GOSTO pelo BRASIL

Programa Nacional de Turismo Gastronômico

MINISTÉRIO DO TURISMO

Carlos Alberto Gomes de Brito	**Ministro do Turismo**
Marcos José Pereira	**Secretário-Executivo**
Fábio Pinheiro	**Secretário Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo**
Nicole Facuri	**Diretora do Departamento de Inteligência Mercadológica e Competitiva no Turismo**
Rafaela Lehmann	**Coordenadora Geral de Turismo Responsável**
Anna Modesto	**Coordenadora de Produção Associada ao Turismo**
Ana Márcia Valadão	**Analista Técnico-Administrativo**

UNESCO

Marlova Jovchelovitch Noleto	**Diretora no Brasil**
Fábio Soares Eon	**Coordenador dos Setores de Ciências Naturais e de Ciências Humanas e Sociais**
Isabel de Freitas Paula	**Coordenadora do Setor de Cultura**

CONSULTORIA ESPECIALIZADA

Richard Alves	**Consultor**

COLABORAÇÃO TÉCNICA

Instituto Federal de Brasília	**Ana Paula Jacques**
Lab Turismo	**Marcela Saad, Ronaldo Flaviano de Souza Junior**

APRESENTAÇÃO

Nada se compara aos sabores e temperos brasileiros. Nosso país possui ingredientes únicos capazes de encantar turistas de todos os cantos do mundo. Mas é preciso garantir que a gastronomia brasileira seja usada estrategicamente como um ativo para impulsionar as atividades turísticas em todo o Brasil, fidelizando um número cada vez maior de turistas.

E é nesse sentido que o Ministério do Turismo lança o Programa Nacional de Turismo Gastronômico porque, durante a nossa gestão, elencamos a gastronomia como prioridade. Para isso, firmamos importantes parcerias com o objetivo de desenvolver uma série de produtos para estruturação, valorização e promoção de iniciativas locais, fortalecendo essa vocação do Destino Brasil tanto no cenário nacional como no internacional.

Dados da Organização Mundial do Turismo (OMT) revelam que a gastronomia é o terceiro maior impulsionador de viagens no mundo, o que reafirma que estamos no caminho certo. No Brasil, a gastronomia movimenta cerca de R$ 250 bilhões por ano, segundo cálculos da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel). E é um dos itens mais bem avaliados por estrangeiros em visita ao nosso país: 8 em cada 10 turistas internacionais aprovaram a gastronomia brasileira em 2019, segundo estudo realizado pelo Ministério do Turismo com visitantes internacionais.

Então, dentro desse cenário, é vital que a gente garanta a profissionalização de todo esse segmento. Meu desejo é que essa publicação abra os caminhos para o desenvolvimento e fortalecimento da gastronomia brasileira, garantindo que ela continue sendo um elemento cultural de orgulho e identificação do povo brasileiro, além de possibilitar seu fortalecimento como atividade econômica. E, desta forma, permitindo a geração de novos postos de trabalho e, consequentemente, o desenvolvimento social e econômico do nosso amado Brasil.

Carlos Alberto Gomes de Brito
Ministro do Turismo

Ministério do Turismo

GOSTO pelo BRASIL

SUMÁRIO

Café Colonial - Canela - RS - Brasil - Renato Soares - Banco de imagens MTur Destinos

6 INTRODUÇÃO
7 TURISMO GASTRONÔMICO
8 Fatores históricos e culturais
11 Diversidade do patrimônio natural
13 Relações entre o turismo e a gastronomia
16 O turismo gastronômico no mundo e no Brasil
19 CADEIA DE VALOR NO TURISMO GASTRONÔMICO
24 O PAPEL DAS POLÍTICAS PÚBLICAS
28 ANÁLISE ESTRATÉGICA DO TURISMO GASTRONÔMICO
30 PROGRAMA NACIONAL DE TURISMO GASTRONÔMICO
30 Missão
30 Premissas
31 Públicos do programa de turismo gastronômico
32 Públicos da oferta de turismo gastronômico
33 Posicionamento
34 Objetivos estratégicos
35 Mapa estratégico do programa
36 Recomendções para a gestão do programa
37 CONSIDERAÇÕES FINAIS
38 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INTRODUÇÃO

Rancho Do Waldomiro - Alto Paraiso - GO - Brasil - Augusto Miranda - Banco de imagens MTur Destinos

A atividade turística constitui relevante oportunidade para o desenvolvimento dos municípios brasileiros, com potencial para a promoção de inserção social, desenvolvimento econômico, bem como a valorização dos recursos naturais e culturais.

Para o Ministério do Turismo (MTur), fomentar a gastronomia como elemento motivador das viagens apresenta-se como forma de agregar valor aos destinos turísticos através do reconhecimento dos elementos da cultura local. Esse processo contribui também para estimular uma vertente do turismo com importante capacidade de inclusão socioprodutiva, seja pelo envolvimento dos diversos segmentos nas atividades relacionadas com a agricultura, pesca, produção artesanal, indústria e comércio, seja pelas atividades turísticas relacionadas, como agenciamento, transporte, alimentação, hospedagem e entretenimento.

Um dos objetivos atuais do MTur tem sido a construção e a implementação do Programa Nacional de Turismo Gastronômico, iniciativa em consonância com a Política Nacional de Turismo, que prevê colaborar para a redução das disparidades sociais e econômicas, com ampliação do fluxo e permanência de turistas e o incremento do gasto médio.

TURISMO GASTRONÔMICO

Vila De São Jorge - Alto Paraiso - GO - Brasil- Augusto Miranda - Banco de imagens MTur Destinos

A gastronomia constitui um elemento fundamental da oferta turística e estreita os elos entre aqueles que buscam conhecer ou ter contato com outras culturas e territórios, considerando que, mais do que experimentar sabores, ela permite a vivência de ritos, símbolos e até mesmo da história dos lugares. Desta forma, ela tem o potencial de auxiliar o desen volvimento turístico dos destinos, desde os mais consolidados até os menos estruturados, de for ma única e autêntica e abarcando diversos atores locais.

Assim, para o desenvolvimento do turismo gastronômico no Brasil, torna-se primordial que os variados setores e agentes (produtores, moradores locais, cozinheiros, pescadores, profissionais de alimentos e bebidas, atrativos, dentre outros) participem ativamente na gestão das iniciativas, garantindo que a atividade turística ocorra de modo sustentável. Um país como o Brasil, rico em biodiversidade e em elementos culturais, desenha um cenário privilegiado para o desenvolvimento do turismo gastronômico. Com as tradições e cultura, permitindo que o beber e comer permeiem dos mais simples momentos às mais pomposas comemorações, diversos são os valores presentes nos pratos nacionais.

Vila De São Jorge - Alto Paraiso - GO - Brasil- Augusto Miranda - Banco de imagens MTur Destinos

Dentre a infinidade de possibilidades e premissas, apresenta-se a seguir alguns pres supostos que se julga importante serem debatidos e compreendidos para a temática em questão.

Culinaria Tipica - Cuiaba - MT - Brasil - Flavio Andre - Banco de imagens MTur Destinos

Culinaria Tipica - Cuiaba - MT - Brasil - Flavio Andre - Banco de imagens MTur Destinos

Fatores Históricos

A gastronomia desde sempre tem sido uma importante aliada para o desenvolvimento do turismo, uma vez que alimentar-se faz parte das necessidades básicas do ser humano. O turista sempre dedica parte da sua viagem para o consumo de alimentos, entretanto, para se compreender o turismo gastronômico é preciso ir além da alimentação somente como possibilidade de satisfação de uma necessidade biológica. Torna-se necessário vislumbrar as suas múltiplas possibilidades, principalmente quando observado a partir do viés histórico-cultural.

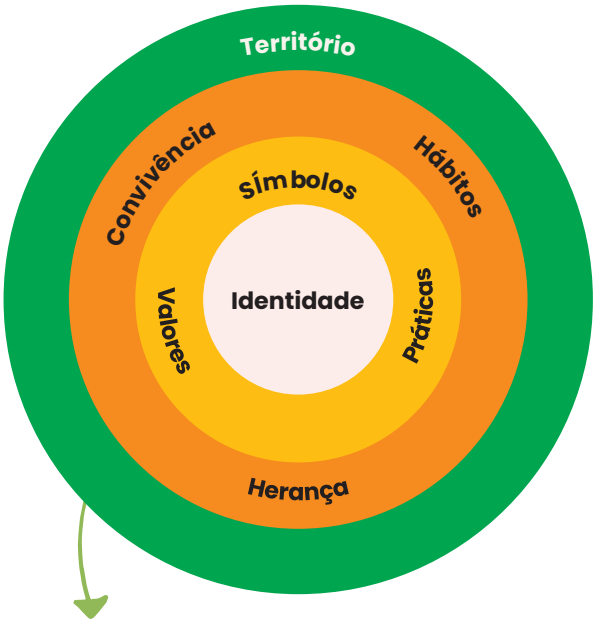
Ao se considerar a cultura e a história de determinado destino, é necessário que se leve em conta os diversos fatores que propiciaram que as práticas locais fossem "moldadas" a partir das mais variadas influências internas e externas, como o clima, geografia, relações com outras comunidades, processos civilizacionais, dentre diversos outros aspectos.

A gastronomia brasileira se apresenta como múltipla e diversa, a qual foi e ainda tem sido desenvolvida tendo como base a influência de muitas etnias, o que faz com que os produtos alimentares locais sejam resultado da interação entre culturas. As matrizes indígenas, africanas, portuguesas, alemãs, dentre outras, interferem diretamente nos hábitos alimentares e, consequentemente, nos pratos típicos, adequados às características e particularidades de cada região, conferindo-lhes atributos únicos.

