
Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu	Pintado na telha, porco á Paraguai	Foram encontrados os elementos gastronômicos, como restaurantes, bares, etc.
Corredores das Águas	Carneiro no buraco	Foram encontrados os elementos gastronômicos, como restaurantes, bares, etc.
Litoral	Barreado	Barreado.
Riquezas do Oeste	Porco no rolete	Porco no rolete.
Rota do Pinhão	Quirera e virado	Foram encontrados os elementos gastronômicos, como restaurantes, bares, etc.

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

A tradição gastronômica apresentada pela Setur e pelas prefeituras analisadas não é similar, como por exemplo: em “Campos Gerais”, “Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu”, “Corredores das Águas” e “Rota do Pinhão” apresentam apenas tortas, churrascos, elementos gastronômicos como restaurantes e bares. Apenas no “Litoral” e “Riquezas do Oeste” as duas entidades possuem informações similares.

Conclusões

O objetivo foi alcançado de acordo com a análise desenvolvida. O resultado mostrou-se que a gastronomia faz parte da promoção turística, ainda que de

maneira secundária. Porém, ainda falta um maior desenvolvimento da promoção turística das cidades para com esse segmento. Observou-se que as regiões do Paraná possuem diversificação da gastronomia, podendo utiliza-los como atrativos. Contudo, ficou evidente a falta de alinhamento entre as prefeituras e a Secretaria de Esporte e Turismo, pois a tradição gastronômica apresentada não é alinhada. Como contribuição mercadológica sugere-se repassar informações complementares aos turistas. Houve limitações à falta de informações e manutenção em alguns sites. Esse trabalho abre possibilidades para trabalhos futuros, como por exemplo, analisar porque as informações das prefeituras sobre a gastronomia não são as mesmas apresentadas pela secretaria de esporte e turismo, e como os Campos Gerais poderia melhor aproveitar o segmento de turismo gastronômico.

Agradecimentos
À Fundação Araucária pelo apoio financeiro.

Referências

ACERENZA, M. A. Administração do turismo: **conceituação e organização**. Trad. Graciela Roberta. Bauru, SP: EDUSC, 2002

BARBOSA, J. L. M.; O turismo cultural e gastronômico e o fortalecimento da identidade e competitividade dos destinos: entrevista com JordiTresserras. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 9-14, ago. 2016.

BRAUNE, R.; FRANCO, S. **O que é Gastronomia**. São Paulo (SP): Brasiliense, Col. 322, primeiros passos, 1ª edição, 2007.

CASTRO, F. M. M.; et al.Gastronomia, Identidade e Turismo: **um relato de experiência sobre múltiplas dimensões da gramática alimentar sergipana.** Anais do 3º Congresso Brasileiro de Gastronomia e 1° Simpósio Regional de Ciência e Tecnologia de Alimento. Brasília: UNB, 2010.

FAGLIARI, S, G. **Turismo e Alimentação:** Análises Introdutórias. 1. Ed. São Paulo: Roca, 2005.

GÂNDARA, J. M. G. Reflexões sobre o Turismo Gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. **Segmentação do mercado turístico** – estudos, produtos e perspectivas. Cap. 10, p. 181-191.

GIMENES, M. H. S. G. Uma breve reflexão sobre o lugar da gastronomia nos estudos sobre turismo realizados no Brasil. **Turismo & Sociedade**. Curitiba v.4, n.2, p.42-428, outubro de 2011.

Secretaria do Esporte e Turismo – **Regiões Turísticas.** Disponível em: http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=247?&mobile=0. Acesso em: 16/02/2017 às 11h: 13min

Secretaria do Esporte e Turismo **Aonde você gostaria de ir no Paraná?** Disponível em: http://www.turismo.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=965. Acesso em: 16/02/2017 às 17h: 25min.