

ASSOCIAÇÃO VITORIENSE DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E CULTURA - AVEC  
CENTRO UNIVERSITÁRIO FACOL - UNIFACOL  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO

LAYS EMYLLY DE ELOI RAMOS  
MICHELE MARIA DINIS DE OLIVEIRA

**ANÁLISE SOBRE A INFLUÊNCIA DA GASTRONOMIA NA ESCOLHA DO  
DESTINO TURÍSTICO GRAVATÁ-PE**

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO - PE  
2021.2

LAYS EMYLLY DE ELOI RAMOS  
MICHELE MARIA DINIS DE OLIVEIRA

**ANÁLISE SOBRE A INFLUÊNCIA DA GASTRONOMIA NA ESCOLHA DO  
DESTINO TURÍSTICO GRAVATÁ-PE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Turismo do Centro Universitário Facol – UNIFACOL, como requisito parcial para obtenção do do título de Bacharel em Turismo.

Área de Concentração: Turismo e Gastronomia .  
Orientador: Ms. Flávio Nunes de Araújo Maia

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO - PE

2021.2

R175a

Ramos, Lays Emylly de Eloi, 2002 –

Análise sobre a influência da gastronomia na escolha do destino turístico Gravata-PE / Lays Emylly de Eloi Ramos; Michele Maria Dinis de Oliveira - Vitória de Santo Antão, PE: O Autor, 2021.  
44 f. 29 cm.

Orientador: Prof. Me. Flávio Nunes de Araújo Maia

Monografia (Bacharel em Turismo) - UNIFACOL – Centro  
Universitário FACOL, Vitória de Santo Antão, PE, 2021.

Resumo em português e inglês

Inclui Referências e Apêndice

1. Gastronomia. 2. Turismo. 3. Gravatá. I. Maia, Flávio Nunes de  
Araújo. II. Título.

CDD 380.641



ASSOCIAÇÃO VITORIENSE DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E CULTURA - AVEC  
CENTRO UNIVERSITÁRIO FACOL - UNIFACOL  
COORDENAÇÃO DE TCC DO CURSO DE TURISMO



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
ATA DE DEFESA

Nome do Acadêmico: Lays Emylly de Eloi Ramos e Michele Maria Dinis de Oliveira

Título do Trabalho de Conclusão de Curso: ANÁLISE SOBRE A INFLUÊNCIA DA GASTRONOMIA NA ESCOLHA DO DESTINO TURÍSTICO GRAVATÁ-PE.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao Curso de Turismo do Centro Universitário Facol UNIFACOL, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Área de Concentração: Turismo e Gastronomia

Orientador: Ms. Flávio Nunes de Araújo Maia

A Banca Examinadora composta pelos Professores abaixo, sob a Presidência do primeiro, submeteu o candidato à análise da Monografia em nível de Graduação e a julgou nos seguintes termos:

Professor: Ms. Flávio Nunes de Araújo Maia Julgamento – Nota: 9,0

Professor: Esp. José Wellington da Silva Julgamento – Nota: 9,0

Professor: Esp. Edleide Cavalcante de Oliveira Julgamento – Nota: 9,0

Nota Final: 9,0. Situação do Acadêmico: Aprovado. Data: 22/12/2021

MENÇÃO GERAL: \_\_\_\_\_

Coordenador de TCC do Curso de Turismo com ênfase em Gastronomia:

Flávio Nunes de Araújo Maia

Credenciada pela Portaria nº 644, de 28 de março de 2001 – D.O.U. de 02/04/2001.

Endereço: Rua do Estudante, nº 85 – Bairro Universitário.

CEP: 55612-650 - Vitória de Santo Antão – PE

Telefone: (81) 3114.1200

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, que me presenteia todos os dias com a energia da vida, que me dá forças e coragem para atingir os meus objetivos e aos meus pais que sempre me apoiaram na minha vida acadêmica.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente queremos agradecer a DEUS pela força e sabedoria de chegar até aqui, aos nossos familiares pelas forças e incentivos e ao nosso querido professor e orientador Flavio Maia por toda paciência, dedicação e atenção que fez com que nós realizássemos este trabalho. Obrigada a todos.

## RESUMO

O turismo e gastronomia ganha cada vez mais importância em Gravatá, em semelhança com outros destinos, assim movimentando um número considerável de turistas que viajam motivados pela gastronomia. O Município pode ser considerado um destino com grande potencial com esta modalidade de turismo, devido ao crescimento nesse setor que vão desde pequenos estabelecimentos gourmet até grandes restaurantes. A gastronomia em relação ao atrativo turístico proporciona a formação positiva e de valorização da cultura e da identidade da comunidade. Dessa forma, esse estudo teve por objetivo analisar o papel da gastronomia e se há influência na escolha do destino turístico de Gravatá. A metodologia utilizada seguiu uma abordagem quantitativa, com pesquisa de campo a partir de consumidores e buscou utilizar questões conceituais para fundamentação teórica. O instrumento utilizado para essa pesquisa foi um questionário *online* criado na plataforma *Google Forms*, onde obteve-se 163 inquiridos que consomem ou consumiram a gastronomia no destino turístico, e que vem fazendo uso como produto diferencial na localidade. Os resultados apontam que a gastronomia local é de extrema importância para vivenciar e se aculturar na localidade, e que o destino turístico pode se promover por meio da culinária, e atualmente tem uma influência na escolha do destino Gravatá. As análises também indicaram que o viajante julga de forma criteriosa os serviços, a importância dos pratos, e a higiene do local que são servidos a alimentação. O turismo gastronômico em Gravatá contribui para a decisão na escolha do destino, bem como ajuda o arranjo produtivo local em toda a comunidade.

**Palavras-Chaves:** Gastronomia; Turismo; Gravatá.

## **ABSTRACT**

Tourism and gastronomy are gaining increasing importance in Gravatá, similarly to other destinations, thus moving a considerable number of tourists who travel motivated by gastronomy. Gravatá can be considered a destination with great potential with this type of tourism, due to the growth in this sector, ranging from small gourmet establishments to large restaurants. The gastronomy in relation to the tourist attraction provides positive formation and appreciation of the communities' culture and identity. Thus, this study aimed to analyze the role of gastronomy as an influence on the choice of tourist destination in Gravatá. The methodology used followed a quantitative approach, with field research from consumers and sought to use conceptual questions for theoretical foundation. The instrument used for this research was an online questionnaire created on the Google Forms platform, where 163 inquirers who consume a gastronomy in tourist destinations and search for this differential in the locality were obtained. The results show that local gastronomy is extremely important to experience and acculturate in the locality, and that tourist destinations can be promoted through cuisine, and currently has an influence on the choice of destination Gravatá. The analyzes also indicated that the traveler judges judiciously the services, the importance of the dishes, and the hygiene of the place where the food is served. Gastronomic tourism in Gravatá contributes to the decision in choosing the destination, as well as helping the local productive arrangement throughout the community.

**Keywords:** Gastronomy; Tourism; Gravatá.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>QUADRO 01:</b> Melhores restaurantes de Gravatá.....	18
<b>FIGURA 01:</b> Divulgação da gastronomia como atrativo Rota 232.....	20
<b>FIGURA 02:</b> Modelo Teórico.....	21
<b>QUADRO 02:</b> Itens das variáveis em pesquisa.....	23
<b>GRÁFICO 01:</b> Proporção da variável Visita ao destino.....	24
<b>GRÁFICO 02:</b> Proporção da variável motivo da viagem.....	24
<b>GRÁFICO 03:</b> Proporção dos participantes de acordo com o Gênero.....	25
<b>GRÁFICO 04:</b> Proporção de acordo com o Estado.....	25
<b>GRÁFICO 05:</b> Proporção de acordo com a Idade.....	26
<b>GRÁFICO 06:</b> Proporção de acordo com a escolaridade.....	26
<b>GRÁFICO 07:</b> Proporção de com o Estado Civil.....	27
<b>GRÁFICO 08:</b> Proporção de acordo com a Renda Mensal.....	27
<b>GRÁFICO 09:</b> Quantidade de pessoas que residem na mesma residência.....	28
<b>GRÁFICO 10:</b> A importância da alimentação na escolha de um destino turístico...	28
<b>GRÁFICO 11:</b> Informações da alimentação do local para qual viaja.....	29
<b>GRÁFICO 12:</b> Informações antes da viagem.....	29
<b>GRÁFICO 13:</b> Aspectos mais importantes sobre a alimentação.....	30
<b>GRÁFICO 14:</b> Importância da gastronomia para o conhecimento da cultura local...	30
<b>GRÁFICO 15:</b> Interesse na comida regional.....	31
<b>GRÁFICO 16:</b> Informações antes de viajar.....	31

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Destino Turístico.....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Turismo Gastronômico.....</b>	<b>12</b>
<b>2.3 A Gastronomia como produto turistico.....</b>	<b>16</b>
2.3.1 A gastronomia como diferencial no turismo.....	15
2.4 A gastronomia de gravatá.....	16
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>22</b>
<b>3.1 População e Amostra.....</b>	<b>22</b>
<b>3.2 Procedimentos de Coletas de Dados.....</b>	<b>22</b>
<b>4 RESULTADOS.....</b>	<b>24</b>
<b>5 DISCUSSÃO.....</b>	<b>32</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>34</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>35</b>
<b>APÊNDICE</b>	

## 1 INTRODUÇÃO

A atividade turística é usada como uma maneira de lazer pela sociedade, logo vêm ganhando considerável relevância no mundo moderno, tendo em vista que enquanto serviço está envolvido no ambiente natural, cultural, comercial e rural da localidade que é visitada (ASSIS, 2002).

Percebe-se que o turismo pode gerar impactos tanto positivos quanto negativos na localidade que a desenvolve, por isso faz-se necessário ter um plano de desenvolvimento do turismo que leve em consideração o equilíbrio e equidade entre as dimensões da sustentabilidade, de modo a resultar em qualidade de vida da população residente, e não apenas gerar crescimento econômico para a localidade (SANTOS, 2013).

Diante do contexto, tem-se o deslocamento turístico e que ocorre geralmente por causa de diversos atrativos no ambiente natural, cultural, bem como realização de eventos em várias localidades. Logo, são os principais incentivadores do desenvolvimento turístico de uma região.

Os recursos naturais utilizados nas atividades e práticas turísticas são a utilização de água, combustíveis fósseis, recursos minerais, exploração de florestas, criação de estradas entre outros elementos existentes que são usados direta ou indiretamente na prestação de serviços e ou na fabricação de produtos para atender tanto as atividades turísticas como o comércio em geral (ANDRANDE; VAN BELEN, 2006).