Culinaria Tipica - Cuiabá - MT - Brasil - Flavio Andre - Banco de imagens MTur Destinos

Fazendas de Cacau -Ilhéus - Bahia - Brasil - Marcio Filho - Banco de imagens MTur Destinos

Para além dos fatores citados, a religião também é capaz de influenciar na gastronomia local, tendo em vista que ela traz influências nos modos de vida humanos, e por tal motivo, o hábito de se alimentar adquire características, revela preceitos e práticas que estão diretamente vinculadas à fé de determinado grupo. O costume de se abster de determinados alimentos durante certos períodos ou mesmo o preparo de outros para o desenvolvimento de rituais, trouxeram características alimentares particulares a determinados grupos.



Quando um indivíduo está inserido em uma comunidade, ele compartilha símbolos, valores e práticas construídas e determinadas a partir da convivência, hábitos e herança local. Desta forma, podemos compreender que a identidade está diretamente ligada à cultura e história de determinado espaço, a qual traz consigo a manutenção de uma soma de atributos e valores capazes de fazer com que o indivíduo se identifique a partir de tais características.

É a partir desta perspectiva que se pode vislumbrar a gastronomia como fator identitário, tendo em vista que o ato de comer engloba diversos aspectos como cultivo, seleção, hábitos, significados, tradição, dentre outros, que são próprios de determinada sociedade e que variam de acordo com a cultura, história, geografia, situação socioeconômica.

Assim, os diversos espaços adquirem hábitos alimentares que lhes são característicos e algumas vezes únicos.

1. Por que o arroz e feijão é a combinação mais presente no prato dos brasileiros? 2. Por que causa estranheza em um brasileiro o hábito de comer insetos ao passo que em outros países essa é uma prática comum? 3. Por que em determinadas regiões nacionais o açaí é consumido como prato salgado enquanto em outras o fruto é ingerido de forma adocicada? Certamente, a resposta para todas essas perguntas passa por um viés histórico-cultural englobando toda a perspectiva exposta.

Caminhos da Colônia culinária - Cantina Tonet - Caxias do Sul - RS - Brasil - Renato Soares - Banco de imagens MTur Destinos

Com efeito, qualquer que seja a prática alimentar, ela adquire atributos que lhes são próprios ao longo do tempo e espaço, fator que a torna uma importante ferramenta de comunicação, capaz de expressar identificações particulares e comunitárias, permitindo ao indivíduo o conhecimento e a consciência de si mesmo e do ambiente que o cerca. Ademais, o ato de se alimentar, preparar a comida, cultivar os alimentos, apresentá-los e até mesmo partilhá-los manifestam símbolos e valores que são capazes de contar histórias.

É a partir desta perspectiva que se pode vislumbrar a gastronomia como fator identitário, tendo em vista que o ato de comer engloba diversos aspectos como cultivo, seleção, hábitos, significados, tradição, dentre outros, que são próprios de determinada sociedade e que variam de acordo com a cultura, história, geografia, situação socioeconômica.

Tais histórias, desenhadas pelas territorialidades gastronômicas, constituem um patrimônio material e imaterial, que merece ser resguardado e valorizado. Essas questões perpassam por ações que possibilitem o fortalecimento e salvaguarda da cultura alimentar regional e manutenção dos saberes locais, o que encontra forte aliado na perspectiva educacional do patrimônio agroalimentar. Assim, a própria comunidade sentirá pertencimento em relação ao que lhe é próprio, ampliando meios para que todos os aspectos abordados sejam preservados.

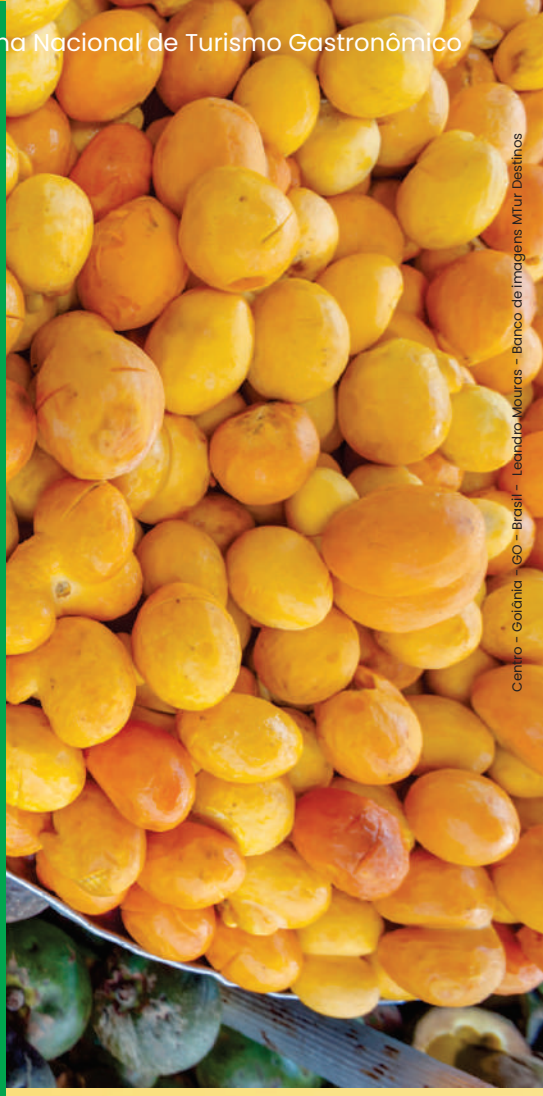
DIVERSIDADE DO PATRIMÔNIO NATURAL

As particularidades atribuídas aos diversos recursos naturais, aliadas a determinada cultura alimentar, refletem realidades únicas. No Brasil, esta variedade se apresenta de maneira latente, tendo em vista que do Pampa à Amazônia, da cidade ao campo, do doce ao salgado, do petisco ao prato principal, existem métodos e relações que se expressam de forma heterogênea.

Para se falar em gastronomia, torna-se imperativo pensar na variedade dos biomas brasileiros a partir dos seus ecossistemas, tendo em vista que todos os sistemas alimentares são desenvolvidos a partir da domesticação e manejo dos recursos naturais. Como dito, cada território possui recursos e meios que lhes são próprios, o que faz com que os usos que lhes são dados e saberes atribuídos sejam plurais.

Tendo por base a vastidão do território nacional, bem como a multiplicidade de produtos agroalimentares existentes, é fundamental que existam meios que visem salvaguardar a sua forma de produção, bem como a qualidade e características que lhes são próprias. Iniciativas como os registros de "Indicação Geográfica" e "Denominação de Origem", por exemplo, apresentam potencial em assegurar que esses processos de produção sigam intactos. Dessa forma, compreende-se que não somente as iniciativas indicadas devem ser incentivadas e facilitadas, mas também, que outras alternativas sejam fomentadas.

A exploração dos recursos naturais de forma desordenada pode causar prejuízos, muitos deles irreversíveis a curto prazo, o que demanda um olhar atento aos processos de extração e beneficiamento. Os usos dos recursos para a gastronomia devem ser sempre pensados de modo sustentável e equitativo, promovendo o desenvolvimento econômico, social e ambiental e gerando o mínimo de impactos negativos.



Centro - Goiânia - GO - Brasil - Leandro Moura - Banco de imagens MTur Destinos

Centro Histórico - Macapá - AP - Brasil - Marcia Do Carmo - Banco de imagens MTur Destinos

Segundo os apontamentos realizados pelas Nações Unidas, a partir do Centro Regional de Informação para a Europa Ocidental[1], o sistema alimentar mundial tem sido a maior ameaça à biodiversidade. A agricultura, por si só, é uma ameaça para 24.000 (86%) das 28.000 espécies em risco de extinção no mundo. A instituição ressalta também que esses sistemas têm seguido o paradigma dos alimentos mais baratos, em que se objetiva produzir em maior quantidade ao menor custo possível, ocasionando uma dependência cada vez maior do uso de fertilizantes, pesticidas, energia, terra, água, e de práticas insustentáveis como a monocultura.

Feira Hortifruti Moreirinha - Goiânia - GO - Brasil - Leandro Moura - Banco de imagens MTur Destinos

Deve-se destacar que, para a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação[2], o desperdício alimentar causa não somente impactos econômicos, pois as 1,3 mil milhões de toneladas de alimentos desperdiçados anualmente em todo o mundo geram efeitos negativos nos recursos naturais, como o clima, água e terra, e na biodiversidade. De acordo com estudo da instituição, 54% do desperdício acontece na fase inicial de produção, manipulação, pós-colheita e armazenagem, enquanto 46% ocorrem nas etapas de processamento, distribuição e consumo.

Pode-se, então, vislumbrar que o ato de se alimentar vai além do ato da ingestão de alimentos, sendo necessário estar atento às questões que permeiam o setor, buscando o estímulo às iniciativas sustentáveis. Além do bem-estar do corpo por meio do consumo saudável, deve-se também buscar o bem-estar dos ecossistemas que fornecem esses alimentos, visando benefícios coletivos.

Fomentar o turismo gastronômico demanda que os recursos disponíveis em uma região sejam tratados como potenciais para gerar o desenvolvimento de territórios, seja por meio da valorização das produções rurais, de visitações a estas propriedades ou através da degustação de alimentos. Neste sentido, dentre uma amplitude de possibilidades, têm-se a eleição de determinados alimentos que mais se destacam dentre a diversidade de alimentos presentes no ecossistema de cada região, estado ou município. Assim, a expansão desta atividade deve sempre estar pautada na premissa de aliar o possível e esperado crescimento econômico com o uso sustentável dos recursos naturais, sem comprometer o meio ambiente.

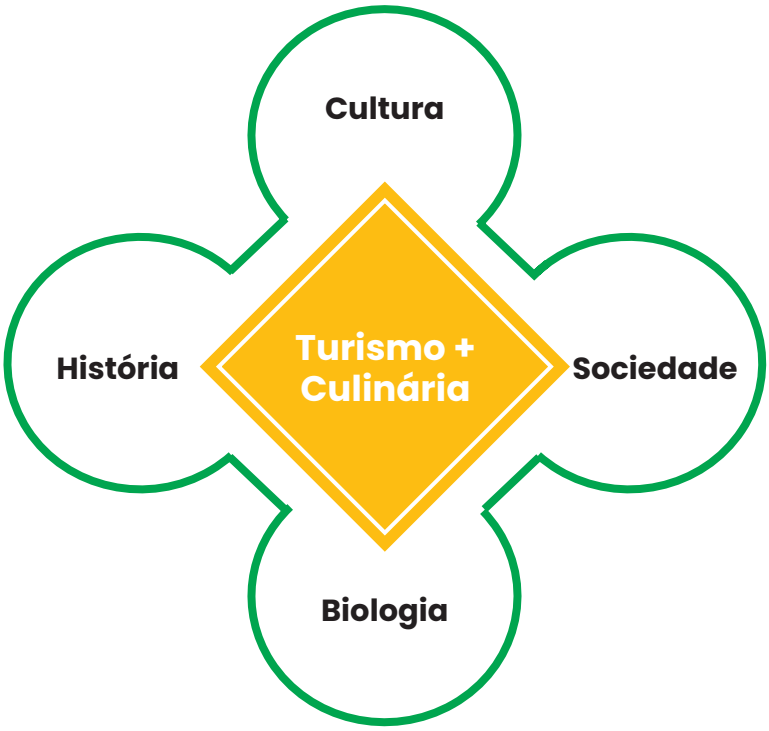
As pessoas que buscam o contato com culturas distintas da sua podem encontrar na gastronomia possibilidades que extrapolam o básico, tendo em vista que, muitas vezes, mais do que conhecer, será possível experimentar e vivenciar aquilo que é característico do outro, o que está em consonância com o desenvolvimento da atividade turística.

[1]https://unric.org/pt/sistemas-alimentares-sao-a-maior-ameaca-a-biodiversidade/. Acesso em 09/01/2022.
[2]https://www.fao.org/news/story/pt/item/204029/icode/. Acesso em 09/01/2022

Prato Picadinho Brasileirinho da Chef Di Oliveira - Brasília - DF - Brasil - Roberto Castro - Banco de imagens MTur Destinos

Relações entre o turismo e a gastronomia

A alimentação, quando organizada e preparada, não somente favorece o desenvolvimento do turismo no sentido de satisfazer as necessidades físicas dos visitantes, mas também serve de atrativo para tal atividade. Isso contribui para que se multipliquem as possibilidades em um destino, pois as oportunidades de ofertar uma experiência com as comidas típicas e com os pratos mais contemporâneos são infinitas.



Considerando a vastidão cultural, social, histórica e biológica, a gastronomia incorporada ao turismo se apresenta dentro de um panorama inesgotável. Essa multiplicidade de oportunidades possibilita que um destino contenha atrativos que contemplem elementos que lhes são autênticos, fator que tem o potencial de atrair um fluxo de pessoas que estejam em busca do contato com realidades distintas da sua.

Portanto, a alimentação agregada às ações do turismo traz consigo símbolos capazes de gerar transformações tanto no território quanto nas pessoas que com ela estabelece contato, sejam turistas ou moradores locais. Além disso, tal iniciativa tem o potencial de agregar valor aos alimentos, promovendo inclusive a sua produção.

Fazendas de cacau - Ilhéus - Bahia - Brasil - Márcio Filho - Banco de imagens MTur Destinos

Os produtos que são típicos ou até mesmo únicos de determinado local propiciam inclusive, que os turistas adquiram alimentos para serem levados para a sua cidade de origem como "souvenirs gastronômicos", os quais servirão para o consumo a fim de relembrarem as experiências vivenciadas em viagem ou até mesmo presentear outras pessoas. Adquiridos como formas de lembranças, esses produtos levam consigo a identidade do destino, sendo capazes de auxiliar o seu fortalecimento e até mesmo sua valorização.

Entretanto, deve-se observar os atributos que fazem parte da cultura local, pois o seu uso arbitrário pode contribuir para que se desenvolva uma oferta descaracterizada da realidade. Essa questão tem o potencial de induzir que sejam ofertados alimentos pouco consumidos, com pouca ou nenhuma relação com as características regionais, como se fossem tradicionais. Isso pode até mesmo descaracterizar patrimônios alimentares, ofertando-se pratos típicos adaptados a uma perspectiva mais mercadológica.

A modalidade de viagem na qual o turista se desloca na busca pelo contato com elementos gastronômicos de um destino tem ganhado cada vez mais força em todo o mundo. É neste sentido que se torna possível falar no turismo gastronômico, que, segundo a Organização Mundial do Turismo, pode ser considerado como um tipo de atividade turística que se caracteriza pelo fato do viajante vivenciar atividades e produtos relacionados à gastronomia local durante sua viagem.

Além de experiências culinárias autênticas, tradicionais e/ou inovadoras, o segmento também inclui outros tipos de atividades, como visitar produtores locais de agricultura familiar, participar de festivais gastronômicos ou assistir aulas de culinária[3].

[3]https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858. Acesso em 11/01/2021

Prato Picadinho Brasileirinho do Chef Di Oliveira - Brasília - DF - Brasil - Roberto Castro - Banco de imagens MTur Destinos

Andiroba e Tucumã - Salvaterra - PA - Brasil - Bruna Brandão - Banco de imagens MTur Destinos

Quelpadinha de Coco - São Cristóvão - SE - Brasil - Cleverton Ribeiro - Banco de imagens MTur Destinos

Degustar um alimento, passear por propriedades produtoras, aprender a cozinhar um novo prato, percorrer roteiros, debater sobre alimentação, tudo isso realizado no momento de viagem está vinculado ao turismo gastronômico. Desta forma, ele se desenvolve a partir de uma rede de agentes, setores e territórios interligados entre si. Assim, pode-se vislumbrá-lo como uma atividade com o potencial de agregar distintos elementos como cultura, identidade, meio ambiente, história, patrimônio, paisagens, pessoas, etc.

Por conta dessas peculiaridades se pode falar da importância do desenvolvimento de destinos a partir da regionalização. Tendo em vista as questões complementares entre destinos, os elementos da gastronomia podem ser oferecidos de modo a contribuir para que a oferta turística seja promovida de forma mais dinâmica e variada.

O turismo gastronômico apresenta capacidade de dinamizar não somente um destino específico, mas também toda uma região com localidades com características e ofertas complementares. Isso contribui para que o visitante se desloque até o local com o objetivo primordial motivado pela gastronomia, ou mesmo para complementar as atividades desenvolvidas pelo turismo ao possibilitar um universo mais amplo.

Para que isto ocorra, os agentes produtores devem se empenhar em evidenciar tais questões a partir da gestão do turismo gastronômico. Assim, a oferta pode ser desenvolvida com autenticidade e de acordo com a vocação do destino, permitindo que os valores da identidade local possam ser compartilhados com premissas na sustentabilidade, aliados à qualidade de produtos e serviços oferecidos.

Gastronomia - Goiás - GO - Brasil - Pablo Regino - Banco de imagens MTur Destinos

O turismo gastronômico no mundo e no Brasil

Gastronomia - Goiás - GO - Brasil - Pablo Regino - Banco de imagens MTur Destinos

É notório que a busca por destinos motivados pela gastronomia tornou-se crescente em todo o mundo, especialmente nos últimos anos. As possibilidades de vivências da cultura local por meio da comida, e das atividades que com ela estabelece relações, estão ganhando cada vez mais força nos destinos. Neste sentido, a Organização Mundial do Turismo (OMT) destaca que o turismo gastronômico surge precisamente a partir da diferença entre os turistas que simplesmente se alimentam durante a viagem e aqueles para os quais a gastronomia tem uma influência decisiva na escolha do destino e querem satisfazer o seu apetite hedônico e cultural, para além do fisiológico.

Sobre esse tipo de viagem, a OMT tem empreendido esforços para o seu desenvolvimento a partir da realização de eventos como o Fórum Mundial do Turismo, cuja sexta edição foi realizada no ano de 2021 em Bruges, na Bélgica. Também é possível identificar diversos trabalhos técnicos sobre a temática divulgados pela instituição, como os relatórios globais e as recentes publicações com relatos de experiências bem-sucedidas na África e no Japão com relação ao turismo gastronômico.

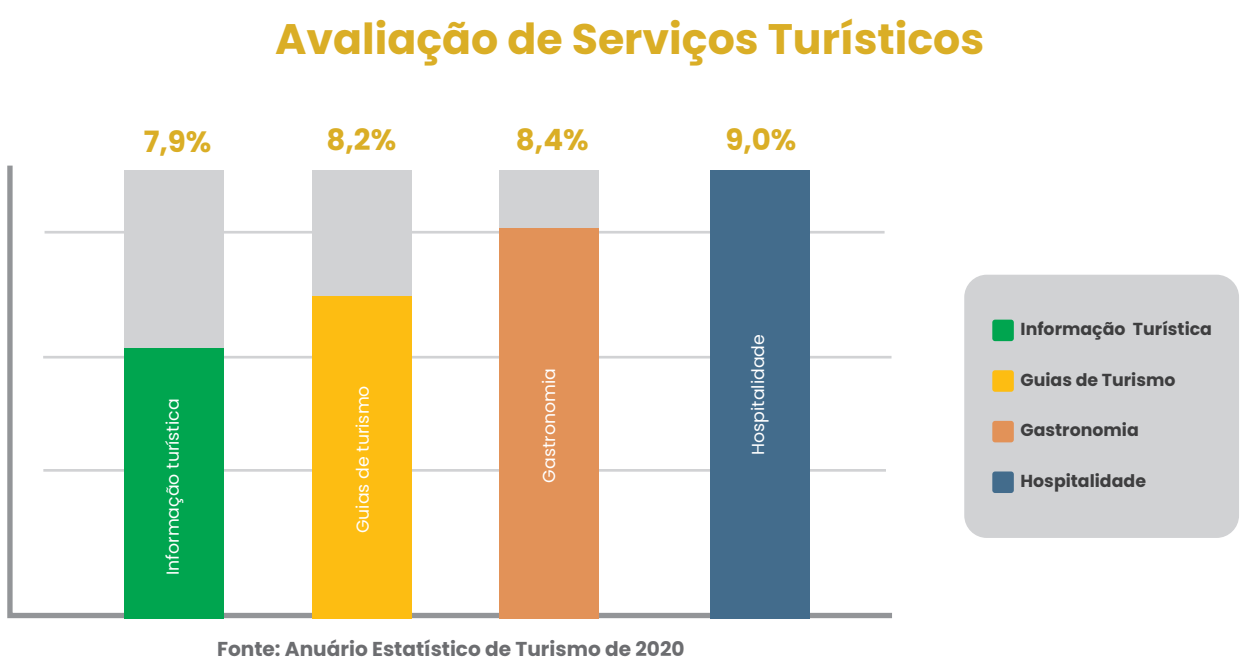
A organização ainda apresenta, em relatório publicado no ano de 2017, o dado de que o turismo gastronômico consta como terceiro principal motivador para viagens, estando atrás apenas de cultura e natureza . Entretanto, mesmo com a identificação da importância do setor, o documento aponta que 65,5% do grupo de instituições que responderam à pesquisa ao redor do mundo acreditam que o turismo gastronômico tem sido promovido de maneira insuficiente, enquanto apenas 24,6% informaram alocar recursos específicos para a atração de turistas visando a gastronomia.