O turismo e a alimentação podem ser vistas como um conceito cultural, do mesmo modo que a língua, as tradições, as festas, ou seja o movimento cultural de um povo (SUAUDEAU, 2006. p.10). Segundo Carneiro (2003) e Montanri (2004), afirma que é viável e interessante a intensificação dos estudos relacionados à gastronomia no Brasil, bem como nas localidades que tem uma gastronomia vasta e diversificada.

Estudos sobre abordagem da gastronomia como ciência e arte ficam evidentes com o crescimento e fortalecimento de vários restaurantes e redes hoteleiras nacionais e internacionais que trouxeram conhecimento e novas

abordagens sobre cocção (CARNEIRO, 2003 e MONTANARI, 2004).

Nesse contexto, a gastronomia como cultura, é possível ser desenvolvida e apresentada como produto, atração e patrimônio no âmbito do turismo (SUAUDEAU, 2006. p.10). Segundo Ribeiro (2006), os recursos para o crescimento e fortalecimento da gastronomia ocorrem em várias cidades do mundo, contudo as cidades brasileiras, ainda não oferecem um planejamento para o desenvolvimento da gastronomia junto aos arranjos produtivos do turismo (CARNEIRO, 2003 e MONTANARI, 2004). Isto é, as pessoas visitam as cidades por algum motivo e a culinária algumas vezes é colocada como um complemento do roteiro e não como um produto diferenciador e desencadeador da viagem ou do deslocamento.

Para vários autores, a gastronomia e os serviços relacionados e ela, não apenas constituem importantes atrativos turísticos, bem como se estabelecem em forma de elementos fundamentais para a diferenciação de destinos. Segundo Richards (2002) corrobora que, a competitividade entre vários destinos aumenta, os recursos culturais se tornam (RICHARDS, 2002, p.3). Já Fields (2002, p.43), por sua vez, argumenta que a gastronomia regional ou nacional é fundamental para uma destinação construir uma identidade forte.

Ainda nesse contexto, tem-se os investimentos nos festivais gastronômicos, que existem como o objetivo de agregar valor e divulgar a alimentação e o por consequência o destino. Os mais comuns acontecem em locais com acesso ao um público alvo, e cobrança de taxa de ingresso, bem como em restaurantes de hotel vinculados ao consumo.

A alimentação, no contexto do turismo, vem se tornando uma fonte de prazer sensorial, bem como uma experiência cultural e turística. Dito isso, a cidade de Gravatá que recebe uma demanda turística nacional e internacional, possui atrativos distintos, e sempre procurado muitas vezes se dá em especial pelo clima ameno. Os turistas também buscam a localidade para o descanso, lazer, entretenimento junto a rede hoteleira existente.

O artesanato e a gastronomia local movimentam a economia da cidade e assim cria renda e empregos diretos e indiretos para a população local (NASCIMENTO, 2009). Os turistas que visitam o destino Gravatá, possui um perfil diversificado, muitos são da capital pernambucana, e outros de vários estados brasileiros e também fora do país (NASCIMENTO, 2009).

A gastronomia em Gravatá se faz presente em diversos ambientes por toda a

Cidade, sempre presente e necessária, e atua como fomentadora na cultura local corroborando para o turismo (KRAUSE e BAHLS, 2016). Diante desse contexto, tem-se a seguinte problemática: Qual o nível de importância da gastronomia na influência de escolha do destino turístico de Gravatá?

O turismo gastronômico caracteriza-se quando a gastronomia constitui a principal motivação da viagem. Geralmente a culinária do destino costuma participar como coadjuvante no turismo, podendo vir a ser o principal atrativo em alguns casos, visto que a gastronomia reforça a identidade cultural do cenário turístico elegido (BARBOSA, 2016). A arte da cozinha brasileira reúne saberes, sabores e técnicas de preparo que figuram uma memória gustativa agregadora das culturas regionais, integrando fundamentalmente com o conjunto do qual faz parte. Quando um turista consome uma iguaria, de certa forma cria um vínculo com a comunidade local e com seu jeito autêntico de ser brasileiro (PECCINI, 2013). Para tanto vale ressaltar que o fortalecimento do binômio turismo-gastronomia no campo mercadológico repercute também no universo acadêmico. Para tal, o presente trabalho tem o seguinte objetivo geral: Analisar qual o nível de importância da gastronomia na influência de escolha do destino turístico de Gravatá.

Para atingir o escopo acima pretende-se alcançar os objetivos específicos:

- Analisar os meios que os consumidores buscam informações relacionadas a gastronomia de Gravatá;
- Identificar os fatores que os consumidores escolhem os estabelecimentos gastronômicos;
- Verificar o nível de importância que os consumidores atribuem a gastronomia local.

Dessa forma, esse estudo visa contribuir, assim, com a movimentação da economia de redes hoteleiras e restaurantes (GUSMÃO et al., 2018). Bem como para academia e todo trade envolvido direto e indiretamente com a cadeia produtiva do turismo, fomentando na construção do conhecimento e desenvolvimento da comunidade local e os consumidores de turismo.

Dito isso, o trabalho tem as seguintes hipóteses:

H1: O nível de importância da gastronomia influencia na escolha do destino Gravatá;

H2: O nível de importância da gastronomia não influencia na escolha do destino Gravatá.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesse capítulo segue o estudo referente ao conhecimento teórico para embasar o trabalho corroborando com os seguintes tópicos: turismo e hospitalidade; Destino turístico; Turismo gastronômico; A gastronomia como diferencial no turismo; A gastronomia de Gravatá.

### 2.1 Destino Turístico

Um destino turístico é definido como uma área geográfica delimitada, sendo uma cidade, região ou país. Possui um conjunto de elementos combinados de produtos e serviços turísticos, como: atrações, eventos culturais, infraestrutura, acessibilidade, oportunidades, fatores humanos e hospitalidade dos residentes (LUMSDON, 2000).

De acordo com Dwyer e Kim (2003), há várias razões que se tornam fundamentais para os potenciais visitantes que optam por um destino, são primeiramente influenciadas pelos recursos básicos do destino. Recursos esses que podem ser tanto intrínsecos como criados (HEATH, 2003).

Dito isso, tem-se os recursos intrínsecos que correspondem as características físicas e ambientais, ou seja, as condições climáticas; a paisagem, entre outros ativos geofísicos, bem como os atributos socioculturais do lugar que está atribuído a história, instituições, modo de vida local, características arquitetônicas, gastronomia, tradições, etc (BENUR; BRAMWELL, 2015). De um outro lado, os recursos criados incluem a infraestrutura turística que são: os hotéis, atrações, meio de transportes, os eventos, entre outras atividades disponíveis como: entretenimento e compras (DWYER *et al.*, 2004).

Apesar dos recursos intrínsecos e criados serem os principais motivadores para as escolhas dos turistas por um destino turístico, a influência pode vir também a depender de recursos/serviços de apoio (CROUCH, 2011).

Os recursos de apoio abrangem a infraestrutura do destino, a exemplo: de estradas; aeroportos; sistema de transportes sistema; abastecimento de água, telecomunicações; saúde, saneamento; geração de energia elétrica, serviços financeiros e serviços de informática (DWYER; KIM, 2003).

Há ainda que se considerar a acessibilidade e a qualidade dos serviços. A

acessibilidade refere-se a todo o sistema de transportes incluindo frequência, facilidade e qualidade dos meios de transportes, regulamentos de aviação, autorizações de entrada, requisitos de visto, concessões, capacidade aeroportuária, concorrência entre as transportadoras (BUHALIS, 2000).

Já a qualidade dos serviços também envolve a hospitalidade, a forma como se é recebido pela população, a atitude da comunidade local em relação ao turismo, e as relações de mercado que pode incluir varias dimensões ao longo do qual um destino se estabelece e constrói vínculos com os mercados de origem (DWYER; KIM,2003).

Contudo, conforme mencionado anteriormente, a disponibilidade de recursos (vantagem comparativa) não é suficiente para um destino estabelecer sua posição no mercado (MAZANEC *et al.*, 2007). Consequentemente, a competitividade do destino é mediada pela gestão, que pode aumentar o apelo dos recursos principais, reforçar a qualidade e a eficácia dos recursos de apoio, além de adaptar melhor o destino as limitações impostas pelas condições situacionais (RUIZ *et al.*, 2014).

Ainda Dwyer e Kim (2003) reconhecem as condições de demanda no que se refere ao conhecimento, percepção e preferencias do turista como um fator importante na competitividade destino. Assim, o desenvolvimento de um destino turístico corresponde a criação de valor de forma consistente com a demanda do mercado (HASSAN, 2000).

Além disso, tal desenvolvimento deve ser sustentável, a fim de continuar a atrair turistas. É preciso reconhecer que a ligação entre o turismo e a vida urbana é complexa: a cidade é um lugar físico, onde os desejos e necessidades dos turistas e de seus habitantes se interceptam (LA ROCCA, 2014). Logo as cidades enfrentam demandas diferentes quanto a sua oferta de serviços e adequação das instalações. De fato, a carga turística pode comprometer o equilíbrio da cidade, que consequentemente afetara a qualidade de vida urbana. (LA ROCCA, 2014).

## **2.2 Turismo e Gastronomia**

A gastronomia pode ser constituída como um recurso turístico, visto que a oferta turística é basicamente pautada em serviços e está sujeita à lei da substituição, ou seja, pode ser facilmente preterida em função de outros destinos turísticos. Dessa forma, um destino turístico tem que ser capaz de atrair turistas

conforme as respectivas classificações de atrações existentes, o que pode influenciar o tipo de viagem, bem como a quantidade de hospedagem, a qualidade das áreas naturais, edifícios históricos, os santuários, parques temáticos e evidentemente, a Gastronomia.

Dito isso, a Gastronomia pode ser considerada como produto turístico, conforme Sampaio (2005), afirma que o “Turismo Gastronômico” é uma forma do “Novo Turismo” concordando com Barbosa (2006), que afirma se tratar de um tipo de turismo mais flexível, segmentado, diagonalmente integrado e ambientalmente conciso nos quais os turistas são mais independentes e detém um maior grau de formação, buscando novas experiências, mais aventura e divertimento. Sampaio (2005) corrobora no contexto que dentro da cultura especificamente o produto turístico, a Gastronomia típica das localidades.

Diante desse escrito, deve-se ressaltar as escolhas que os humanos fazem para comer são bombardeadas por uma complexa rede de influencias como as apontadas por Canesqui (2005) em o que a comida para determinado grupo social, nem sempre o é atraente ou influencia outros grupos. A exemplo disso são a população Japonesa que tem em seu cardápio o peixe cru, bem como os Chineses que apreciam carne de cachorro, e os Indianos que não comem carne. Isso reforça os estudo em gastronomia como produto turístico, que de uma forma ou de outra os alimentos podem serem ou não atrativos.