Outra instituição que tem empreendido esforços para o segmento é a Unesco que, por meio da Rede de Cidades Criativas, tem a gastronomia como um de seus campos de atuação. Essa ação busca promover a cooperação entre localidades no mundo que possuem características comuns a partir do uso da criatividade para promoção do desenvolvimento urbano sustentável. A partir desta iniciativa, 36 municípios ao redor do mundo foram designados como Cidades Criativas para a Gastronomia, dentre as quais quatro são brasileiras . Ressalta-se ainda o estímulo ao turismo gastronômico a partir de projetos de cooperação, colaborando para o desenvolvimento do presente programa.

Cada vez mais, a gastronomia ao redor do mundo tem deixado de se incrementar a partir de um processo meramente espontâneo, dando lugar a destinos cada vez mais profissionalizados e geridos a partir de planejamentos e direcionamentos estratégicos, projetos e iniciativas de fomento a essa temática.

No Brasil, o interesse também é crescente, em especial nos últimos anos, em que é possível observar um aumento da oferta de festivais e eventos de cunho gastronômico promovidos nos mais variados destinos. Contudo, com os dados levantados ao longo da construção deste programa, foi possível notar que muitas iniciativas ainda acontecem de forma incipiente, o que é mais notório quando se fala em rotas e roteiros voltados para o setor. Assim, pode-se concluir que para fomentar o turismo gastronômico nacional precisa se considerar um processo a ser desenvolvido e não como uma realidade pronta.

Apesar de ainda poder ser considerado um processo inicial, a gastronomia já tem se destacado no cenário nacional. Exemplo disso foi o fato do "Anuário Estatístico de Turismo de 2020" , no estudo da demanda turística internacional entre os anos de 2015 e 2019, apontar que este item foi o segundo mais bem avaliado na categoria "serviços turísticos", estando atrás somente da hospitalidade. O estudo ainda demonstra que na categoria "infraestrutura turística" a avaliação dos restaurantes também é evidenciada, ficando atrás somente do termo alojamento.



Fonte: Anuário Estatístico de Turismo de 2020

O mencionado documento também nos permite observar o crescimento de estabelecimentos de restaurantes, bares e similares cadastrados junto ao Ministério do Turismo, número que se ampliou em todas as regiões brasileiras. No contexto nacional, o número passou de 1.578 em 2017 para 2.340 em 2018 e 5.366 em 2019. Esse aumento pode nos indicar um crescimento no número de estabelecimentos do setor gastronômico ou mesmo mais interesse em estar cadastrado junto à esfera pública na área do turismo.

Apesar do recente impacto negativo causado pela pandemia da COVID-19, a Associação Nacional de Bares e Restaurantes (ABRASEL) informa que até 2020 o setor de Alimentação Fora do Lar era o que mais empregava nacionalmente. Esse dado foi ressaltado com a informação que, de acordo com a associação, a gastronomia foi responsável por movimentar R$ 250 bilhões no Brasil somente no ano de 2018.

Pandemia foto criado por master1305 - br.freepik.com

O setor de restaurantes tem se destacado tanto no cenário nacional quanto internacional, sendo que atualmente o país conta com diversos estabelecimentos que alcançaram estrelas no Guia Michelin, um dos principais e mais conceituadosem todo o mundo. Além disso, restaurantes e chefs brasileiros lograram êxito em diversas premiações internacionais, como na premiação internacional "The World's 50 Best Restaurants 2021".

Compreende-se que o potencial nacional para o desenvolvimento do turismo gastronômico é vasto, considerando principalmente as características nacionais como paisagens, história, clima, cultura e geografia. Dentro das especificidades regionais, as particularidades integram um todo, que possibilita que o Brasil possa ser reconhecido também a partir da gastronomia.

Cuca - Pomerode - SC - Brasil - Renato Soares - Banco de imagens MTur Destinos

Desta forma, o desenvolvimento do setor passa pelo desdobramento de ações conjuntas, que possam permitir que as singularidades sejam evidenciadas e elaboradas de modo a colaborar para o progresso dos territórios de maneira sustentada e cooperada.

CADEIA DE VALOR NO TURISMO GASTRONÔMICO

Agroturismo Ervateria - Gramado - RS - Brasil - Marcon - Banco de imagens MTur Destinos

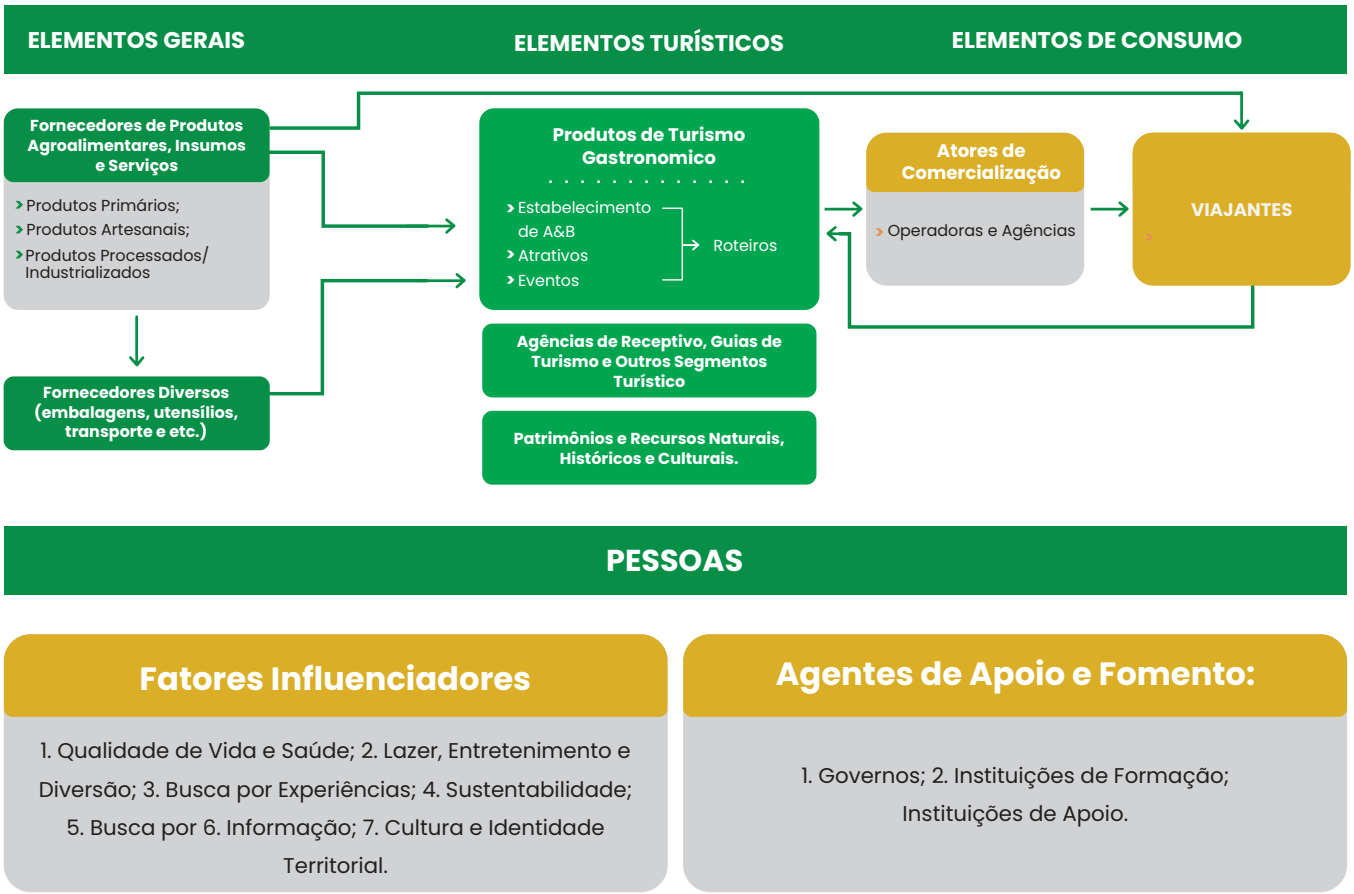
O turismo gastronômico contempla uma rede de produtores que contribuem para o consumo não apenas dos alimentos, mas também de paisagens, patrimônios, territórios, estabelecimentos, dentre outros, por meio de atividades que envolvem o meio ambiente, cultura e história. Desta forma, a gastronomia deve ser compreendida além da complementaridade às atividades do turista, considerando o seu potencial de atração de fluxo de pessoas, bem como a partir de toda uma cadeia que se movimenta para o seu crescimento.

Considerando esta perspectiva, pode-se compreender que, para cada prato servido, bebida degustada ou plantação visitada, existe uma rede de colaboração associada que vai desde a produção, processamento, organização e comercialização dos produtos. É imperativo ressaltar que estes processos estão permeados por temáticas que englobam questões locais, variando de acordo com os recursos naturais, históricos e culturais dos grupos sociais.