Deve se deixar claro que essas especificidades decorrem do processo cultural de cada povo no decorre dos séculos. Todos os alimentos, independe da sua origem, estão ligados somente para os grupos sociais por meio de sua cultura. É o que se pode observar na análise estrutural, do livro *O cru e o cozido*, cuja pesquisa foi realizada no Brasil, por Lévi-Strauss (2004), que percebeu, relacionou e comparou os significados culturais destacados no título da obra.4.

Para melhor compreensão, destaca-se a citação utilizada pelo autor para comparar o seu trabalho com o de Conklin (1954, p.185) sobre a alimentação de uma tribo mexicana: O Hanunóo só considera comida verdadeira aquela que o cozimento tornou própria para o consumo humano. Assim, as bananas maduras, que devem ser comidas cruas, são consideradas como um simples ‘lanche’ (snackfood). Os verdadeiros alimentos, como bananas verdes, tubérculos, cereais, pepinos, tomates e cebolas, nunca são servidos crus. A refeição sempre deve ter alimentos cozidos. De fato, frequentemente se referem as refeições pela locução ‘acender o fogo’ (CONKLIN *apud* LÉVI-STRAUSS, 2004, p.381).

Corroborado por Matta, quando diz que tudo é comida pois dentro de um universo de alimentos oferecidos, eles farão seleções segundo a sua cultura, pois o gosto é produto da cultura. Mas a escolha do turista também pode a certo momento ser influenciado pela vontade conhecer, ou seja comer/alimentar, de certa forma participar da cultura local, e neste momento faz escolhas para entender, mesmo que para isso tenha que correr riscos, segundo o seu conceito cultural.

### **2.3 A gastronomia como produto turístico**

A Gastronomia integra a cultura, sua preservação e valorização são tão importantes como a de qualquer outro elemento do património cultural. Estudos prévios mostram que as escolhas turísticas dão preferência ao turismo cultural incluindo as experiências interculturais. É nestas experiências interculturais que o turista mantém a sua expectativas, ou seja, apresentar os intencionalidades do turismo tradicional, tais como alojamento, alimentação e transporte não são o suficiente. Os dias atuais exigem novas ofertas. Nesse sentido, estar inserido a Gastronomia, assim a constitui-se como um recurso turístico primário, como um verdadeiro produto turístico, reclamando mesmo a sua autonomia (SAMPAIO, 2010).

A integração entre turismo e gastronomia firmava-se obedecendo aos princípios fundamentais de deslocamento, descanso, lazer, compras, e alimentação. Atualmente os guias e os roteiros com indicações e avaliações são parte obrigatória no material de divulgação de uma localidade. É importante destacar que os hotéis foram a porta de entrada para a alta gastronomia em território brasileiro e com ela o despertar para valorização da gastronomia brasileira (JAROCKI, 2009).

A gastronomia enquanto cultura, gera interesse nas pessoas e, como o turismo, é mediadora para suprir as diversas curiosidades do turista, também, transmite ideia de status e classe social para o turista e a população. Portanto a valorização da gastronomia como fator decisório para destinos turísticos e a personalização dos serviços, surge a oportunidade de um novo cenário a ser abordado, o qual pode ser denominado “Turismo Gastronômico”, o mesmo que pode ser compreendido como uma sub-modalidade do próprio turismo cultural ou uma nova segmentação do turismo. Embora seja algo de longa existência, a gastronomia

ganhou maior espaço em decorrência da conscientização e relevância da alimentação nas viagens, ganhando assim espaço como atração tanto para habitantes locais como para os turistas, tendo em vista que nutre não apenas o corpo e o espírito, mas integra a cultura dos povos (FERRO,2014).

### 2.3.1 A gastronomia como diferencial no turismo

A Gastronomia é usada como destaque na qualidade, na preparação dos pratos nos restaurantes, na atualidade é observada com fundamento nos investimentos revertido a um público que exigir bastante da qualidade (WANDERLEY, 2004).

A explicação o que gastronomia prevê uma exta produção de alimentos supondo um cardápio ideal para executar com as técnicas corretas desde os ingredientes corretos, bem como, um trabalho desta produção do jeito correto ao estilo do cliente para seu aconchego e dentro dos níveis de requinte adequado a situação e ao preço prescindido.

No grupo, a alimentação tem que contemplar todos os conceitos misturados; Finkelstein (2005, p 69). Analisa que o consumo de alimentação assim como a satisfação de qualquer desejo o estudo da gastronomia pela visão do turismo é essencial, tendo em vista que qualquer tipo de viagem realizada seja por lazer, trabalho, saúde ou qualquer outro motivo sempre haverá uma relação com a alimentação. (LINS, 2008).

Conforme Lins (2008) um dos desafios para o desenvolvimento e comercialização do turismo gastronômico é encontrar formas que despertem o degustar hábito de alimentar do lugar dos turistas que foquem nesse aspecto como diferencial competitivo nos destinos e possível área que possibilita trocas culturais.

De acorodo com Sormaz (2016) analisa alguns aspectos a serem considerados, que o alimento pode ser visto tanto como fonte de energias vitais, mas também como elementos modificadores da relação entre o homem e a natureza. Dessa forma, o consumo alimentar pode ser um fator medidor das relações que o homem estabelece com o meio. A alimentação reflete as estruturas da sociedade como um todo (KNAFOU, 1996). Considerando esta relação, é possível afirmar que uma boa gastronomia oferecida aos turistas, a alimentação

pode impactar diretamente na competitividade de destino turístico (MASCARENHAS; GÂNDARA, 2010).

A gastronomia conforme Mascarenhas (2009) se associa a atividade turística na produção dos alimentos tanto nas paisagens, pois são elementos significativos para o turismo. Conforme gândara (2009, p. 181) o turismo gastronômico é um diferencial, torna-se uma vertente para o turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes que por motivo das práticas gastronômicas de uma determinada localidade, o turismo gastronômico pode ser operacionalizado a partir de atrativos como culinária regional, eventos gastronômicos e ofertas de estabelecimentos de alimentos e bebidas diferenciadas, dentro do roteiros, rotas e circuitos gastronômicos.

#### **2.4 A Gastronomia de Gravatá**

O município de Gravatá teve origens numa fazenda, em 1808, pertencente a José Justino Carreiro de Miranda, local esse que servia como hospedagem para os viajantes que iam comercializar o açúcar e a carne bovina, principais produtos da época, que eram levados em embarcações do Recife até o interior. Como a navegação pelo rio Ipojuca era difícil, os comerciantes eram obrigados a fazer paradas estratégicas para evitar também que o gado perdesse peso. Uma dessas paradas ficou conhecida como *Crauatá*, denominação, que deriva do tupi *Karawatã* (mato que fura), por conta da predominância de uma planta do gênero da família das bromélias, também chamada *caraguatá*, *caroatá*, *caroá* e *gravatá*.

Nos fim do século XVIII que José Justino Carreiro de Miranda, tomou posse da Fazenda Gravatá que, por muito tempo, serviu de hospedagem para viajantes e, como conseqüência natural, surgiram dois arruados, um em cada margem do rio.

Em 1810 iniciou-se a construção de uma capela dedicada a Santa'Ana que, 12 anos depois, seria concluída por seu filho João Felix Justiniano. Em seguida, as terras foram divididas em 100 lotes e vendidas aos moradores, dando início ao povoado de Gravatá, sendo um distrito do município de Bezerros. Em 1875, foi criada a freguesia, que seria elevada à categoria de vila em 30 de maio de 1881, através da Lei Provincial nº 1.560, e sua capela transformada em Igreja Matriz (IBGE, 2017).

Em 13 de junho de 1884, a sede do município foi elevada à categoria de

cidade (Lei Provincial nº 1.805), porém sua emancipação política só veio a ocorrer após a Proclamação da República, pela Lei Orgânica dos Município, de 15 de março de 1893, quando a cidade adquiriu sua autonomia municipal e elegeu o seu primeiro prefeito, Antonio Avelino do Rego Barros.

No final do século XIX, com a inauguração da Ferrovia *Great Western Railways*, ligando a capital Recife ao sertão pernambucano, a cidade tomou considerável impulso e, aos poucos, foi definida sua vocação para o turismo, sobretudo com a construção da BR-232, em 1950, o que permitiu um melhor acesso (IBGE, 2017).

Gravatá possui uma área de 513 km<sup>2</sup>, destacando-se por um clima agradável (temperatura média anual de 22,9°C) possui habitações, boa parte com arquitetura européia. Está situada no Agreste pernambucano, na microrregião do Vale do Ipojuca, zona de transição entre a Mata e o Agreste, na zona fisiográfica anterior à chapada da Borborema, na denominada Serra das Russas e faz parte da bacia do rio Capibaribe. Centro regional de importância, está ligada a Recife por rodovia federal (BR-232), que passa por Vitória de Santo Antão e Jaboatão dos Guararapes. Tem como vegetação característica: caatinga, pastagens naturais, brejo de altitude, restingas de matas. Administrativamente, o município é composto pelo distrito sede e pelos povoados de Uruçu-Mirim, Mandacarú, Russinhas, São Severino de Gravatá, Avencas e Ilha Energética.

Gravatá é uma das cidades do Nordeste que mais cresce com o turismo. No último censo a cidade tinha 76.458 habitantes, com estimativa de 85.309 habitantes em 2021. Nos fins de semana quando ocorrem eventos essa população atinge cerca de 120 mil pessoas: turistas de todo o mundo que vêm desfrutar do clima e atrativos naturais e artificiais da cidade. A Cidade contempla o 5º melhor micro-clima do Mundo segundo (OMS). O município tem-se destacado como um grande pólo de turismo de eventos do estado, aquecendo a economia durante todo o ano (IBGE, 2017).

A cidade tem vários restaurantes e bares, que oferecem aos clientes uma grande variedade de pratos que vão desde a cozinha regional ao churrasco, passando também por pizza e fondue, além dos pratos típicos da região de Gravatá como a tradicional carne de bode guisada, a galinha cabidela culinária bem nordestina. Há vários restaurantes especializados em receita tradicional, sofisticados e mais populares de Pernambuco (FOLHA PE, 2021).

A atividade turística e o lazer são estratégia para o desenvolvimento de Gravatá. Com a duplicação da rodovia Luiz Gonzaga BR-232, beneficiou a localização do Município, que é próxima a capital pernambucana (85Km), o que possibilitou um aumento da demanda ao longo dos anos, ou seja o fluxo de pessoas que visitam a cidade e que percebem em Gravatá sua segunda residência, a duplicação da rodovia proporcionou grandes avanços e maior viabilidade.

Com a crescente demanda de trabalho nos grandes centros urbanos, tem-se uma fuga em busca do clima serrano, uma variada gastronomia, a mudança de rotina, a busca por lazer e tranquilidade é o que atrem os turistas que desejam o diferencial da pequena Cidade, bem como outros fatores que o destino propõe.

A atividade de turismo de segunda residência é um dos mais latentes em Gravatá, pois gera empregos, e também impulsiona outros setores da economia local.

Os restaurantes tornan-se a porta de entrada para gastronomia de Gravatá, vale ressaltar e registrar que por meio da FamíliaTruan com o restaurante Taverna Suíça (1968), deu-se início a gastronomia internacional como atrativo com Fondue, prato típico da Suíça. Na sequência veio a hotelaria com a mesma família.

Com o avanço do tempo o setor se expandiu e fomenta os serviços de turismo e gastronomia visto que atividade deste setor envolve desde o atendimento pessoal até proporcionar o prazer de saborear uma culinária seja ao lado da família, dos amigos, ou de pessoas novas que se pretende conhecer. Dito isso, segue o quadro 01 com os dez melhores restaurantes da Cidade eleitos pelo consumidor no site do *tripadvisor*, que é um site de viagens que fornece informações e opiniões de conteúdos relacionados ao turismo e gastronomia.

**QUADRO 01:** Melhores restaurantes de Gravatá

Nome do estabelecimento	Classificação
1º Restaurante Mania Caseira	 <p>359 avaliações · Brasileira · \$\$ - \$\$\$ ·  Carc</p> <p>“Fantastico”</p> <p>“Surpreendente”</p>
2º Restaurante Chaque Dona Neuza	 <p>385 avaliações · Aberto agora · Brasileira · \$\$ - \$\$\$</p> <p>“CHARQUE DA DONA NEUZA, GRAVATÁ, PE”</p> <p>“Charque excelente!”</p>

3º Rei das Coxinhas	 716 avaliações · Aberto agora Brasileira, Lanchonete · \$ <hr/> “O Rei da Coxinha é parada obrigatória” “Cartola divina!”
4º Taverna Suíça	 218 avaliações Suíça, Europeia · \$\$\$\$ <hr/> “Boa experiência” “Uma boa opção se fonde na região”
5º Ristorante Antonieta	 158 avaliações · <b>Fecha</b> Italiana · \$\$-\$\$\$ <hr/> “Comida boa” “Ambiente rústico e sofisticado.”
6º Pirata Bar	 53 avaliações · Aberto agora Brasileira, Bar · \$\$-\$\$\$ <hr/> “Ambiente bacana e opção vegana” “Bar e restaurante que vale conferir”
7º Cantinho da Paz	 74 avaliações · Brasileira, Sul-americana · \$\$ <hr/> “Boa picanha” “Ótimo”
8º Barito Fondue	 90 avaliações Internacional, Brasileira · \$\$-\$\$\$ <hr/> “Barito Gravatá PE” “Ambiente agradável!”
9º Buchadinha do Gordo	 83 avaliações · Aberto a Brasileira, Sul-americana · \$\$-\$\$\$ <hr/> “Buchadinha do gordo” “Bom mas poderia ser bem melhor”
10º Eudes da Cabidela	 38 avaliações · Aberto agora Brasileira, Sul-americana · \$ <hr/> “Do frango ao peixe. Ótimas opções e preço.” “Comida espetacular”

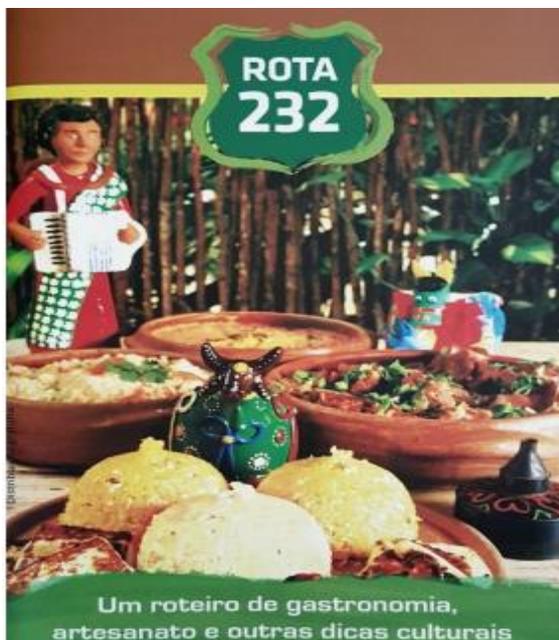
**FONTE:** *Tripadvisor* (2021).

A integração entre turismo e gastronomia ocorre obedecendo aos princípios fundamentais de deslocamento, descanso, lazer, compras, e alimentação. Dessa forma, tem-se os eventos gastronômicos em que mesclam técnicas culinárias agregando ao sabor dos pratos, sendo atração cultural. O último festival gastronômico promoveu a criação de pratos pelos restaurantes com temas pré-determinado em 2006 pela Abrasel (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes) Gravatá – Festival Gastronomico de Gravatá ocorreu no período 21 a 30 de setembro de 2006. Durante os dias do festival, os pratos criados pelos cozinheiros e chefes foram divulgados por meio de folder e disponibilizados nos cardápios dos

restaurantes. (SUAUDEAU, 2006 p, 10)

Diante dessas prerrogativas, os eventos e gastronomia pode haver indicações e avaliações referente ao destino e que são parte obrigatória no material de divulgação de uma localidade. Vale ressaltar, que a ligação entre as esferas públicas, os empresários e a comunidade local é elemento essencial para a efetividade de uma ação para captar e fortalecer as atividades turísticas. projetos elaborados pelo governo estadual, com propósito de interiorização do turismo e que inserem a região Agreste e mais especificamente a cidade de Gravatá foram: a Rota 232 e a Rota Rural, esta última em parceria com organização de turismo. A Rota 232 agregou a zona da mata, agreste e sertão. O produto final foi confecção e distribuição de um guia, publicado em parceria com a Folha de Pernambuco, que teve como proposta apresentar a gastronomia, o artesanato e outros elementos culturais dos municípios localizados ao longo da BR-232, conforme capa do material de divulgação demonstrado na Figura 01

**FIGURA 01:** divulgação da gastronomia como atrativo Rota 232

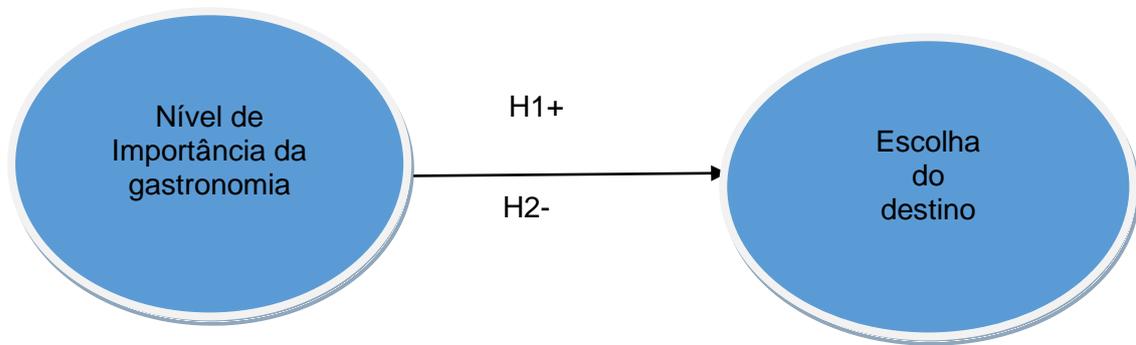


**Fonte:** Governo de Pernambuco (2016).

Não se pode afirmar ao certo que a gastronomia seja um fator determinante para o deslocamento das pessoas. Para o autor Ribeiro (2006), os recursos gastronômicos que as cidades brasileiras oferecem ainda não foram planejados para

o desenvolvimento do turismo, isto é, as pessoas visitam as cidades por algum motivo e a culinária sempre é colocada como um complemento como um complemento do passeio (GREESON, 2005). Dessa forma, a figura 01, representa o resumo da teoria fundamentada, conforme os construtos analisados e pesquisados para o desenvolvimento das variáveis analisadas em que o nível de importância da gastronomia pode influenciar na escolha de um destino.

**FIGURA 02:** Modelo Teórico



**Fonte:** Elaborado pelas autoras (2021).

### 3 METODOLOGIA

A pesquisa é um estudo exploratório quantitativo, teórica e empírica, trata-se da forma como se busca as respostas para a questão central da pesquisa. Dessa forma a pesquisa aplicada contribui para o nível de importância da gastronomia na influência do destino turístico de Gravatá- PE (ALMEIDA, 1996, p. 104-105).

Dessa forma o presente estudo foi pesquisa de revisão bibliográfica, criação de bancos de dados e pesquisa de campo, (ALMEIDA, 1996) refere a busca de informações por meios de técnicas documentais e bibliográficas, buscou-se realizar um levantamento de bibliografia nacional, que tem se valorizado suas análise acerca de vários estudos sobre a gastronomia e turismo e a motivação na escolha do destino turístico. (RUDIO, 1996).

#### 3.1 População e Amostra

Amostra para esse estudo foi compreendida por consumidores brasileiros que possivelmente escolhem o destino Gravatá. Ainda assim, é constituído por homens e mulheres com idade igual ou superior a 18 anos. A amostra permite obter informações precisas conforme os procedimentos de coleta de dados. Optou-se estudar uma amostra não aleatória, constituída por 163 indivíduos.

#### 3.2 Procedimentos de Coletas de Dados

A pesquisa de campo ocorreu na forma de levantamento de campo (*survey*) e com uma amostragem não probabilística, do tipo bola de neve online e o instrumento de coleta de dados foi um questionário construído na plataforma *google forms* e disponibilizado para consumidores de gastronomia e turismo. Ainda se fez uso pelos canais de mídias digitais, por meio de redes sociais como: *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram* e *e-mail*. O pré-teste ocorreu de 09 à 11 de outubro de 2021. O período da coleta de dados foi entre de 12 à 18 de outubro do mesmo ano.

Vale salientar, que as variáveis foram mensuradas a partir da escala de *Likert*, com pontuação de 1 (menos importante) e 5 (mais importante).

O quadro 01, exibido abaixo, foi desenvolvido no intuito de apresentar os itens que compuseram o questionário, acompanhado da sua autoria e da variável ao qual se refere o estudo. Vale ressaltar que o itens foram adaptados para compor melhor entendimento dos consumidor de turismo que deseja visitar um destino e considera a gastronomia um fator para decisão.