Homem segurando cesta com vegetais orgânicos saudáveis. foto criado por PauloVilela- br.freepik.com

Este programa apresenta de forma pioneira uma proposta inicial da Cadeia de Valor do Turismo Gastronômico, a qual pode auxiliar na compreensão do comportamento de cada processo, bem como do seu fluxo de realização. Salienta-se que são expressas as atividades executadas que contribuem para a produção, comercialização, consumo e manutenção do setor em questão.

Cadeia de valor no turismo gastronômico



Como pode ser visualizado, a cadeia de valor apresentada evidencia os diversos atores que interagem no desenvolvimento do turismo gastronômico. Assim, tem-se a descrição dos elementos abordados:

Fornecedores de Produtos Agroalimentares, Insumos e Serviços

Envolvem atores que vão desde os pequenos produtores, como os agricultores familiares, até as grandes indústrias, considerando-se aqueles que ofertam produtos para serem utilizados nos empreendimentos relacionados com a oferta turística. Destacam-se:

- Produtos Primários: considerados nesta perspectiva os produtores de insumos natura, cultivados e/ou extraídos da natureza para posteriormente serem transformados em refeições;

- Produtos Artesanais: são os produtores de alimentos cujas atividades são desenvolvidas de forma manual e a partir de métodos tradicionais, sem interferência industrial;

- Produtos Processados/Industrializados: são os produtores que modificam os produtos primários, em pequena ou grande escala, e que, a partir dos usos de máquinas e equipamentos, fazem com que os insumos sejam transformados em alimentos a partir da atividade industrial.

É importante considerá-los além de simples fornecedores, uma vez que o desenvolvimento do turismo gastronômico em ambientes de produção também se torna possível, como a visitação de vinícolas, áreas de exploração de frutos nativos, ou residências de cozinheiros de doces típicos, por exemplo.

Fornecedores Diversos

São os que abastecem com os materiais necessários (embalagens, utensílios, transportes, etc.) os atores do turismo gastronômico, contribuindo para o desenvolvimento das atividades. Constata-se que, tanto os fornecedores de produtos agroalimentares, insumos e serviços quanto os fornecedores diversos estabelecem relações com os produtos de turismo gastronômico, uma vez que a origem daquilo que será utilizado pelo turismo advém destes elementos gerais.

Produtos de Turismo Gastronômico

São os produtos relacionados à gastronomia, trabalhados para a recepção de visitantes. Neste grupo, encontram-se os estabelecimentos de alimentos e bebidas, os atrativos e os eventos. Estes, quando ofertados de forma organizada e integrada, também podem compor os roteiros turísticos. Nestes produtos ressaltam-se os principais conceitos:

- Produtos Gastronômicos - Componentes tangíveis ou intangíveis formados por serviços, atrativos, ou mesmo equipamentos que são ofertados como possibilidade de permitir o desenvolvimento de experiências por meio da gastronomia em sentidos que extrapolam a simples satisfação alimentar;
- Eventos Gastronômicos - São acontecimentos planejados, organizados e coordenados antecipadamente que visam a reunião de pessoas com o objetivo comum de vivenciar experiências por meio da gastronomia em sentidos que extrapolam a simples satisfação alimentar;
- Roteiros Gastronômicos - Itinerário composto por produtos, atrativos, territórios ou serviços planejados organizados e coordenados em que é ofertada a possibilidade de experiências por meio da gastronomia em sentidos que extrapolam a simples satisfação alimentar.

Patrimônios e Recursos Naturais, Históricos e Culturais

Constituído pela diversidade de elementos relacionados com a fauna, flora e toda a biodiversidade presente nos biomas brasileiros, bem como pelos elementos históricos e culturais presentes nos territórios de norte a sul do país. Tendo em vista a dinâmica que perpassa a autenticidade no desenrolar do turismo gastronômico, os conhecimentos, modos de interação, biodiversidade e hábitos são a base para o desenvolvimento da gastronomia, uma vez que estes elementos são o pilar para a criação dos recursos para o turismo.

Atores da Comercialização

Quando os recursos turísticos estão sistematizados, organizados e planejados, eles podem ser comercializados, o que muitas vezes pode ser realizado pelas operadoras e agências de turismo. Deve-se destacar, porém, que a relação do viajante com os mencionados atores da comercialização nem sempre são estabelecidas, uma vez que o turista pode participar de eventos, ir a restaurantes, visitar atrativos ou desenvolver um roteiro sem necessariamente haver o intermédio desses atores.

Acarajé da Cira - Salvador - Bahia - Brasil - Marcio Filho - Banco de imagens MTur Destinos

Viajantes

São consideradas aquelas pessoas que se deslocam a outros territórios e que de algum modo estabelecem relações com a gastronomia local. Estes podem possuir diversos motivadores para o consumo:

- Gastronomia como Motivação Principal:

Consideram-se os turistas que se deslocam a outros territórios com objetivo fundamental de obter experiências gastronômicas;

- Gastronomia como Motivação Secundária/

Complementar:

São aqueles em que a motivação para o desenvolvimento do turismo envolve diversos elementos, dentre os quais está presente a gastronomia;

- Sem Motivação Específica pela Gastronomia:

Entende-se como o turista que está em viagem, mas que por razões físicas necessita se alimentar e, por consequência, estabelece vínculos com a gastronomia local.

Pessoas

O fator humano constitui elemento estratégico em todas as áreas e momentos da cadeia de valor do turismo gastronômico. Todas as empresas, unidades produtivas, organizações e governos são compostos por indivíduos que precisam estar mobilizados, engajados, qualificados e atuantes, cada um dentro do seu papel, para o desenvolvimento de um setor sustentável e competitivo.

Fatores influenciadores

Este atributo do turismo gastronômico acontece a partir de aspectos que influenciam a tomada de decisões do turista, sendo elas:

- Qualidade de vida e saúde:

cada vez mais as pessoas têm reconhecido a necessidade em adquirir hábitos e estilos de vida mais saudáveis, o que perpassa pelas escolhas na alimentação, ocasionando uma maior procura por produtos naturais e uma nutrição equilibrada visando o bem-estar;

- Lazer, entretenimento e diversão:

A busca por atividades alternativas àquelas que fazem parte do cotidiano sempre foi um dos principais motivadores de deslocamento de pessoas, ações em que a gastronomia tem o potencial de ofertar uma gama de ações a serem desenvolvidas;

- Busca por experiências:

A busca por atividades alternativas àquelas que fazem parte do cotidiano sempre foi um dos principais motivadores de deslocamento de pessoas, ações em que a gastronomia tem o potencial de ofertar uma gama de ações a serem desenvolvidas;

- Sustentabilidade:

Tendo em vista as premissas do turismo gastronômico, a sustentabilidade faz parte do seu processo, a partir de usos cuidadosos e responsáveis dos recursos presentes nos ecossistemas, possibilitando a atração de turistas mais conscientes frente às questões ambientais;

- Busca por informação:

O turismo gastronômico se estende como possibilidade para as pessoas ampliarem seus conhecimentos, a partir de eventos como congressos e seminários do setor e por meio da troca de informações envolvendo as relações estabelecidas em todo o processo;

- Cultura e identidade territorial:

Nesse fator considera-se o quanto as pessoas possuem vínculo com os seus territórios e com isso valorizam atividades gastronômicas identitárias. Mas ocorre também a oportunidade de um território ser atrativo justamente por sua cultura e identidade, expressas também na gastronomia, despertando o interesse dos viajantes.

Agentes de apoio e fomento

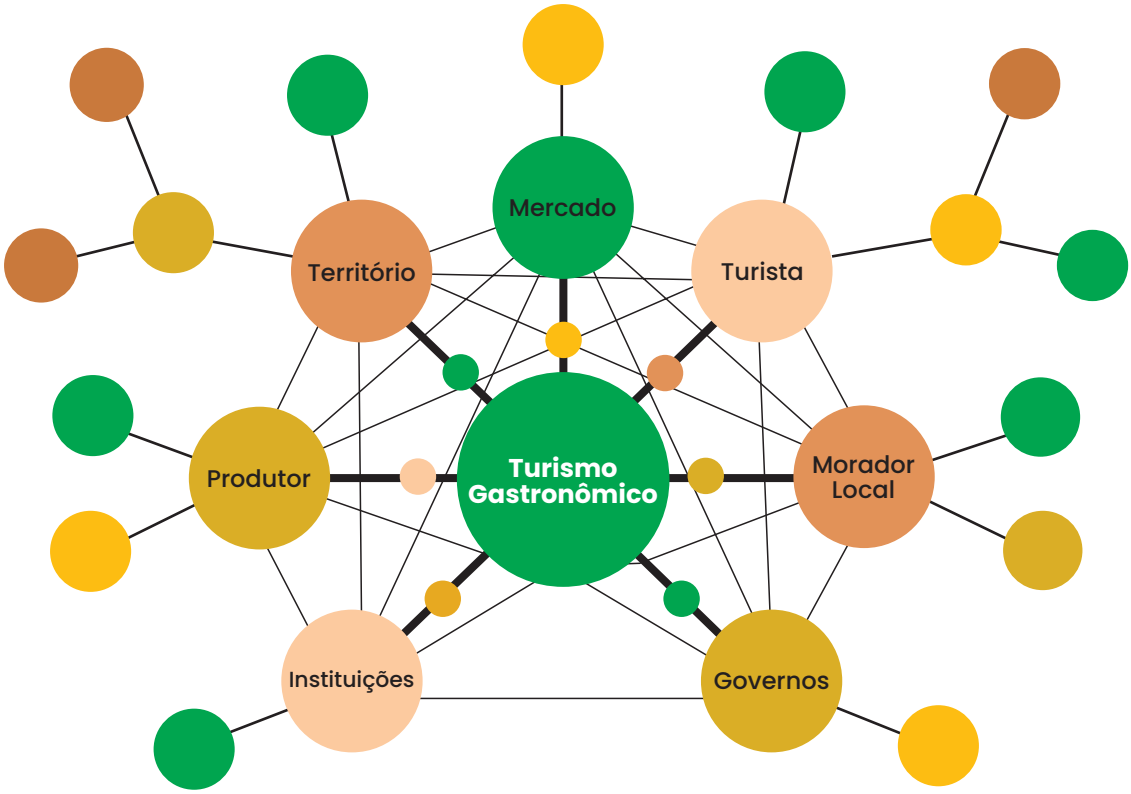
Para que o turismo gastronômico seja desenvolvido e comercializado, não basta apenas que ele apresente potencial para tal, é preciso que diversas ações conjuntas sejam promovidas a partir de atitudes específicas para cada setor. Dessa maneira, o envolvimento de diversos intermediários se mostra primordial, evidenciando a importância da participação dos agentes de suporte e fomento como governos, instituições de formação e apoio em todo o processo.