**QUADRO 02:** Itens das variáveis em pesquisa

AUTOR	VARIÁVEIS	ITENS
Krause (2003)	Nível de importância na escolha de um destino	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qual a importância da alimentação na escolha de um destino turístico</li> <li>• Você procura informações sobre a alimentação do local para qual viaja</li> <li>• Onde você busca informações</li> <li>• Quais os aspectos mais importantes sobre a alimentação para você (Preço, Qualidade da comida É servida comida típica, Qualidade do alimentos, Tipo de matérias primas utilizadas-especialidades -Qualidade dos serviços, Conforto do estabelecimento)</li> <li>• A comida regional é importante para o conhecimento da cultura local</li> <li>• Você tem interesse na comida regional</li> </ul>

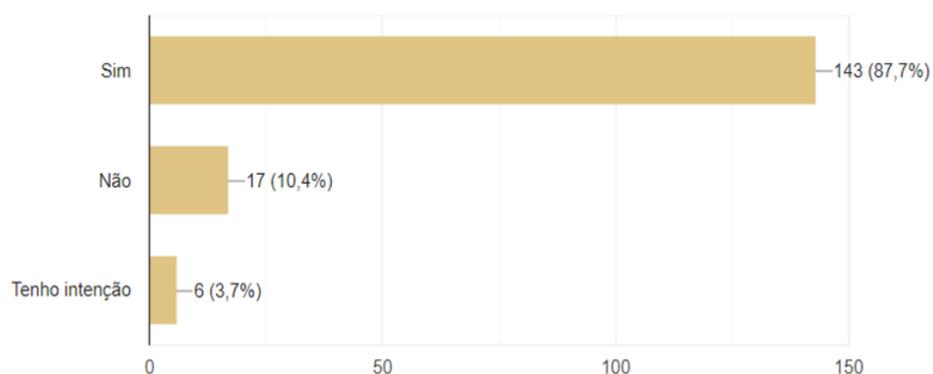
**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

Após a informação do instrumento e itens para pesquisa, foi realizado o envio do questionário para os participantes/ respondentes em que os achados serão apresentados em forma de dado estatísticos com os gráficos desenvolvidos a partir dos resultados.

## 4 RESULTADOS

Neste capítulo, será apresentado os achados referente a pesquisa de campo, no qual se inicia pelos dados sociodemográficos. Para o início houve o interesse em questionar se o respondente conhecia o destino em estudo. Conforme segue o gráfico 01.

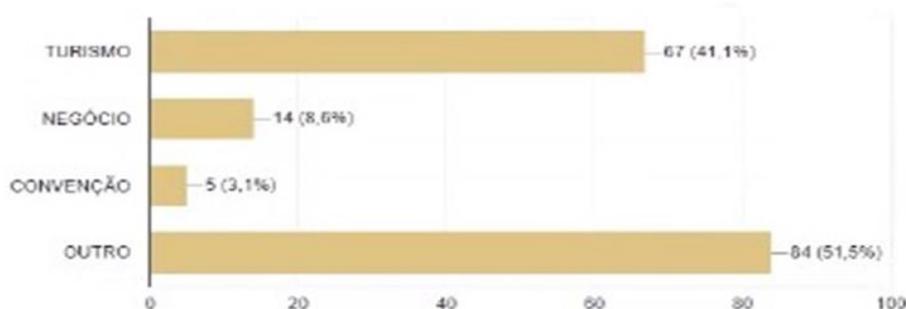
**GRÁFICO 01:** Proporção da variável Visita ao destino



**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

Analisando os resultados obtidos, pode-se constatar que 87,7% dos entrevistados já visitaram a cidade de Gravatá com a representatividade de público adulto-jovem havendo motivacionais nas visitas desta cidade. Na sequência segue no gráfico 2 apresentando o motivo da viagem.

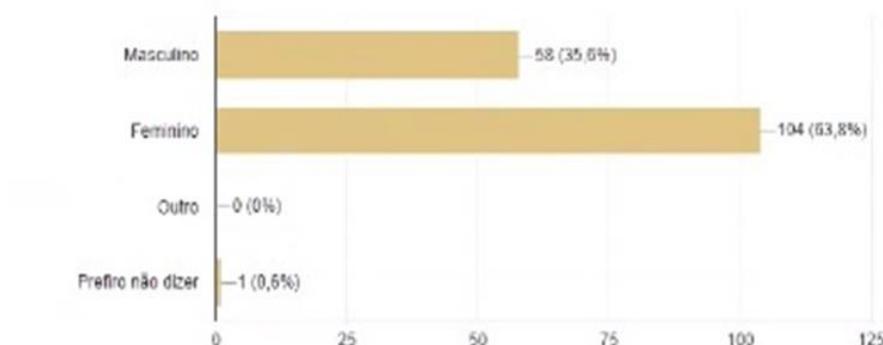
**GRÁFICO 02:** Proporção da variável motivo da viagem



**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

51,5%. Os turistas representam. 51,5% foi identificado que um dos motivos as festas tradicionais que atrai uma grande parcela de jovens. Confirma o alto número de participantes nos festejos juninos com o público de jovens e adultos a procura da gastronomia. Dando continuidade no gráfico 3 apresentando a questão do gênero.

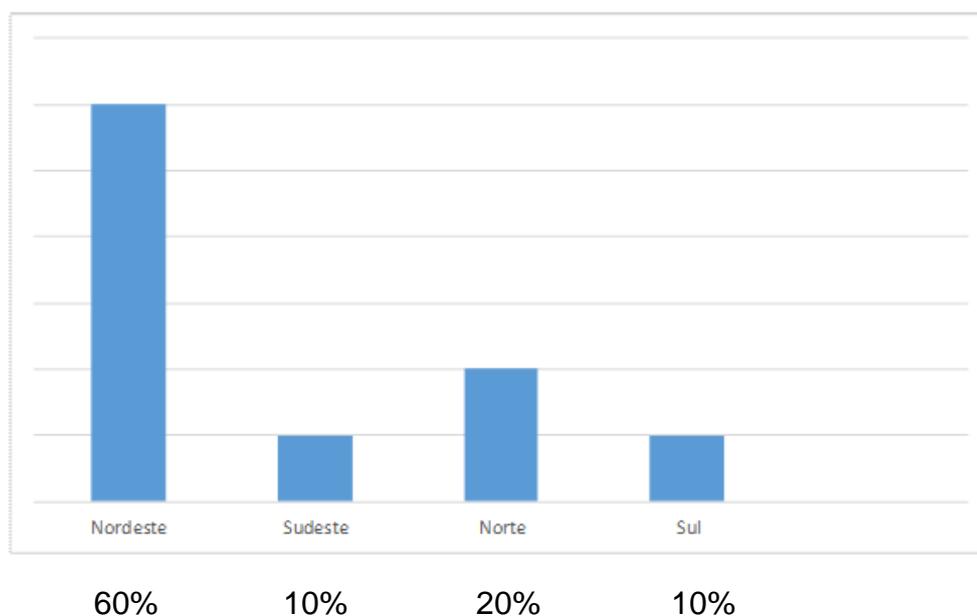
**Gráfico 03:** Proporção dos participantes de acordo com o Gênero



**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

44,8% feminino. Esta pergunta visa mapear o gênero dos turistas entrevistados são do sexo feminino. Segue no gráfico 4 os estados respondidos.

**Gráfico 04:** Proporção de acordo com o Estado

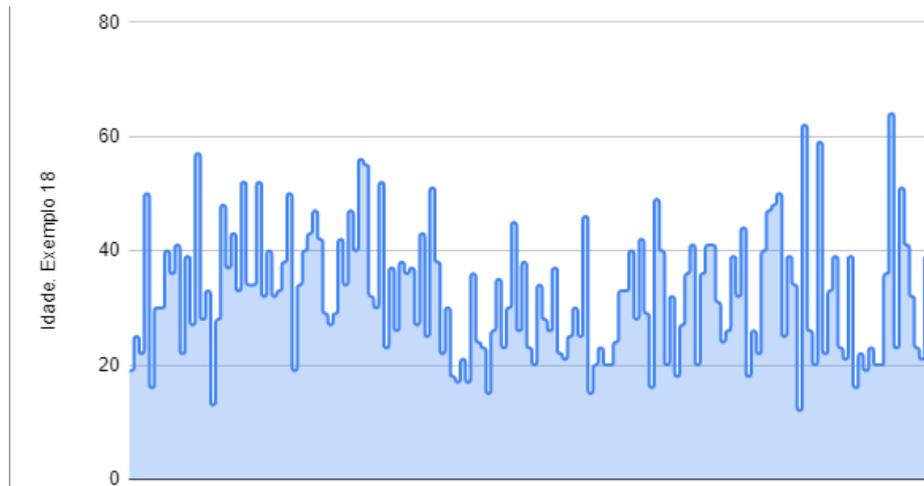


**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

Analisando os resultados obtidos as cidades foram variadas, sendo que 60%

se encontra no nordeste devido os autores serem do nordeste. Bem como a lista de conhecimento foi feita *online*, passando por algumas cidades do norte, Sul e sudeste do Brasil. Na sequência segue no gráfico 05 as idades dos respondentes.

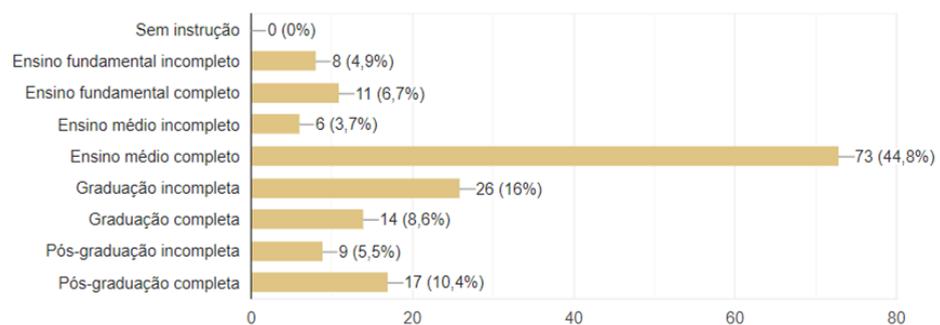
**Gráfico 05:** Proporção de acordo com a Idade



**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

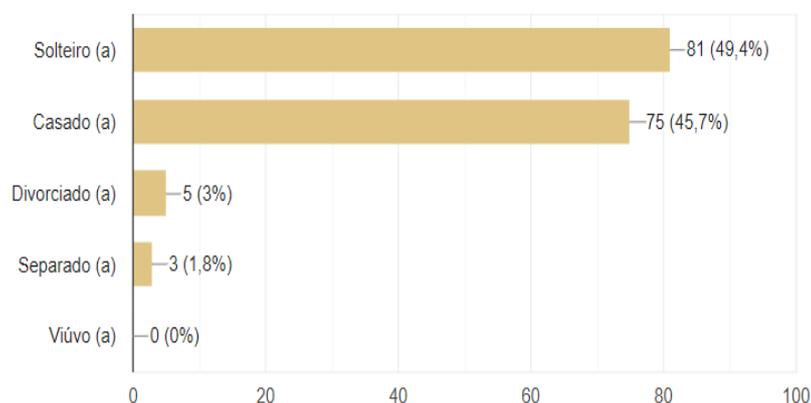
Analisando os resultados obtidos pode-se constatar que os turistas entrevistados 80% eram de idade acima de 20 anos. Dando continuidade no gráfico 06 a escolaridade dos respondentes.