Sendo este segmento o resultado da ação conjunta entre uma rede coordenada de relações abarcando diversos setores, as operações devem ser pensadas de modo a englobar a totalidade das esferas participantes. A cadeia de valor aqui apresentada demonstra todo o processo de desenvolvimento do turismo gastronômico, o que contribui para o fomento de práticas estratégicas para o setor de modo a permitir que a atividade turística se consolide de maneira sustentável.

O PAPEL DAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O TURISMO GASTRONÔMICO NO BRASIL

Mercado Municipal - São Paulo - SP - Brasil - Rogerio Cassimiro - Banco de imagens MTur Destinos

Considera-se que o turismo gastronômico deve ser desenvolvido a partir da relação entre distintos agentes, o que demonstra o seu caráter integrativo. A partir de suas características, ele envolve-se com os mais variados setores do território a partir da relação do turista com os espaços, instituições e moradores locais, estabelecendo assim novas relações. Com efeito, deve-se sempre estar atento para as transformações decorrentes do turismo nas localidades de modo que a atividade contribua na geração de divisas, valorização das manifestações e espaços, bem como na promoção de relações harmônicas entre os envolvidos.Um destino turístico não se desenvolve somente a partir de suas potencialidades ou da sua promoção. Compreende-se que esta é apenas uma etapa de um processo que abrange uma variedade de perspectivas. Ou seja, deve-se compreender o turismo gastronômico para além do espaço onde ocorre, transcendendo os ambientes da gastronomia. Dessa forma, a formulação de políticas públicas para o setor deve englobar os mais variados aspectos presentes nesta rede e envolver as mais diversas instâncias governamentais.



Café Colonial - Canela - RS - Brasil - Renato Soares - Banco de imagens MTur Destinos

Para fomentar o turismo gastronômico, deve-se considerar os principais atores econômicos e sociais que participam do processo: atrativos, meios de hospedagem, restaurantes, bares, produtores locais, comércio em geral, terceiro setor, poder público, dentre outros. Nesse sentido, o direcionamento de ações deve estar pautado no engajamento dos setores da cadeia de valores do destino para que aconteça de modo integrado e cooperado.

Assim, destaca-se a necessidade de que o setor seja incrementado a partir de uma rede em que cada um, a partir de suas aptidões e capacidades, concentre esforços para que se alcance um objetivo comum de modo mais direto e eficiente, assegurando que a atividade assegure a promoção de benefícios mútuos.

Essa rede deve ser formada de modo a dispor de instrumentos que viabilizem a participação de todos os atores, e que eles possam assumir papéis distintos a partir dos benefícios e responsabilidades individuais e coletivos. É imperativo vislumbrar, então, o desenvolvimento de estruturas que permitam articular todos os setores envolvidos com vistas a um segmento consciente e sustentável.

Além daqueles que atuam diretamente, a atividade turística pode se relacionar inclusive com aqueles que com ela estabelecem pouca relação. Dessa forma, compreende-se que para o alcance dos objetivos esperados, é primordial que a participação da comunidade local seja assegurada, tendo em vista fundamentalmente que o turismo é desenvolvido num território que a ela pertence. Ademais, o sucesso em um destino perpassa pelas relações que são estabelecidas entre visitantes e visitados.

Considerando essa multiplicidade de atores envolvidos no processo, diversos serão os ideais frente às atividades desenvolvidas. Compreende-se que este é um movimento político dinâmico e complexo, o que envolve muitas vezes questões imprevisíveis. Sob esse aspecto, as políticas públicas devem estar pautadas no sentido de contribuir para que os interesses de todos os atores envolvidos sejam atendidos com foco no projeto comum.

Tendo em vista o aspecto de imprevisibilidade em determinadas situações, bem como a multiplicidade de agentes componentes em todo o processo, faz-se necessário que exista uma capacidade institucional que vise garantir a eficiência, eficácia e efetividade das políticas públicas e programas voltados para o setor, garantindo melhores resultados.

Gastronomia - Bonito - MS - Brasil - Flavio Andre - Banco de imagens MTur Destinos

Sobre isso, entende-se que a avaliação de políticas públicas deve estar pautada sob indicadores que contribuam para o dimensionamento, bem como o nível de cumprimento, dos propósitos estabelecidos, além de sua efetividade social. Desta forma, deve-se pensar em ações que gerem indicativos para não somente cumprir o mencionado, mas também permitir o planejamento, gestão e controle do desenvolvimento sustentável da atividade, favorecendo interpretações internas e externas a partir de informações consistentes.

Importante garantir marcos legais que assegurem a continuidade das ações, bem como o incentivo ao crescimento do setor. Destaca-se ainda que o turismo gastronômico, a partir de suas vertentes mistas, esbarra em legislações variadas, as quais podem favorecer ou, em alguns casos, dificultar o seu desenvolvimento. Assim, é preciso que o olhar esteja voltado às questões trabalhistas, previdenciárias, sanitárias, dentre outros.

Outro fator fundamental será a atuação conjunta entre as diversas instâncias governamentais, a fim de apoiar o desenvolvimento do setor. No âmbito federal, em especial os Ministério do Turismo, do Meio Ambiente e da Agricultura apresentam significativo potencial na promoção de ações integradoras, tendo como objetivo auxiliar no desenvolvimento da gastronomia e turismo. Importante frisar a potencialidade entre diversas outras pastas que, cada uma a seu modo, a partir da interação podem também colaborar com o setor, reforçando assim a necessidade do trabalho associado.

Políticas públicas que visem a promoção e comercialização dos destinos e produtos que se vinculam à gastronomia também se mostram importantes. Por isso, tal iniciativa deve acontecer de modo a considerar a realidade local bem como sua capacidade de atendimento de demandas.

É nesse sentido que se detecta a necessidade da criação de estratégias que visem estimular o desenvolvimento de produtos e roteiros existentes, bem como o incentivo para a formatação de novos. No âmbito da gastronomia, vale salientar ainda a necessidade da facilitação e incentivo do uso de produtos agroalimentares locais que reforcem a identidade local.

Esse processo passa pelo viés da qualificação do setor, que deve ser estimulado, para que se possa ter uma melhoria dos produtos e serviços, capacitação e sensibilização das pessoas, de modo a prepará-las para a utilização da história e cultura locais associada ao turismo e gastronomia.

Tendo em vista a responsabilidade ambiental, a referida qualificação deve considerar, inclusive, o preparo dos atores locais e visitantes para a conservação e preservação do ambiente em que o turismo ocorre, bem como o processo de obtenção de insumos para a gastronomia, garantindo que os ecossistemas sejam mantidos e utilizados de maneira responsável.

Como se pode ver, é fundamental que, para além do setor do turismo gastronômico, as políticas públicas tenham como foco as diversas questões que perpassam pelo segmento, o que demonstra inclusive a necessidade de ações que visem o incentivo e fomento da gastronomia local, que com o passar dos anos pode perder a sua identidade. Neste sentido, ações devem ser estimuladas a fim de garantir que saberes sejam salvaguardados, como ações em escolas, profissionalização e instrução da comunidade geral, dentre outros.

Culinária Típica - Cuiába - MT - Brasil - Flávio Andre - Banco de imagens MTur Destinos

Tendo por base o contexto apresentado, são várias as propostas e iniciativas a serem consideradas, cada uma com contextos e graus de complexibilidade e aplicabilidade distintos. Diante da diversidade e características da administração pública nacional, devem ser desenvolvidas ações específicas para cada setor, levando em conta as especificidades de cada objetivo que se pretende atingir.

ANÁLISE ESTRATÉGICA DO TURISMO GASTRONÔMICO

Prato Picadinho Brasileirinho da Chef Di Oliveira - Brasília - DF - Brasil - Roberto Castro - Banco de imagens MTur Destinos

Durante os meses de pesquisas, levantamentos e análises em torno do turismo gastronômico no Brasil e no mundo, foi possível identificar fatores que compõem o setor nos mais variados segmentos e esferas. A partir daí, teceu-se alguns apontamentos a serem considerados na tomada de decisões.

Estes apontamentos possibilitam entender as principais orientações estratégicas para o setor ao se compreender de modo mais aprofundado a posição estratégica que ele ocupa ao ter em mente os seus aspectos. Portanto, foram trazidos fatores prioritários de cada elemento (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) a serem considerados.