**Gráfico 06:** Proporção de acordo com a escolaridade



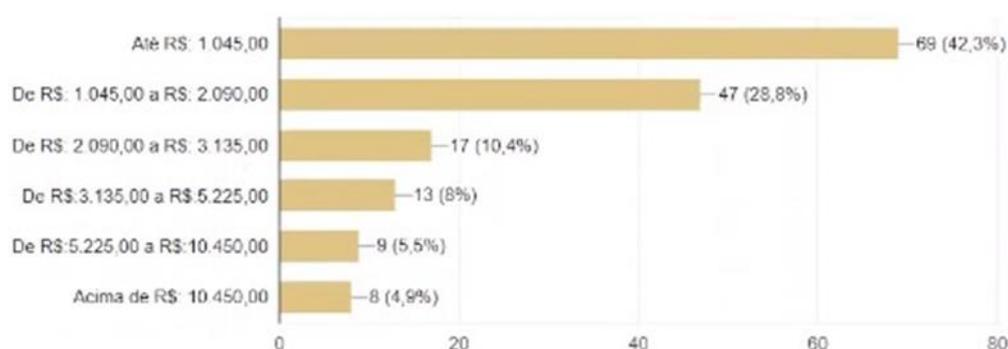
**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

Os resultados obtidos 44,8% dos turistas entrevistados, tem o nível de escolaridade no ensino médio completo. No gráfico 07 apresenta o estado civil dos respondentes.

**Gráfico 07:** Proporção de com o Estado Civil

**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

Ensino médio completo: 44,8% pode se constatar que os turistas entrevistados possuem o segundo grau completo (Ensino Medio). Essas informações 44,8%, dos turistas desta forma fica comprovada a diversificação gastronômica e cultural das festa na cidade. Segue no gráfico 08 a renda mensal dos respondentes.

**Gráfico 08:** Proporção de acordo com a Renda Mensal

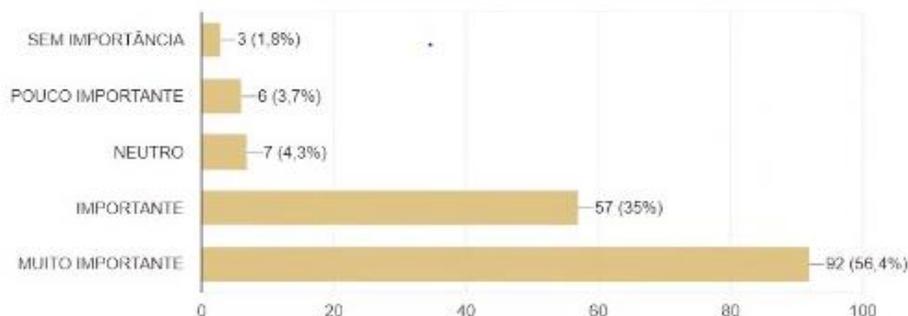
**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

Os turistas entrevistados sua renda mensal e família é de um salário mínimo o resultado foi 47,3% um dos motivos deste fato o desemprego e a baixa renda brasileira. No gráfico 09 apresenta a quantidade de pessoas que residem na mesma residência.

**Gráfico 09:** Quantidade de pessoas que residem na mesma residência

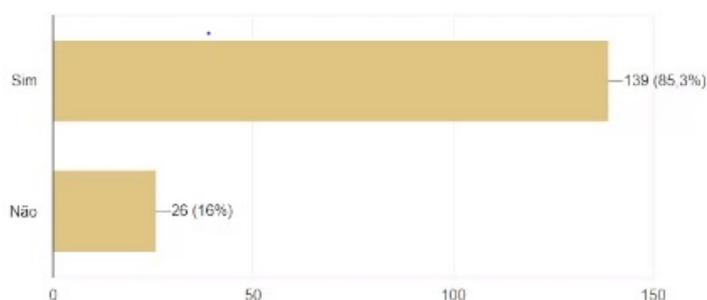
**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

O gráfico desta pergunta explica-se pelas cores porém a qual se destaca o verde com o resultado de 27% com quatro pessoas morando na mesma residência, 19% a cor vermelha representando acima de seis pessoas que residi no mesmo teto, por fim o amarelo identifica três pessoas na mesma casa. Apresenta no gráfico 10 a importância da alimentação na escolha de um destino turístico.

**Gráfico 10:** A importância da alimentação na escolha de um destino turístico

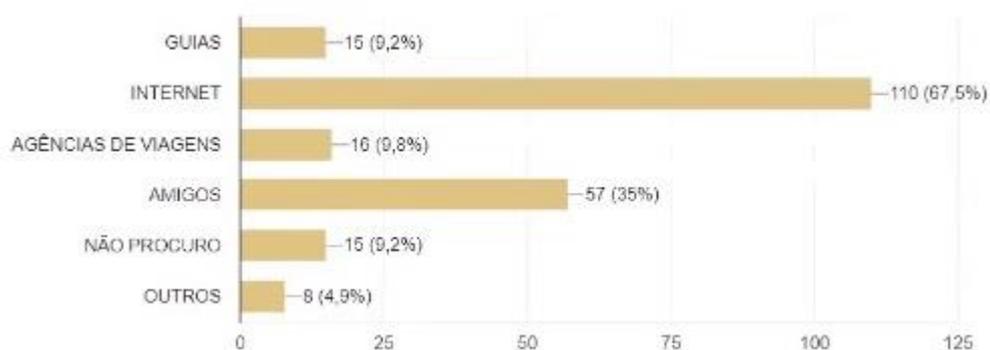
**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

Questão número sete confirma que 56,4% de turista entrevistados mostra que a gastronomia é uma escolha importante na escolha de um destino. A seguir no gráfico 11 apresenta as informações da alimentação do local para qual viaja.

**Gráfico 11:** Informações da alimentação do local para qual viaja

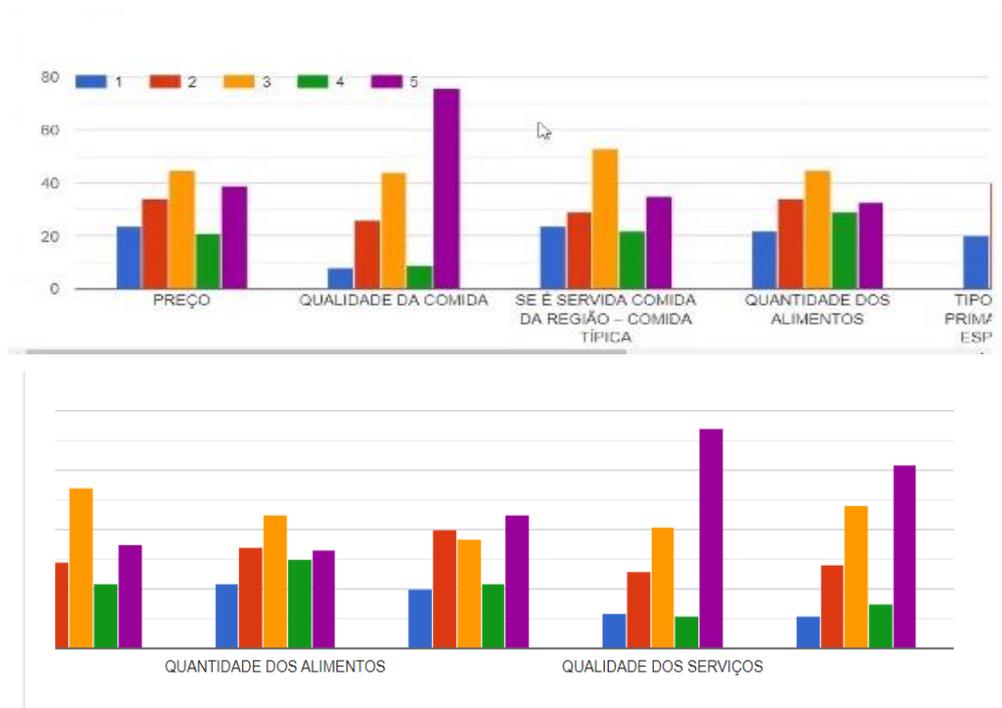
**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

O resultado na questão numero oito o resultado do gráfico todos entrevistado com 85,3% considera a alimentação como diferencial em uma viagem. A seguir apresenta-se no gráfico 12 as informações antes da viagem.

**Gráfico 12:** Informações antes da viagem

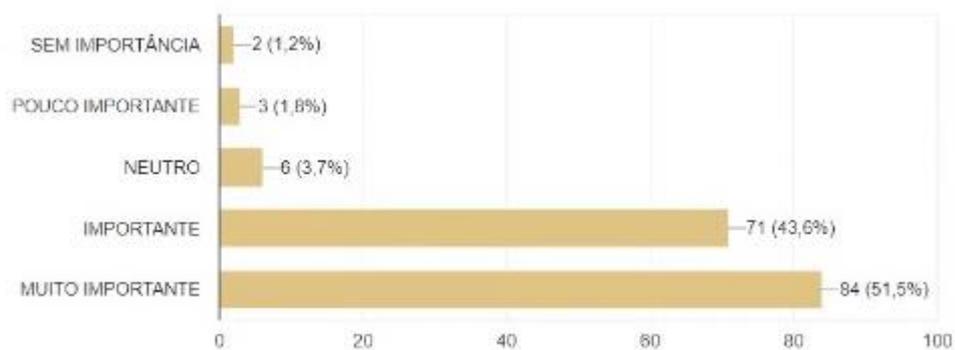
**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

Analisando os resultados obtidos pode-se constatar que a divulgação por meio da internet com 67,5% do turistas entrevistados. No gráfico 13 apresenta os aspectos mais importantes sobre a alimentação.

**GRÁFICO 13:** Aspectos mais importantes sobre a alimentação

**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

O gráfico acima revela que a quantidade da comida como muito importante e menos importante e menos importante, tipo de matéria prima utilizado para uma refeição. Dando sequência no gráfico 14 apresenta a importância da gastronomia para o conhecimento da cultura local.