FORÇAS	FRAQUEZAS
Diversidade do patrimônio natural nas regiões brasileiras com riqueza na geração de insumos para a gastronomia.	Baixa valorização da gastronomia como experiência diferenciada nos destinos turísticos.
Riqueza do patrimônio histórico-cultural e diversidade nas regiões, proporcionando influências e atratividade na gastronomia local.	Reduzida utilização dos elementos culturais e naturais de forma adequada para a diversificação dos produtos de turismo.
Crescimento da visibilidade e valorização da culinária típica dos estados brasileiros.	Insuficiência de políticas públicas estruturadas e continuadas para o desenvolvimento do turismo gastronômico.
Quantidade e diversidade dos estabelecimentos de alimentação dos destinos turísticos.	Carência de estudos sobre a oferta e demanda do turismo gastronômico
Atratividade da culinária das pequenas localidades e comunidades tradicionais como fator de motivação para as viagens.	Falta de integração entre os atores da cadeia produtiva do turismo e da gastronomia
Ampliação da visibilidade e reconhecimentos dos chefs e restaurantes brasileiros em atrativos turísticos.	Insuficiência de práticas sustentáveis, com vistas à valorização dos produtos agroalimentares regionais.
Evolução da transformação de unidades produtivas de produtos agroalimentares em atrativos turísticos.	Necessidade de maior qualificação profissional de parte dos segmentos relacionados com a cadeia produtiva.
Oferta de eventos gastronômicos na maioria dos destinos turísticos brasileiros.	Pouco incentivo e apoio para integração dos pequenos produtores na cadeia da gastronomia e do turismo.
Crescimento da oferta de roteiros gastronômicos estruturados e atrativos para os viajantes	Necessidade de maior conhecimento e reconhecimento sobre a gastronomia do destinos turísticos.
Evolução da aplicação de técnicas inovadoras no processo de produção da gastronomia.	Falta de promoção e comercialização dos produtos de Turismo Gastronômico no Brasil.

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Crescimento do setor turísticos, de forma geral, gerando oportunidades para o desenvolvimento da oferta gastronômica	Problemas relacionados com a degradação das áreas naturais brasileiras, com impacto nos produtos agroalimentares e formas de vida.
Aumento da demanda por viagens que valorizam experiências diferenciadas relacionadas ao patrimônio natural e cultural.	Perda das referências culturais tradicionais nos territórios.
Crescimento gradativo do reconhecimento sobre a importância da preservação de recursos e sua responsabilidade sociocultural	Grande parte da população que ainda não valoriza a gastronomia com valor agregado nos destinos turísticos.
Ampliação da valorização e reconhecimento da gastronomia brasileira.	Crescimento das indústrias de alimentação com produtos industrializados e fast food, ampliando esse tipo de oferta no turismo.
Crescimento do apoio de instituições públicas e privadas às diversas iniciativas relacionadas com o Turismo e Gastronomia.	Pandemias e epidemias com efeitos sobre a saúde pública, bem-estar das pessoas e consequentes efeitos socioeconômicos que impactam negativamente nas viagens.
Desenvolvimento e implementação do Programa Nacional de Turismo Gastronômico	Destinos turísticos internacionais mais atrativos e competitivos que muitos destinos nacionais.

Pratos com ingredientes regionais- Brasilia - DF - Brasil - Roberto Castro - Banco de imagens MTur Destinos

Tomando por base a síntese da análise estratégica exposta, em que foi possível a compreensão de variados fatores que facilitam ou dificultam as ações do turismo gastronômico, a seguir serão propostos elementos para o desenvolvimento do Programa Nacional de Turismo Gastronômico.

PROGRAMA NACIONAL DE TURISMO GASTRONÔMICO

Agroturismo - Venda Nova - ES - Brasil - Vitor Jubini - Banco de imagens MTur Destinos

Apresentam-se a seguir os pressupostos que orientam o desenvolvimento estratégico do Programa Nacional de Turismo Gastronômico, os quais devem ser encarados como caminhos para o direcionamento de ações para o setor.

Missão

O Ministério do Turismo diante do processo participativo realizado propõe como missão do Programa Nacional de Turismo Gastronômico:

"Contribuir para o fortalecimento do Turismo Gastronômico como forma de agregar valor e competitividade aos destinos turísticos brasileiros"

A missão deve mobilizar, orientar e direcionar os esforços dos envolvidos no programa, proporcionando assim a convergência de propósitos em iniciativas que sejam complementares e sinérgicas. Destaca-se ainda que a materialização do programa deve contemplar desde destinos consolidados até aqueles que estejam em estágios iniciais de desenvolvimento turístico.

Premissas

Para o alcance de resultados estão indicadas as seguintes premissas:

- Institucionalização das políticas públicas e alocação de investimentos específicos para as iniciativas nos orçamentos para fomento ao Turismo Gastronômico no âmbito Federal, Estadual e Municipal;
- Publicação de portaria com fins de institucionalização do presente programa;
- Definição de responsáveis/interlocutores nas diversas organizações relacionadas com a temática;
- Implementação do Fórum de Especialistas e Profissionais de Referência no Turismo Gastronômico.

Com a execução de medidas alinhadas às premissas acima estima-se garantir o avanço na implementação das iniciativas necessárias para o cumprimento da missão deste programa

Públicos do programa de turismo gastronômico

O Programa conta com os seguintes públicos:

1. Gestores públicos das esferas municipal, estadual e federal;

2. Empreendedores e produtores dos diversos segmentos da cadeia produtiva do Turismo Gastronômico

3. Pesquisadores, professores e estudantes das áreas de Turismo e Gastronomia.

Como se pode visualizar, o presente programa está direcionado a esses três públicos distintos, os quais individual e conjuntamente apresentam potenciais para contribuírem para o fomento e desenvolvimento do turismo gastronômico no cenário nacional

Prato Panceta Glaceada ao Molho de Ostra - Brasília - DF- Brasil - Roberto Castro - Banco de imagens MTur Destinos

Públicos da oferta de turismo gastronômico

No que diz respeito aos públicos potenciais para a oferta de destinos e produtos relacionados com experiências gastronômicas nas viagens, destacam-se:

- Viajantes com gastronomia como motivação principal - são as pessoas para quem produtos e atrativos gastronômicos constituem fatores determinantes para a decisão de uma viagem.
- Viajantes com gastronomia como motivação secundária - são as pessoas que viajam por motivações diversas como natureza, cultura, negócios, dentre outros, mas a gastronomia tem importância relativa na viagem.
- Viajantes sem aparente motivação pela gastronomia - apesar de não decidirem uma viagem em função da oferta gastronômica, acabam tendo contato com a gastronomia local.

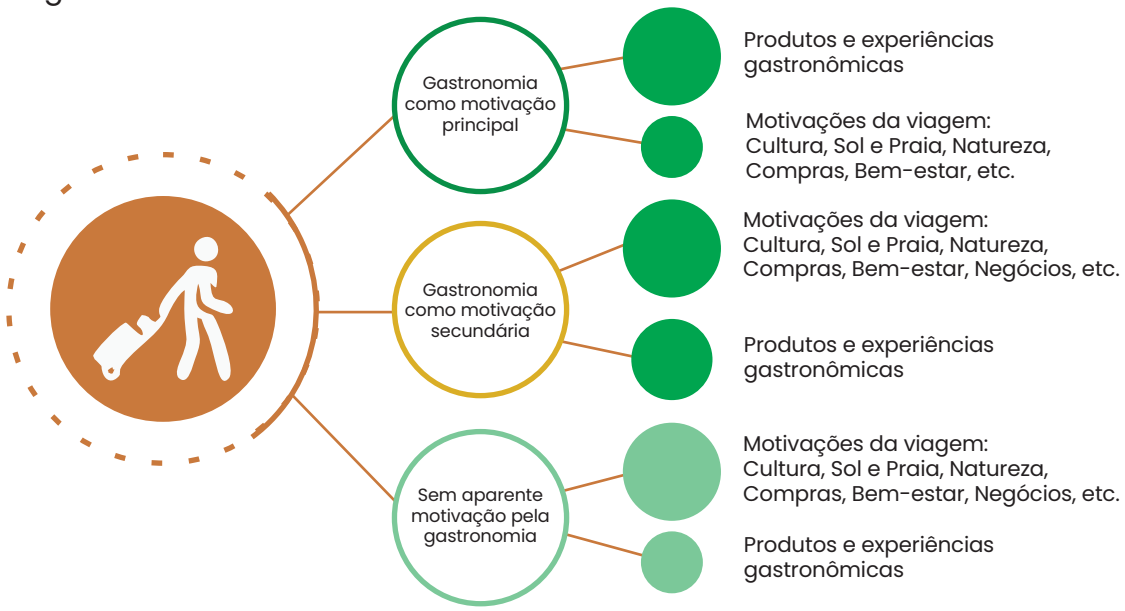
Rabada no Tucupi - Rio Branco - AC - Brasil - Marcos Vicentti - Banco de imagens MTur Destinos

Ilha do Combú - Belém - PA- Brasil - Bruna Brandão - Banco de imagens MTur Destinos

Gastronomia - Anchieta - ES - Brasil - Vitor Jubini - Banco de imagens MTur Destinos

Motivações do Viajante em Relação ao Turismo Gastronômico e Outros Segmentos

Os turistas possuem as mais variadas motivações de viagem, desde o consumo de produtos e experiências gastronômicas, até a procura pelos diversos outros segmentos do setor. Por consequência, deve-se ter o olhar voltado a todos eles, uma vez que a alimentação permeia todo o processo da viagem.



Posicionamento

O fortalecimento do Turismo Gastronômico passa pela capacidade do posicionamento da temática junto às partes interessadas: viajantes, representantes institucionais, representantes do setor público, empreendedores, produtores e profissionais relacionados com a cadeia de valor. A gastronomia apresenta elementos que lhes são únicos e autênticos, fatores que contribuem significativamente para a diferenciação e competitividade de destinos.

O que se deseja para os diversos públicos, tanto do Programa quanto da oferta de experiências gastronômicas, é que esses tomem "gosto" pelo turismo gastronômico brasileiro, sendo estimulados a valorizar cada vez mais a oferta e demanda de experiências relacionadas com a cultura e inovação expressas nos produtos, empreendimentos, roteiros e eventos em todo o país.

Para os gestores envolvidos nas esferas de governo e instituições de fomento, o programa deve estimular a "tomar gosto" por incentivar políticas públicas, programas e projetos que possam colaborar com essa modalidade de turismo tão inclusiva do ponto de vista socioeconômico para as regiões e destinos.

Quanto aos viajantes, esse "tomar gosto" está relacionado a fazer com que cada vez mais os viajantes B e C possam migrar para os viajantes com perfil A nas categorias de públicos propostas por este Programa.