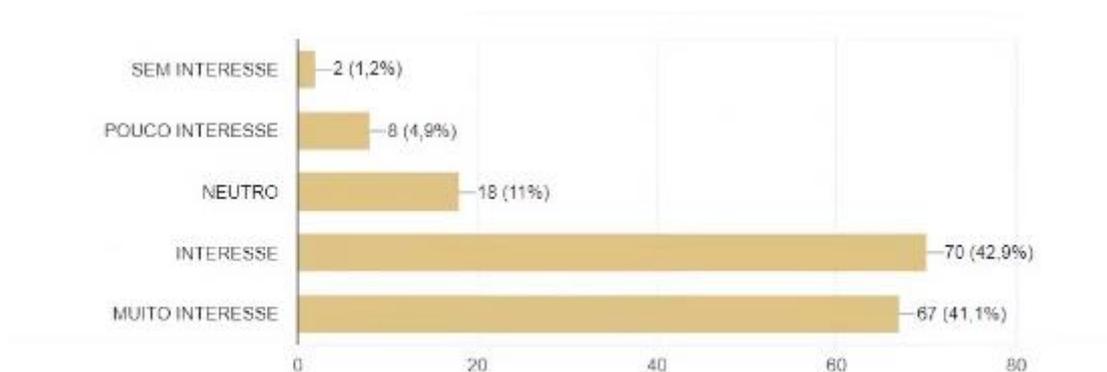
**Gráfico 14:** Importância da gastronomia para o conhecimento da cultura local

**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

Este gráfico revela os turista entrevistados consideram que a comida regional é muito importante para o conhecimento da cultura local com 51,55, dos turistas. No

gráfico 15 à seguir apresenta o interesse na comida regional.

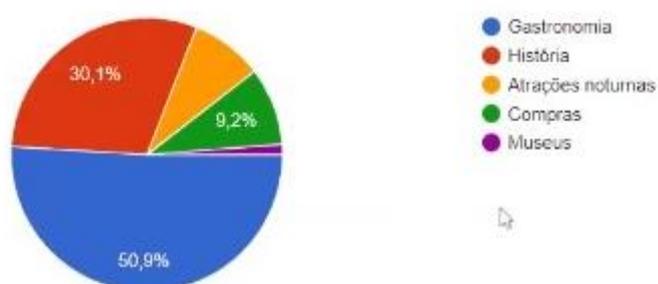
**Gráfico 15:** Interesse na comida regional



**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

Pode-se observar pela imaginação dos turistas entrevistados antes de viajarem o interesse da comida regional com 42,9%, interessados como elementos da cultura popular nordestina. À seguir no gráfico 16 apresenta informações antes de viajar.

**Gráfico 16:** Informações antes de viajar



**Fonte:** elaborado pelas autoras (2021).

Diante deste contexto mostra que os turistas entrevistados mostra saber a importância das informações antes das viagem, em primeiro lugar com 50,9%, busca informação da gastronomia, 30,1%, em conhecer a história do local ou cidade, e finalizando 9,2%, onde desejam fazer compras.

## 5 DISCUSSÃO

De acordo com a pesquisa realizada e os dados analisados com a participação de 167 respondentes, foi afirmado que o estudo obteve o objetivo de analisar o papel da gastronomia com influenciar no destino turístico.

Conforme os resultados apresentados os gráficos acima citados que durante a escolha de um destino da gastronomia influencia, que os turistas pesquisados mostram a importância das informações antes das viagens. Através da pesquisa observa-se que os entrevistados procuram informações sobre a gastronomia do local antes de viajar e descobrir a importância do conhecimento da cultura local.

No resultado da H1 encontrou-se a margem de influenciar, sobre a percepção da certeza na escolha feita antes da viagem, e na consequência com o conjunto de processo reconhecendo, organizam, sintetizam, contribuem com significados sensações recebidas (MORESI, 2003).

Através dos resultados o qual aspecto de mais importância na alimentação na escolha do destino pode-se considerar o destaque na qualidade e serviços da gastronomia na escolha de um destino no turístico. Mostrando através da pesquisa que diante dos resultados a hipótese 2 não existe foi negada. Em todas amostras os turistas investigados consideram a alimentação como de muita importância na escolha de um destino turístico (KRAUSER, RODOLFO, 2007).

Em relação à pesquisa a gastronomia fundamenta-se como um verdadeiro produto turístico de grande importância e na influência na escolha de um destino. (AZAMBUJA, 1999).

Para essa pesquisa foram utilizadas as variáveis: a importância da alimentação na escolha de um destino turístico, onde busca informações de gastronomia, quais os aspectos sobre a alimentação: preço, qualidade da comida e do serviço, a comida regional é importante a cultura local.

Pode-se concluir que os resultados foram positivos a gastronomia influenciou na escolha do destino, no resultado foram favoráveis conforme a hipótese (H1) elaboradas. Objetivo dessa pesquisa é contribuir com a importância da gastronomia na escolha do destino turístico com sua influência e também como atrativo turístico reforçando a identidade local do destino provocando a identidade local do destino provocando a importância dos consumidores pernambucanos e local.

A cidade de Gravatá por ter vários restaurantes do nível especializado, diversos tipos de *fondue*, oferecendo bufês e até mesmo rodízios do mais requisitados. Visto isso, é comprovada que a gastronomia influencia, dentro de Pernambuco em termo demográficos entre o censos de 1970 á 2000.

O Município, com a obra de duplicação da BR-232 para sua atividade e para o município; seu grau de desenvolvimento com o destino da cidade, como festivais gastronomico, esse perfil do cliente é interessante para o destino, porque corrobora com a comunidade, melhora os empregos, adiciona mais conhecimento sobre a questão gastronomico, assim os restaurante tem motivação para melhorar os pratos tanto na cocção tanto nas capacitações com quem trabalha.

Em relação a importância da alimentação na hora de escolher um destino turístico,foi possível evidenciar que é um forte fator na escolha, pois 56,4% dos participantes classificaram como muito importante e ainda 57% como sendo algo importante, reafirmando assim a influência da gastronomia na decisão dos turistas, ressaltando o quão importante é a culinária de uma região.

Os meios de comunicação são um importante aliado no processo de escolha do destino turístico, possibilitando a obtenção de informações sobre determinada localidade, assim o meio de comunicação mais utilizado pelos participantes foi a internet, chegando a 67%, seguido de indicações de amigos com 35% das respostas, o restante se dividiram entre guias, agências de viagens, no entanto uma pequena parcela afirmou não procurar em meios de informação algum.

Diante dos gráficos apresentados o grau de importância realmente tem a influência realmente e corrobora com a escolha do destino e esta atingindo o objetivo geral dentro do trabalho proposto foi esse. Diante o gráfico 10,11,13,14,15, e 16 foi apresentado. já pra ser traçados esses pontos foi traçados os objetivos específicos o objetivo era analisar e os gráficos assim citados e foram encontrados. Para concluir foi citado as hipóteses 1 o nível de importância da gastronomia na influência na escolha do destino. De acordo com a H1 foi confirmada, já a H2 o nível de importância da gastronomia não influencia na escolha do destino turístico de Gravatá, dessa forma os resultados encontrados foi refutado.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Gravatá é um dos principais destinos turísticos do nordeste brasileiro, atraindo tanto turistas nacionais quanto internacionais. Dentre os principais atrativos ofertados; a gastronomia contribuí de forma significativa na influência da escolha do destino, devido ao ótimo acervo de sabores, cores e tradições de Gravatá.

Considerando-se os resultados obtidos através do presente estudo, verificou os turistas entrevistados o imaginário antes e depois da viagem as variedades dos atrativos culturais e gastronomico que atraem ambos os sexos. Conclui-se que os turistas nordestinos que através da televisão são incentivados com as imagens formando um imaginário a motiva a conhecer a cidade de Gravatá e sua gastronomia diversificada.

Pode-se constatar que os elementos culturais e gastronomico para os turistas antes e no meio da visita as vivencias e experiências formam o imaginário do turista. perante todo processo criativo, de pesquisa e de execução da atividade prática a gastronomia é um produto turístico, até então apresenta-se como complementar uma vez que os protenciais são os recursos naturais, mesmo sendo o segumdario no turismo brasileiro, a gastronomia agrega valor ao destino. Fidelizar e conquista novos clientes, desde que seja bem apresentada ao turista, não só no destino, mas antes da viagem iniciar. O material promocional com foco neste produto tem exatamente esse dever, o de promover conhecimento ao turista e o de despertar interesse sobre a gastronomia brasileira.

Esse trabalho é importante para academia de gastronomia, mercado de trabalho, restaurante, para os possiveis alunos de gastronomia, para o mercado gastronomico, para possiveis literaturas falando sobre destino turistico e gastronomico e turistico um grande fominto, esse trabalho sofreu limitações sobre a covid-19, foram inviaveis fazer entevistas, analisar algumas literaturas que não existe, ainda estão defazadas que precisa melhor são possiveis limitação.

Observou-se também que cerca de 50,9% dos participantes revelaram que buscam informações sobre a gastronomia local do destino escolhido para visitar, mostrando assim que a culinária local é divisor de águas na escolha, fortalecendo assim o interesse do turista, que visa apreciar não só a paisagem ou a cultura da localidade mais a comida típica da região.

## REFERÊNCIAS

ABREU, V. A. A. **Máquina da Hospitalidade**. In: Dencker, A. F. M. Hospitalidade: cenários e oportunidades, p. 29-48. São Paulo: Cengage Learning 2003.

ANSARAH, M.G.R (org). **Turismo, como aprender, como ensinar**. 3 Ed. São Paulo, Ed. SENAC.

ARAUJO, W. M. C.; BOTELHO, R. B. A.; GINANI, V.C; ARAUJO, H.M.C.; ZANDONANI, R.P. **Da alimentação à gastronomia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005.

AZAMBUJA, M. A gastronomia enquanto produto turístico. Turismo de urbano. IN CASTROGIOVANNI, A.C.; GASTAL, S. (org.). **Cidades, sites de excitação turística**. Porto Alegre, Edição dos Autores, 1999, p.84-92.

BARRETO, R.L.G; SENRA, A.V. A gastronomia e o turismo. ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Turismo. Como Aprender, como ensinar, v. 2, 2001.

CÂMARA C.L. **Prelúdio da cachaça**. Global Editora e Distribuidora Ltda, 2015.

CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph. 2005.

CARNEIRO, H. **Comida e sociedade**: uma História da Alimentação. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CARUSO, L.; LAJOLO, F.M.; MENEZES, E. W. Avaliação da qualidade analítica dos dados nacionais de fibra alimentar. **Rev. Ciênc. Tecnol. Aliment.** v. 19, n. 3, p 15-22, 1999.

CASCUDO, Luís da Câmara. História da alimentação no Brasil. In: História da alimentação no Brasil. 2011. p. 954-954.

COSTA, H. A. Hospitalidade brasileira e a relação com os meios rural e urbano. Anais... **Congresso Internacional de Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável**, 4, 1-15.2004.

FERRO, R. Gastronomia e Turismo cultural: reflexões sobre a cultura no processo do desenvolvimento local. **Contextos da Alimentação–Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade**, v. 2, n. 2, 2014.

FIELDS, K. **Demand for the gastronomy tourism product**: motivational factors. HJALAGER; A-M; RICHARDS, G. Tourism and gastronomy. New York: Routledge,

2002.

FRANCO, A. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. 3ª ed. São Paulo, 2004.

FREIRE, R.; SILVA, S. S; MAGRI, G. S. Introdução de alimentos funcionais em uma unidade de alimentação e nutrição. **Rev. Mundo Saúde**, v. 25, n. 2, p. 07-20, 2001.

GRAVATÁ: **Berço culinário e clima de interior com tudo que uma cidade grande**. Folha –pe. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/especiais/bora-pernambucar-agreste-e-sertao/gravata-berco-culinario-e-clima-de-interior-com-tudo-que-uma-cidade/171676>. 2021. Acesso em: 12.jan.2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Divisão Territorial do Brasil e Limites Territoriais*. (1 de julho de 2008). Acesso em 12.jan.2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA-IBGE. Gravatá, 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/gravata/historico>. Acesso em: 12.jan.2022.

JAROCKI, I.M.C. Circuito Delícias de Pernambuco: a gastronomia como potencial produto turístico. **Revista Turismo em Análise**, v. 20, n. 2, p. 321-344, 2009.

KRAUSE, R. W. Educação **Superior em Gastronomia no Brasil**: da necessidade ao projeto pedagógico do curso da Univali. Dissertação de Mestrado em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú: Univali, 2003.

KRAUSE, W.R. A gastronomia como fator de influência na escolha de destinações turísticas e de sua hotelaria: base do estudo Balneário Camboriú no ano 2006/2007. Universidade do Vale do Itajaí: tese (doutorado), 2007.

LEAL, M.L.M.S. **A história da gastronomia**. Rio de Janeiro: Ed. Senac, 1998.

LIMA, K. C.; LUCHESE, R. H.; GODOY, R. L. O. Cenouras minimamente processadas: avaliação microbiológica, físico-química e química. **Rev. Ciênc. Technol. Aliment.** v. 23, n. 2, p. 1-17, 2003.

LUMSDON. Transportes e Turismo: Cicloturismo - Um Modelo para o Desenvolvimento Sustentável? **Journal of Sustainable Tourism**, 8: 5, 361-377, DOI: 10.1080 / 09669580008667373. 2000.

MASIS, P. S. El mercado de los alimentos funcionales y nos nuevos retos para la educación alimentaria nutricional. **Rev.. Costarric. Salud. Pública**, v. 11, n. 20, p.

129-149, 2002.

MONTANARI, M. **Food as culture**. New York: Columbia University, 2004.

NEUMANN, A. I. C.; TORRES, E. F. S. Alimentos saudáveis, alimentos funcionais fármaco alimentos, nutraceuticos, você já ouviu falar? **Rev. Hig. Aliment.** v. 14 n. 71, p. 19-23, 2000.

PEDROSO, M. A. L. Festejos Farroupilhas em Santana do Livramento e a influência do planejamento municipal: uma análise narrativa. 2021.

REGO, R. A. e Silva, E. A. **A atmosfera das cidades e a hospitalidade**. In: Dencker, A. F. M. Hospitalidade: Cenários e oportunidades, p. 121-130. São Paulo: Cengage Learnin. 2003.

RIBEIRO, C. M.A. Gastronomia: **uma história e cultura**.

RICHARDS, G. **Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption?**. In: HJALAGER; A-M; RICHARDS, G. (org) Tourism and gastronomy. New York: Routledge, 2002.

SAMPAIO, A.E.A. A gastronomia como patrimônio cultural e seu potencial para competitividade dos destinos turísticos. TURYDES: **Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible**, v. 11, n. 25, p. 38, 2018.

SAMPAIO, F. **A tradição face à evolução e modernidade**. In Actas do IV congresso nacional de gastronomia (pp. 21-47). Santarém.2005. São Paulo: Editora Hotec.2006.

SAMPAIO, F. A gastronomia como produto turístico. **Exedra: Revista Científica**, n. 4, p. 119-134, 2010.

TRIPADISOR. **Os melhores restaurantes: Gravatá/PE**. Disponível: [https://www.tripadvisor.com.br/Restaurants-g793396-Gravata\\_State\\_of\\_Pernambuco.html](https://www.tripadvisor.com.br/Restaurants-g793396-Gravata_State_of_Pernambuco.html). Acesso em: 28/12/2021.

## APÊNDICE

Questionário aplicado junto ao consumidor de turismo e gastronomia

### GASTRONOMIA DE GRAVATÁ-PE

Olá! Bem-vindo(a). Esta pesquisa faz parte de um trabalho de Graduação em Turismo com ênfase em Gastronomia do Centro Universitário Facol - UNIFACOL/PE. Gostaríamos de contar com sua participação neste processo, respondendo ao questionário, a sua colaboração será importante para o conhecimento científico.

Desde já, agradecemos sua participação.

A gastronomia é algo muito bom de se apreciar, e o destino de Gravatá, no agreste de Pernambuco, distante 85 quilômetros da capital Recife, tem uma gastronomia variada que vai desde um fondue, acompanhado de um bom vinho, passando por chocolate quente, cafés e também comidas regionais.



**Para iniciarmos, queremos saber sobre você**

Atenção! Se for responder pelo celular, vire-o na horizontal e passe a barra de rolagem para ver todas as opções de resposta.

Gostaríamos de saber se você já visitou a Cidade de Gravatá/PE?

Sim

Não

Tenho intenção

**Se sim qual o MOTIVO DA VIAGEM?**

TURISMO ( ) NEGÓCIO ( )      CONVENÇÃO ( ) OUTRO ( )

**Gênero \***

Masculino

Feminino

Outro

Prefiro não dizer

**Qual é a Cidade que você reside? Ex: Natal**

-----

**Idade.** Exemplo: 18

**Grau de escolaridade**

Sem instrução

Ensino fundamental incompleto

Ensino fundamental completo

Ensino médio incompleto

Ensino médio completo

Graduação incompleta

Graduação completa

Pós-graduação incompleta

Pós-graduação completa

**Estado civil \***

Solteiro (a)

Casado (a)

Divorciado (a)

Separado (a)

Viúvo (a)

**Qual sua renda mensal (familiar)? \***

Até R\$ 1.045,00

De R\$ 1.045,00 a R\$ 2.090,00

De R\$ 2.090,00 a R\$ 3.135,00

De R\$ 3.135,00 a R\$ 5.225,00

De R\$ 5.225,00 a R\$ 10.450,00

Acima de R\$ 10.450,00

**Quantas pessoas moram na sua residência, incluindo você? \***

Moro sozinho

Eu e mais uma pessoa

Eu e mais duas pessoas

Eu e mais três pessoas

Eu e mais quatro pessoas

Eu e mais cinco pessoas

Acima de seis pessoas moram na minha casa

**Agora gostaríamos de saber sobre a gastronomia**

Atenção! Se for responder pelo celular, vire-o na horizontal e passe a barra de rolagem para ver todas as opções de resposta.

**PARA VOCÊ QUAL A IMPORTÂNCIA DA ALIMENTAÇÃO NA ESCOLHA DE UM DESTINO TURÍSTICO?**

SEM IMPORTÂNCIA ( ) POUCO IMPORTANTE ( ) NEUTRO ( ) IMPORTANTE ( )  
MUITO IMPORTANTE ( )

**VOCÊ PROCURA INFORMAÇÕES SOBRE A ALIMENTAÇÃO DO LOCAL PARA QUAL VIAJA?**

SIM ( ) NÃO ( )

**ONDE VOCÊ BUSCA ESTAS INFORMAÇÕES?**

GUIAS

INTERNET

AGÊNCIAS DE VIAGENS

AMIGOS

OUTROS

NÃO PROCURO

**QUAIS OS ASPECTOS MAIS IMPORTANTES SOBRE A ALIMENTAÇÃO PARA VOCÊ?**

**ESCOLHA A ORDEM DE IMPORTÂNCIA DOS FATORES, SENDO 1 MENOS IMPORTANTE E 5 MAIS IMPORTANTE**

PREÇO

SEM IMPORTÂNCIA ( ) POUCO IMPORTANTE ( ) NEUTRO ( ) IMPORTANTE ( )  
MUITO IMPORTANTE ( )

QUALIDADE DA COMIDA

SEM IMPORTÂNCIA ( ) POUCO IMPORTANTE ( ) NEUTRO ( ) IMPORTANTE ( )  
MUITO IMPORTANTE ( )

SE É SERVIDA COMIDA DA REGIÃO – COMIDA TÍPICA

SEM IMPORTÂNCIA ( ) POUCO IMPORTANTE ( ) NEUTRO ( ) IMPORTANTE ( )  
MUITO IMPORTANTE ( )

QUANTIDADE DOS ALIMENTOS

SEM IMPORTÂNCIA ( ) POUCO IMPORTANTE ( ) NEUTRO ( ) IMPORTANTE ( )  
MUITO IMPORTANTE ( )

**TIPO DE MATÉRIAS PRIMAS UTILIZADAS – ESPECIALIDADES**

SEM IMPORTÂNCIA ( ) POUCO IMPORTANTE ( ) NEUTRO ( ) IMPORTANTE ( )  
MUITO IMPORTANTE ( )

**QUALIDADE DOS SERVIÇOS**

SEM IMPORTÂNCIA ( ) POUCO IMPORTANTE ( ) NEUTRO ( ) IMPORTANTE ( )  
MUITO IMPORTANTE ( )

**CONFORTO DO ESTABELECIMENTO**

SEM IMPORTÂNCIA ( ) POUCO IMPORTANTE ( ) NEUTRO ( ) IMPORTANTE ( )  
MUITO IMPORTANTE ( )

**A COMIDA REGIONAL É IMPORTANTE PARA O CONHECIMENTO DA CULTURA LOCAL?**

SEM IMPORTÂNCIA ( ) POUCO IMPORTANTE ( ) NEUTRO ( ) IMPORTANTE ( )  
MUITO IMPORTANTE ( )

**VOCÊ TEM INTERESSE NA COMIDA REGIONAL?**

SEM INTERESSE ( ) POUCO INTERESSE ( ) NEUTRO ( ) INTERESSE ( ) MUITO INTERESSE ( )

**ANALISANDO A QUESTÃO ABAIXO POR FAVOR ASSINALE SE VOCÊ:**

Qual a primeira coisa que você procura sobre informações antes de viajar?

Gastronomia

História

Atrações noturnas

Compras

Museus

Chegamos ao fim! Muito obrigado por participar desta pesquisa! **\*\*ATENÇÃO\*\***

Não esqueça de clicar em “ENVIAR” para validar suas respostas.