Gosto pelo Brasil
Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo Gastronômico

Circuito Orgânico e Natural - Domingos Martins- ES - Brasil - Fernando Madeira - Banco de imagens MTur Destinos

Com base neste posicionamento, serão desdobradas as ações de comunicação para o público do programa (governos, instituições, empreendedores e profissionais da cadeia de valor) e para o público final (viajantes nas categorias A, B e C).

Objetivos estratégicos

A partir dos pressupostos elencados até o momento, apresentam-se a seguir os objetivos estratégicos, que podem ser encarados como linhas de prioridades, as quais se pretende ressaltar com o presente programa. Observa-se que a eleição de se deu em decorrência de estudos, análises prévias e debates ao longo de todo o processo de construção deste documento.

Objetivo 01	Fortalecer as políticas públicas e cooperação entre os diversos atores relacionados com o Turismo Gastronômico no contexto nacional, estadual e municipal;
Objetivo 02	Fortalecer a valorização dos elementos culturais regionais na oferta de produtos de Turismo Gastronômico;
Objetivo 03	Estimular a adoção de práticas sustentáveis ao longo da Cadeia de Valor do Turismo Gastronômico;
Objetivo 04	Fomentar o desenvolvimento e aprimoramento da oferta de gastronomia nos destinos turísticos;
Objetivo 05	Apoiar a ampliação da comercialização e consumo das ofertas dos produtos de Turismo Gastronômico.

Tendo por base os objetivos propostos, é imperativo ressaltar que todas as diretrizes aqui apontadas estejam em direção ao apoio a estados, municípios e instituições, contribuindo para que o desenvolvimento do turismo gastronômico possa ocorrer de modo descentralizado.

Nota-se ainda que estes são os cinco principais eixos eleitos para comporem os objetivos estratégicos, os quais serão desdobrados pelo IFB no Plano de Ação para o Turismo Gastronômico, através do instrumento de cooperação do Ministério do Turismo com a instituição.

Gastronomia Panelada - Teresina - PI - Brasil - Mauricio Pokemon - Banco de imagens MTur Destinos

Caminhos da colônia culinária típica Galeto - Caxias do Sul - RS - Brasil - Renato Soares - Banco de imagens MTur Destinos

Prato acreano da culinária - Rio Branco - AC - Brasil - Marcos Vicentti - Banco de imagens MTur Destinos

Mapa estratégico

GOSTO PELO BRASIL
PROGRAMA NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO GASTRONÔMICO

MISSÃO

Contribuir para o fortalecimento do Turismo Gastronômico como forma de agregar valor e competividade aos destinos turísticos brasileiros

POSICIONAMENTO

Gosto pelo Brasil
Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo Gastronômico

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Fortalecer as politicas públicas e cooperação entre os diversos atores relacionados com o Turismo Gastronômico no contexto nacional, estadual e municipal.
- Fortalecer a valorização dos elementos culturais regionais na oferta de produtos de Turismo Gastronômico.
- Estimular a disseminação de práticas sustentáveis na Cadeia do Turismo Gastronômico.
- Formentar o desenvolvimento e aprimoramento da oferta de gastronomia nos destinos turísticos.
- Apoiar a ampliação de comercialização e consumo das ofertas dos produtos de Turismo Gastronômico.

PREMISSAS

- Institucionalização das políticas públicas e alocação de investimentos específicos para as iniciativas nos orçamentos para formento ao turismo Gastronômico no âmbito Federal, Estadual e Municipal;
- Publicação de portaria com fina de institucionalização do presente programa;
- Definição de responsável / interlocutores nas diversas organizações relacionadas com a temática;
- Implementação do Fórum de Especialistas e Profissionais de Referência no Turismo Gastronômico.

Recomendações para a gestão do programa

A elaboração deste programa representa um planejamento estratégico para o setor liderado pelo Ministério do Turismo de forma coordenada com diversos profissionais de referência representando instituições e segmentos relacionados com a atividade.

Dessa forma, ressalta-se que o planejamento foi desenvolvido de forma participativa, proporcionando assim maior riqueza e diversidade da sua abordagem, bem como legitimidade quanto às propostas e encaminhamentos apresentados.

Prato Picadinho Brasileirinho da Chef. - Brasília - DF - Brasil - Roberto Castro - Banco de imagens MTur Destinos

Para que essa estratégia, agora denominada Gosto pelo Brasil - Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo Gastronômico, seja efetivamente implementada, torna-se necessário observar algumas recomendações, sendo:

Publicação de portaria

Recomenda-se a publicação do instrumento normativo em questão a fim de que essa iniciativa contribua para a institucionalização do programa, assegurando assim que as ações e objetivos previstos possam ser desenvolvidos.

Implantação e sustentação da governança

Durante os trabalhos desenvolvidos pela consultoria contratada na parceria MTur/Unesco e ao longo das atividades realizadas na parceria MTur/IFB foi mapeada e envolvida uma rede de especialistas e profissionais de referência do setor de todas as regiões brasileiras. Recomenda-se sua institucionalização por meio da criação da "Rede Pró Turismo Gastronômico", que terá o papel de atuar de forma consultiva e propositiva para as ações do programa, sendo fundamental que a rede se comunique de forma periódica a fim de traçar diretrizes, acompanhar ações e disseminar conteúdo do setor.

Alocação de Recursos Orçamentários

Para que as ações previstas no programa sejam desenvolvidas, faz-se necessário que esteja prevista a alocação de recursos orçamentários por parte do MTur a fim de garantir a promoção do turismo gastronômico nacional em nível federal, estadual, regional e municipal.

Revisão e atualização bianual

Além da execução das ações com um monitoramento mensal por parte das áreas internas envolvidas, aconselha-se que o programa seja revisado bianualmente a fim de avaliar os resultados e atualizar as estratégias, ações e metas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O significativo crescimento do turismo gastronômico no Brasil e no mundo demonstra a iminência de que sejam desenvolvidas diretrizes para que essa atividade seja desenvolvida de modo organizado, planejado e direcionado. Apesar disso, compreende-se que até então a gastronomia era muitas vezes uma atividade com pouca visibilidade, estando vinculada ao turismo quase sempre como atividade complementar para a alimentação de viajantes, restrita a eventos e festivais, ou mesmo atrelada ao segmento de turismo cultural.

Por consequência, apesar da existência de iniciativas voltadas para a gastronomia e turismo, compreende-se que ainda há muito a ser trabalhado, uma vez que trazer a temática ao debate pode contribuir para que haja uma maior valorização da área. Assim, as atividades em questão, ao passarem pelo crivo não somente de órgãos oficiais como o Ministério do Turismo e demais esferas públicas, como também pelos diversos agentes formadores do setor, apresentam potencial ainda maior para obtenção de resultados positivos e sustentáveis.

Dessa forma, os diversos produtos gerados na construção do presente programa demonstram que os desafios e possibilidades são múltiplos. Tendo em vista especialmente a riqueza cultural e a biodiversidade nacional, o turismo gastronômico se mostra como um vetor capaz de auxiliar o posicionamento estratégico de destinos brasileiros, bem como na distinção, divulgação e valorização das diversas manifestações relacionadas à gastronomia.

Compreende-se inclusive que as práticas agroalimentares perpassam por importantes questões ambientais que, se realizadas de modo desordenado, podem contribuir para que haja significativos impactos negativos no ambiente em que a atividade turística se desenvolve. Desse modo, a partir dos objetivos que se pretende alcançar no presente documento, os ecossistemas podem ser preservados e, de algum modo, até mesmo resgatados com a valorização e incentivo de boas práticas.

Entende-se também que o incentivo à pesquisa e ao desenvolvimento científico do setor é um importante aliado, uma vez que o campo em questão pode contribuir não somente para que haja uma maior profissionalização do segmento, mas também permite que se identifiquem novas possibilidades e novos caminhos para o que já está instituído.

Por fim, ressalta-se a importância da adesão e participação de todos os atores em todo o processo que permeia o desenvolvimento do turismo gastronômico, mesmo daqueles que não estabelecem relações diretas, de modo a garantir que as decisões sejam tomadas de modo compartilhado e em rede, assegurando que todo cidadão possa usufruir dos benefícios proporcionados a partir do desenvolvimento da atividade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRASEL. Perfil da Abrasel. Disponível em: https://abrasel.com.br/abrasel/perfil-da-abrasel/. Acesso em 12 jan. 2021.

AGÈNCIA CATALANA DE TURISME. Catalunya es Gastronomía. Disponível em: http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2012/06/CatalunaGastronomia.pdf. Acesso em: 11 jan. 2022.

FAO. O Desperdício Alimentar tem Consequências ao Nível do Clima, da Água, da Terra e da Biodiversidade – novo estudo da FAO. Disponível em: https://www.fao.org/news/story/pt/item/204029/icode/. Acesso em 09 jan. 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. Anuário Estatístico de Turismo 2020: ano base 2019. Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html. Acesso em 12 jan. 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. Relatório Técnico: oficina desafios e oportunidades para o turismo gastronômico no Brasil. Brasília, 2021.

ONU. Sistemas Alimentares são a Maior Ameaça à Biodiversidade. Disponível em: https://unric.org/pt/sistemas-alimentares-sao-a-maior-ameaca-a-biodiversidade/.Acesso em 09 jan. 2022.

UNWTO. A Tour of African Gastronomy. Disponível em: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422357. Acesso em 11 jan. 2021.

UNWTO. Gastronomy Tourism: the case of Japan. Disponível em: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420919#:~:text=Based%20on%20a%20survey%20with,Sake%20breweries%20to%20hotel%20trains. Acesso em 11. jan. 2022.

UNWTO. Guía para el Desarrollo del Turismo Gastronómico. Disponível em: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995. Acesso em 11 jan. 2021.

UNWTO. Segundo Informe de la OMT Sobre Turismo Gastronómico: sostenibilidad y gastronomía. Disponível em: https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2017-05-25/segundo-informe-de-la-omt-sobre-turismo-gastronomico-sostenibilidad-y-gastr. Acesso em 11 jan. 2022.

UNWTO. Tourism Definitions. Disponível em: https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858. Acesso em 11 jan. 2021.

MINISTÉRIO DO
TURISMO

PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL