

A gastronomia típica, enquanto atrativo turístico-cultural de Palmas/TO

Geruza Aline ERIG¹

Resumo: A alimentação humana é um ato social e cultural, onde a escolha dos alimentos é definida por um conjunto de fatores econômicos, históricos, culturais, ecológicos e sociais, ligado a uma rede de representações, simbolismos e rituais. Então, a gastronomia é cada vez mais, uma fonte de conhecimento da cultura de um povo e através do turismo ela tem se tornado uma opção de atrativo turístico-cultural de determinados destinos favorecendo a atividade turística em vários lugares. Palmas, Tocantins, uma cidade multifacetada, tem apenas 26 anos e abrange turistas de todas as partes do mundo e tem estreita relação com o turismo e a hospitalidade, pois é repleta de atrativos turísticos. A cidade segue um plano diretor que privilegia as áreas verdes com espaços para o lazer. Ao chegarem à capital, os turistas têm contato com a culinária local, que é uma mistura das culinárias indígenas, mineira e nordestina, com uma forte presença de frutos do cerrado. Assim, o presente artigo buscou analisar de que forma a gastronomia de Palmas atrai turistas enquanto atrativo turístico-cultural. A metodologia deste trabalho consistiu em uma pesquisa descritiva quantitativa, com levantamento de campo. Diante do exposto, percebe-se que a gastronomia tem grande influência na percepção dos turistas que vêm a Palmas. Grande maioria dos turistas usufrui da gastronomia típica e acredita que a mesma é um atrativo turístico – cultural da cidade.

Palavras - chave: Gastronomia. Palmas. Atrativo. Cultura.

Introdução

A gastronomia tornou-se um importante atrativo turístico, nos dias de hoje, principalmente no que diz respeito a atrativo turístico- cultural, tendo em vista que os hábitos alimentares de um povo e os seus modos de fazer identificam e expressam a identidade de uma comunidade.

É importante compreender em primeiro lugar o que é gastronomia. Para a Braune (2007, p. 14):

Gastronomia é uma disciplina que exige arte não somente de quem executa, mas também de quem a consome ou usufrui. É artesanato, porque exige de quem a faz conhecimento, habilidade e técnica. É uma arte ou ciência que exige conhecimento e técnica de quem a executa e formação do paladar de quem a aprecia.

É evidente que a relação entre a gastronomia e o turismo acontece decorrente das mais variadas formas de atrativos para a sua realização, pois a necessidade de se alimentar é básica e indispensável, independente do tipo de atrativo e, ao mesmo tempo, a busca por novos sabores e cores acaba favorecendo a atividade turística.

Na maioria das vezes o turista vai a um restaurante com o objetivo de saciar a fome, nesse momento ele tem a oportunidade de saborear um alimento típico de onde se encontra e também conhecer um pouco da cultura desse local através de sua gastronomia. A

¹ Mestre em Turismo pela Universidade de Brasília. Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins – Campus Palmas. E-mail: geruza@ifto.edu.br

gastronomia é uma arte na qual quem a executa e quem a aprecia esteja em perfeita sintonia e, por isso, não é fácil compreendê-la como apenas quem oferece algum alimento ao ser humano, pois nela está contido o cotidiano e a história de quem a criou.

Faz-se necessário, compreender como a gastronomia pode se tornar um importante atrativo cultural para o turismo, principalmente quando através dela o turista possa entender o seu valor e a maneira de como ela é realizada, remetendo a idéia de traços e expressões culturais onde ela acontece, lembrando sempre que a cultura propriamente dita é variada e dinâmica e seus processos mudam de conteúdo e significado de um lugar para o outro.

Nesse sentido a presente pesquisa buscou elucidar a importância da gastronomia enquanto atrativo turístico-cultural de Palmas, TO, uma vez que ela não apenas visa saciar a fome, mas, aproxima as pessoas, identifica traços culturais de um povo por meio da sua religiosidade, etnia, produtos típicos, aproveita o que solo de cada lugar tem a oferecer e através de sua capacidade de atravessar fronteiras. Identificar como a gastronomia típica influencia a visita de turistas a Palmas, apontando quais os pratos típicos de Palmas que os turistas mais apreciam e interpretando como o saber fazer gastronômico de Palmas, induz na motivação dos visitantes foram algumas das indagações do artigo.

Metodologia

A metodologia deste trabalho consistiu em uma pesquisa descritiva quantitativa, com levantamento de campo. Segundo Dencker (1998, p. 151), “a pesquisa descritiva, em geral, procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre as variáveis. Utiliza técnicas padronizadas de coletas de dados, como questionário e a observação sistemática”. Ainda conforme a autora, “os levantamentos de campo têm por objetivo a geração de dados estatísticos, procurando resultados que permitam a generalização dos resultados” (DENCKER, 1998, p. 158).

Para a delimitação do universo desta pesquisa, foram utilizados os dados do último inventário turístico realizado no Estado pela Agência de Desenvolvimento Turístico do Tocantins (ADTUR, 2010). Segundo este inventário, Palmas tem 110 estabelecimentos gastronômicos.

Para a delimitação da amostra, foi utilizado o programa Raosoft (2015), com nível de confiança de 80% e margem de erro de 5%. Assim, chegou-se ao número de 34 restaurantes/bares que foram pesquisados. A escolha dos estabelecimentos que foram pesquisados foi feita de modo aleatório e com base nos locais onde os gerentes permitiram que os clientes fossem pesquisados.

Quanto ao número de turistas e visitantes pesquisados, foi utilizada uma amostragem não probabilística por conveniência, pois o universo de frequentadores dos restaurantes/bares é desconhecido. Desse modo, foram pesquisados 10 consumidores, entre turistas e/ou visitantes, aleatoriamente, em cada restaurante/bar selecionado, totalizando 340 consumidores.

Foram selecionados 10 restaurantes *À La Carte*, oito *Self Service* e seis que fornecem os dois tipos de serviços, sendo que os consumidores entrevistados foram escolhidos aleatoriamente, desde que fossem turistas e/ou visitantes na cidade. A maior parte dos restaurantes entrevistados serve pratos com culinária típica.

A pesquisa aconteceu em dois períodos: mês de dezembro de 2014 e janeiro de 2015, mês de férias escolares e temporada do Natal dos Sonhos em Palmas, período em que é sabido que a cidade recebe um grande número de turistas e visitantes.

A gastronomia enquanto atrativo

É importante destacar que a gastronomia surgiu a partir da evolução do homem, quando de apenas caçador e coletor de alimentos, ele passou a ser também o produtor dos seus alimentos e adquiriu técnicas de manipulação e conservação dos alimentos ainda no período medieval, e contribuiu para o surgimento da alta gastronomia, produzindo assim, muitos produtos típicos que constituem uma parte decisiva do patrimônio gastronômico.

Damatta (1987, p. 22) faz uma importante observação nem todo alimento (considerado aquilo que nos fornece nutrientes) pode se transformar em “comida”, por não fazer parte dos nossos hábitos onde ele afirma que: A “comida” é o alimento que vai ser ingerido. Só é comida aquilo que é aceito socialmente e culturalmente dentro de um determinado grupo de indivíduos. Estes elegem o que comer, quando, como, onde e com quem, dependendo de inúmeros fatores, como crenças, valores sociais cultura, costumes, etc.

O alimento pode ser visto tanto como fonte de reposição das energias vitais, mas também como elemento modificador das relações entre o homem e a natureza e entre os homens nas relações sociais e culturais. O consumo alimentar pode ser um fator mediador das relações que o homem estabelece com o meio, sendo também um fator de expressão do social. A alimentação reflete as estruturas da sociedade (KNAFOU, 1996).

Segundo Montanari (2006, p. 41):

A invenção não nasce apenas do luxo e do poder, mas também da necessidade e da pobreza-e esse é no fundo, o fascínio da história alimentar: descobrir como os homens, com o trabalho e com a fantasia, procuraram transformar as mordidas da fome e as angústias da penúria em potenciais oportunidades de prazer.

Como se nota, o prazer da alimentação reforça sua forte influência para atrair turistas no intuito de perceber a gastronomia como fonte de cultura, conhecimento, sensibilidade e se transforma num grande atrativo turístico cultural.

O turismo surge como um dos elementos que utiliza a alimentação regional em suas atividades (FAGLIARI, 2005). A alimentação mostra-se como um elemento fundamental na prática da atividade, tanto com relação à alimentação convencional, que tem por objetivo a nutrição do visitante, quanto pelo fato de oferecer produtos alimentares regionais como parte integrante do patrimônio cultural dos povos (FAGLIARI, 2005). Em ambas as maneiras de se atender o turista, o setor de alimentação destaca-se graças a sua importância na

geração de recursos para a comunidade e na prestação de serviços ao turista (MASCARENHAS e GÂNDARA, 2010).

Ao conhecer a cultura de um local, podemos afirmar que conhecemos também a identidade do mesmo, pois é através dos seus hábitos que se formam suas características. Stuart Hall (2003: 59) explica que “não importa quão diferentes seus membros possam ser em termos de classe, gênero ou raça, uma cultura nacional busca unificá-los numa identidade cultural, para representá-las todos como pertencendo à mesma e grande família nacional”.

Identificar a cultura de um local é conhecer a identidade do mesmo e das pessoas que ali fixaram moradia e construíram uma vida em sociedade. A cultura está relacionada com as pessoas e o local de onde elas vivem ou de onde vieram.

E por meio da cultura de um povo, se divulga a gastronomia, que através da mídia leva informações constantemente para as pessoas enquanto opção de turismo, embora ambos estejam intimamente ligados um ao outro. Porém independente da escolha de turismo a ser praticada, a gastronomia é usufruída pelos turistas e representada pelos seus “donos” e valorizada enquanto fator de expressão cultural dos povos e sendo mais uma opção de atrativo turístico.

Conhecer a gastronomia de um determinado lugar é valorizar a cultura de um povo. E dessa forma, cada vez mais é comum o uso da gastronomia como fonte de investigação da identidade de determinada região com o intuito de perpetuar os seus hábitos e costumes.

A atenção dada à gastronomia no viés da cultura não deve ser encarada apenas como mais uma ferramenta turística, pois embora seja um significante atrativo, ela é capaz de perpetuar hábitos e modos de fazer de várias gerações e garante a continuidade das tradições de um povo e, também, a sua história.

Os hábitos alimentares de um povo denotam entre as cores e sabores outros valores que são de caráter social tais como: religião, etnia e história, fortalecendo a idéia de pertencimento do lugar, que contribui para reforçar a identidade de um povo e a abrangência da relação alimentação/cultura não se restringem somente aos processos de manipulação dos alimentos a serem ingeridos, junto a eles estão os modos à mesa, bem como os locais e as maneiras com que a degustação ocorre, fazendo com que o complexo fenômeno alimentar humano tenha marcas de mudanças sociais, econômicas e tecnológicas.

A gastronomia conforme Mascarenhas (2010) tem vínculo com a atividade turística tanto por meio da produção dos alimentos, pois as paisagens são elementos significativos para o turismo, como também por meio da transformação do alimento em prato típico ou regional que será apresentado ao visitante. O consumo de um alimento visto sob esta ótica deve considerar o processo desde a aquisição da matéria-prima, o transporte e a estocagem, até a manipulação e transformação em alimentos, ou seja, o preparo e o serviço, pois a percepção do gosto representa uma experiência mista e unitária de sensações olfativas, gustativas e táteis percebidas durante a degustação.

O turismo gastronômico é uma das formas de preservação do patrimônio imaterial à medida que se apropria da cultura se transformando em produtos para o consumo. Neste

sentido, a gastronomia é uma das manifestações que caracterizam o patrimônio cultural e que conforme Ávila (2009) pode ser utilizada pelo turismo como atrativo turístico.

Conforme Gândara et al. (2009, p. 181), o turismo gastronômico é:

Uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade. O turismo gastronômico pode ser operacionalizado a partir de atrativos como culinária regional, eventos gastronômicos e oferta de estabelecimentos de alimentos e bebidas diferenciados, bem como roteiros, rotas e circuitos gastronômicos.

Percebe-se, pois, que o turismo gastronômico influencia a cultura de uma localidade, os aspectos culturais são de extrema importância, pois permitem ao turista conhecer parte da cultura local. Conclui-se, portanto, que o oferecimento de iguarias a visitantes e turistas, além de saciar a fome das pessoas que estão fora de seu domicílio é um processo que socializa culturas e intensifica a economia do local onde se desenvolvem as atividades turísticas.

Desta forma, segundo Fagliari (2005) pode-se perceber que a análise de gastronomia com relação ao turismo perpassa categorias que vão além das necessidades básicas como, por exemplo, a da fome durante o período de viagem. O paladar é uma das características que devem ser levadas em consideração, assim como a questão nutricional e estética, a adequação aos hábitos alimentares do comensal com relação à iguaria que se apresenta como algo exótico, dentre outros.

O uso turístico da alimentação regional pode também contribuir para que os pratos servidos ao turista permaneçam na cultura (MASCARENHAS, 2010). Neste sentido, o Brasil tem muito a explorar. O país possui a herança dos povos colonizadores, como europeus e orientais. A riqueza da sabedoria dos africanos, além da milenar culinária indígena, que se agregou à dos demais povos, deixando-nos uma grande variedade de sabores, ingredientes e temperos. As formas de preparo de muitos pratos típicos ocorrem através de rituais de elaboração. As diversas festas gastronômicas, a utilização das tradições e da memória gustativa, além dos pratos típicos surgidos nos últimos anos que se configuram como parte da cultura das localidades, torna-se uma mostra do quão criativo o brasileiro pode ser em relação à alimentação voltada para o turismo (MASCARENHAS, 2006).

Palmas e a gastronomia

O Estado do Tocantins foi criado em 1988, quando foi aprovado pela Assembleia Nacional Constituinte o projeto de divisão territorial do Norte de Goiás. A divisão partia do desmembramento da porção norte do Estado de Goiás, desde aproximadamente o paralelo 13°, até a região do Bico do Papagaio, na divisa do Estado com o Pará e o Maranhão. No entanto, a divisão vinha sendo buscada desde o período colonial, desde o século XVII.

Palmas foi planejada para ser a capital do Tocantins. Desde sua implantação em 1º de janeiro de 1990, a capital passa por um forte processo de consolidação que se mantém até hoje. A cidade começou a ser construída pelos trabalhadores que vieram do interior do

Tocantins e de vários outros estados do país. O crescimento da capital foi intenso durante a [década de 1990](#).

De acordo com Prefeitura de Palmas (2014), a cidade está situada no quadrante central do Estado do Tocantins, limitando-se **ao Norte** com Aparecida do Rio Negro, Novo Acordo, Lajeado, Tocantínia e Miracema do Tocantins; **ao Sul** com Monte do Carmo, Santa Tereza do Tocantins e Porto Nacional; **a Leste** com Santa Tereza do Tocantins e Novo Acordo e **a Oeste** Porto Nacional e Miracema do Tocantins. Sua área de terras que se acentuou com 2.475 km² ou 247.500 hectares após mais de uma década, atualmente possui 2.051 km², ou seja, 205.100 hectares.

Palmas foi concebida e projetada a partir de um concurso nacional em 1992 para ser o centro administrativo e econômico do Tocantins, e devido a isso, o [setor de serviços](#) é o principal setor da economia palmense.

A cidade segue um plano diretor que privilegia as áreas verdes com espaços para o lazer. Desde praças até o Parque Cesamar, um parque verde dentro da cidade, com local para a prática de esportes como caminhada e ciclismo. Há, também, o Bosque dos Pioneiros, uma praça bastante arborizada, que abriga uma feira de artesanato da cidade, aos domingos.

Embora o turismo seja uma atividade recente em Palmas e no Estado do Tocantins, sua prática é bastante diversificada, podendo-se realizar as seguintes modalidades: turismo de negócios e eventos, turismo cultural, de lazer, ecoturismo e turismo de sol e praia.

Por ser considerada o portal de entrada para uma das regiões turísticas do Tocantins, Palmas apresenta-se como uma Capital moderna e planejada, possuindo uma ampla estrutura de comércios, serviços, além de espaços adequados para o turismo de negócios e eventos. Suas áreas verdes, avenidas largas e arborizadas, além de praias permanentes são cenários convidativos à prática esportiva ou simplesmente à contemplação visual.

Dentre os pontos turísticos de Palmas estão o Parque Cesamar, o Memorial Luis Carlos Prestes, o Lago da Usina Hidrelétrica Luiz Eduardo Magalhães, a Feira do Bosque, o Espaço Popular Mário Bezerra Cavalcante (Feira 304 Sul), o Espaço Cultural, o Palacinho, a Praia da Graciosa, a Praia do Prata, a Praia do Caju, a Praia das Arnos, a Ilha Canela, além do Pólo Ecoturístico de Taquaruçu e suas cachoeiras. Desses pontos turísticos mencionados, encontramos restaurantes de culinária típica e regional.

A forma como foi construída e habitada a capital do Tocantins contribuiu para que existisse essa interação para a constituição de identidades modernas, pois a sociedade contemporânea se caracteriza por sua heterogeneidade, mobilidade e desterritorialização.

Palmas é uma cidade miscigenada. Como tem apenas 26 anos, é constituída de pessoas predominantemente de outras regiões do Tocantins e do Brasil. Essa mistura de raças culminou em uma gama de referências gastronômicas.

Diante disso, a gastronomia de Palmas possibilita essa característica de interação entre os visitantes, sejam eles palmenses, turistas e todos que compõem esse universo que vai além das divisões entre classes, etnias e grupos, unindo a sociedade em torno de um bem

comum: compartilhar suas culturas fazendo com que surja uma nova identidade, ou seja, uma identidade cultural híbrida.

A gastronomia enquanto cultura, desperta curiosidades nas pessoas e, como o turismo, é mediador para satisfazer as inúmeras curiosidades do turista, também, transmite a ideia de status e classe social não apenas para o turista como também para a população.

A gastronomia de Palmas é miscigenada, assim como sua população. A gastronomia pode ser herança dos povos que habitaram o Tocantins, então Norte de Goiás, no século XVIII e herança dos goianos que aqui ficaram e foram criando raízes e afirmando sua culinária.

A gastronomia típica, enquanto atrativo turístico-cultural de Palmas

A cidade de Palmas apesar criação recente, já oferece uma grande variedade gastronômica, possibilitando assim, a população e os turistas usufruírem de uma diversidade que vão desde as comidas típicas do Estado até pratos internacionais. A proximidade com as regiões amazônica e nordestina é responsável pela diversidade de pratos, como a Galinhada com pequi (arroz com galinha e semente de pequi), tucunaré assado e paçoca de carne seca com farinha de mandioca, chambaril de gado ao molho são alguns dos pratos que podem ser provados nos restaurantes típicos da cidade.

Segundo o último diagnóstico turístico de Palmas (ADTUR, 2010) até 2010, existiam na cidade 110 estabelecimentos de alimentos e bebidas, dentre eles bares e restaurantes, onde são servidos variados tipos de pratos. Para representar esses estabelecimentos foi fundada a Abrasel Seccional Tocantins, que seguindo as premissas da Abrasel Nacional, é uma entidade jurídica de direito privado, sem fins econômicos e tem como missão representar e desenvolver o setor de alimentação fora do lar, promovendo ações que contribuam para o crescimento sustentável do Estado do Tocantins.

Através da Abrasel, os gestores dos estabelecimentos gastronômicos conseguem promover eventos, divulgar melhor seus produtos e serviços e capacitar a mão de obra dos estabelecimentos, serviço imprescindível para satisfação do cliente, através de ações conjuntas.

Há 10 anos acontece o Festival Brasil Sabor, promovido pela Abrasel seccional Tocantins em parceria com vários órgãos, dentre eles Senac, Sebrae e Agência Municipal de Turismo de Palmas. O festival, que tem como intuito fomentar o setor da gastronomia na cidade, apresenta a cada ano novos pratos que valorizam ingredientes encontrados na própria região. Esses pratos apresentados no festival são oferecidos nos cardápios com desconto de até 50%. Além de divulgar os estabelecimentos, os proprietários aproveitam para movimentar os estabelecimentos, visto que é um período de baixa nos restaurantes.

É uma oportunidade que turistas e moradores têm, de degustar pratos da culinária típica de Palmas. Através das pesquisas realizadas com turistas e moradores em estabelecimentos gastronômicos de Palmas, observou-se a necessidade da criação de uma identidade gastronômica da cidade.

A pesquisa de campo foi realizada entre os dias 10 de dezembro de 2014 e 20 janeiro de 2015, sendo que 340 pessoas foram entrevistadas. O questionário foi composto de 7 perguntas, dentre elas: a) Local de nascimento do entrevistado; b) Se turistas, quantas vezes veio a cidade; c) Se visualiza algum alimento como típico de Palmas; d) Quando vem a Palmas, procura sempre comer um prato típico; e) Qual o prato típico que mais aprecia; f) Se encontra com facilidade os pratos típicos em restaurantes; e g) Se já teve interesse ou perguntou a receita e/ou modo de fazer de um prato típico.

Dos 340 entrevistados, 25% eram originados do próprio Estado do Tocantins, outros 13% eram do Maranhão, 18% do Goiás, 4% Rio Grande do Sul, 3% Distrito Federal, 13% de outros Estados do Nordeste, 10% do estado de São Paulo e o restante (14%) de outros Estados brasileiros.

Dos entrevistados, 54% já vieram mais de 4 vezes na cidade, 17% deles, 3 vezes 16%, visitaram a cidade 2 vezes e 13% apenas 1 vez. Esses dados revelam que a maioria dos entrevistados que estavam nos estabelecimentos gastronômicos, já vieram a Palmas mais de 4 vezes e têm costume de fazer suas refeições nesses estabelecimentos.

Perguntados sobre o vislumbre de um alimento que represente a cidade, 45% dos entrevistados, o que corresponde a 153 pessoas, mencionou o tucunaré assado ou frito encontrado em restaurantes especializados em Palmas. 21% dos entrevistados disseram que o primeiro alimento que se lembravam era o pequi. Dentre os pratos citados, frango caipira com pequi, galinhada com pequi, pequi com abóbora, arroz com pequi. 17% fizeram referência à paçoca de carne seca com farinha de mandioca, encontrada com facilidade nas feiras livres e em alguns quiosques em Palmas. 10% mencionaram o molho de camarão, encontrado nas feiras livres, mas também em restaurantes mais sofisticados, com ingredientes refinados, e 6% dos entrevistados, o que corresponde a 21 pessoas mencionou as sobremesas feitas com frutos típicos do cerrado como a cagaita, o baru, o caju, a mangaba, a manga, dentre outros.

Essas afirmações demonstram que os turistas visualizam alguns pratos como típicos de Palmas, já que vão aos restaurantes e os pratos indicados como típicos pelos atendentes são alguns dos supracitados. Essa indicação poderia ser uma forma de afirmar uma identidade gastronômica.

Sobre a incidência de degustar pratos típicos, todos os entrevistados já responderam que já tinham experimentado alguns dos pratos intitulados típicos da cidade mais de uma vez, e a grande maioria, 82% afirmaram preferir os pratos típicos a outros tipos de pratos, enquanto 18% preferem consumir os alimentos que ingerem em sua residência habitual.

Essa afirmação dos entrevistados demonstra que a alimentação revela e preserva os costumes dos grupos sociais, seus hábitos culturais e seus valores simbólicos. Para autores como Gimenes (2003), Schluter (2003) e Fagliari (2005) o turismo passa a ser uma das maneiras de valorização, reconhecimento e preservação dos costumes locais. A gastronomia pode estar relacionada ao consumo de experiências, sensações e valores que o turista pode vivenciar no consumo de um produto turístico.

Sobre os pratos mais apreciados, o peixe, mais precisamente o tucunaré frito ou assado foi a iguaria que mais foi chamada atenção dos entrevistados, 74%, correspondendo a 251 pessoas. Os que escolheram o tucunaré como preferido disseram que já sabem onde encontrar o melhor peixe, com preço justo e com atendimento de qualidade. 12% disseram que além de comer a paçoca de carne com farinha de mandioca, ainda levam uma embalagem da paçoca para degustar em outro momento, ou para a família em sua cidade de residência, pois sabem que o produto tem durabilidade de alguns dias, quando bem acondicionado. 12% dos entrevistados preferem o pequi com frango caipira, pequi com arroz, ou galinhada com pequi. Alguns entrevistados citaram o pequi como um dos pratos que jamais experimentariam, pois acham o cheiro do fruto forte. E 4% dos entrevistados apreciam mais as sobremesas com frutos do cerrado, entre os citados estão o barú, caju e buriti.

Alguns dos restaurantes visitados para as entrevistas com turistas têm em seus cardápios, as especialidades da casa, como é o caso dos peixes de rio, paçoca de carne seca com farinha de mandioca e sobremesas com ingredientes regionais. Os outros pratos citados pelos entrevistados são produzidos esporadicamente, ou no período da estação da fruta, como é o caso do pequi.

Sobre a facilidade de encontrar os pratos típicos, a maior parte dos entrevistados, 92% já sabem onde encontrar os pratos desejados. A maioria deles mencionou que o próprio hotel, quando serve alimentação, tem, na maioria das vezes, um prato típico em seu cardápio. 8% disseram que ainda acham complicado achar gastronomia típica e atendimento de qualidade no mesmo estabelecimento.

Essa afirmação dos entrevistados, em que a maior parte deles vão em busca da culinária típica, materializa que o uso da gastronomia como atrativo turístico proporciona a formação de uma imagem positiva e de valorização da cultura e da identidade das comunidades. E configura ainda dizer, que é imprescindível a capacitação profissional de indivíduos que optam por trabalhar em áreas como turismo, hotelaria e restauração e não pode ser resumida a treinamentos. É necessário que os envolvidos no processo possam vivenciar momentos de hospitalidade para a partir disso entender a necessidade de criar e manter vínculos com outros seres humanos. Esse entendimento diferencia o estabelecimento no mercado.

E quando perguntados se já tiveram interesse ou perguntaram a receita e/ou modo de fazer de alguns desses pratos identificados nas entrevistas, a grande maioria, 69% disse que prefere degustar as iguarias nos restaurantes. 31% dos entrevistados eram mulheres, o que correspondem 105 pessoas, disseram que já pediram receitas aos chefes dos restaurantes visitados e que testaram a receita em casa. Algumas mencionaram que até incrementaram as receitas, deixando-as mais saudáveis ou apetitosas.

Entende-se que a gastronomia constitui uma arte tanto no preparo, que exige conhecimento e técnicas, na escolha dos ingredientes e na transformação destes em comida, quanto também na degustação, que exige um paladar apurado e refinado de quem ingere. Esta característica é mencionada por Brillat-Savarin (1995) para quem a gastronomia

está relacionada a um estilo de vida vinculado ao prazer da mesa que vem a ser a sensação refletida que nasce das várias circunstâncias, dos fatos, do local, das coisas e das pessoas que estão presentes à refeição. Conforme Fagliari (2005) o turista também busca na refeição realizada fora do ambiente doméstico uma fonte de prazer e de relacionamento com a localidade visitada, uma forma de interação cultural.

Um dos eventos citados como importante para difundir a gastronomia típica foi o Festival Gastronômico de Taquaruçu, que em 2014 promoveu sua 8ª edição, organizado pela Prefeitura de Palmas e pela Agência Municipal de Turismo. O distrito de Taquaruçu fica localizado no centro geográfico do Estado do Tocantins, na região serrana a 32 quilômetros da capital, Palmas com três mil e quinhentos moradores, sendo caracterizado por um ambiente tranquilo e um vale de belezas naturais que faz deste um ambiente propício à prática do Turismo. A Prefeitura Municipal de Palmas inventariou mais de 82 atrativos naturais, entre cavernas, grutas, quedas d'água e trilhas e todo o centro do distrito foi revitalizado.

Em agosto de 2001, foi instalado o Polo Ecoturístico do distrito de Taquaruçu. A Prefeitura Municipal de Palmas reconhece que a conservação dos recursos naturais, culturais e paisagísticos de Taquaruçu, a proteção ambiental e um ininterrupto espírito acolhedor entre o *trade* e a comunidade local, são condições essenciais para um turismo de qualidade.

O Distrito de Taquaruçu de acordo com o diagnóstico turístico, realizado pela prefeitura da cidade de Palmas, é um território verde, repleto de córregos e corredeiras, cachoeiras, pedras, picos íngremes e trilhas verdejantes. Um refúgio ideal para caminhar, pedalar, cavalgar, mergulhar, escalar ou, simplesmente, contemplar a paisagem natural. O clima úmido e o cotidiano rural do lugar completam o cenário de tranquilidade e bucolismo. O conjunto paisagístico ganha mais beleza com a diversidade de espécies vegetais e animais que mesclam elementos do cerrado, da caatinga e da floresta amazônica. São principalmente palmáceas como o babaçu, o buriti e a macaúba. Também há em abundância outras espécies como bacaba, bacuri, cagaita, canela de ema, fava de bolota, ipê, jatobá, jenipapo, mangaba, murici, oiti, pau-d'arco, pequi, pindaíba, samaúma, sucupira, tucum, tarumã, samambaia, entre outras. Nas áreas das cachoeiras predominam matas ciliares e floresta de galerias.

Outras iniciativas foram realizadas para fomentar a atividade turística na localidade como o programa de capacitação profissional para a comunidade, oferecendo diversos cursos. Dentre eles, o de atendimento ao turista, condutores em trilhas, camareiras, recepcionista de pousadas e de hotéis, gestão empresarial para o turismo, garçom e garçonete, atendendo a uma demanda de mais de 265 pessoas.

Dentre as ações da Prefeitura de Palmas para revitalização do Distrito, está a captação de eventos para Taquaruçu, implementando o sistema produtivo local. Um desses eventos o festival gastronômico de Taquaruçu que acontece há 8 anos. Diante da tendência do mercado por produtos que valorizem e expressem a diversidade cultural, além de ser

socialmente responsáveis, o festival gastronômico envolve a comunidade e atrai um público considerável.

O objetivo do festival, segundo Cristiano Rodrigues, Agência Municipal de Turismo de Palmas é garantir o fortalecimento e a identidade gastronômica local e fomentar o turismo.

Na edição de 2014, o circuito do festival foi ampliado. Na Praça Vereador Tarcisio Machado da Fonseca, o visitante encontrou as barracas do concurso de gastronomia, no qual foram inscritas 59 receitas, sendo 39 salgadas e 20 doces, todas voltadas para a valorização dos ingredientes culinários regionais e a criatividade na elaboração dos pratos, os quais obrigatoriamente são típicos da culinária tocantinense. Já na Praça Joaquim Maracaípe, foi montado uma estrutura com 20 barracas, onde foram comercializados artesanatos e produtos alimentícios da região. Houve também uma agência de receptivo do distrito, oferecendo pacotes turísticos, adega de vinhos, frios e massas, e a participação de restaurantes instalados no distrito.

A novidade do festival de 2014 foi a “Cozinha Show”, projeto realizado por meio da parceria entre a Agência Municipal de Turismo e a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - Tocantins (Abrasel). O evento consistiu na preparação de pratos por *chefs* de cozinha diante do público.

Observa-se que a maior parte dos entrevistados aprecia a culinária típica, dentre esses, 25% disseram vir a Palmas na época do Festival Gastronômico para aproveitar e conhecer mais a cultura e a gastronomia de Palmas. Segundo eles, a cidade tem muito a mostrar e precisa afirmar sua identidade, já que é constituída de pessoas de todas as partes do país e tomou como herança gastronômica, os alimentos consumidos pela população do Norte de Goiás, antiga região, onde o Tocantins está localizado hoje.

Considerações Finais

Por meio da pesquisa desenvolvida, fica implícita que a gastronomia tem grande influência na percepção dos turistas que vêm a Palmas. Grande maioria dos turistas usufrui da gastronomia típica e acredita que a mesma é um atrativo turístico – cultural da cidade.

Considerando os dados de pesquisa obtidos, tem-se que a gastronomia vinculada aos aspectos turísticos pode ser percebida sob diferentes enfoques, considerando-se um somatório de detalhes que compõem o produto final a ser oferecido aos comensais. Seja por meio dos restaurantes especializados em culinária típica, seja nos estabelecimentos que servem os pratos típicos esporadicamente, seja nos eventos de gastronomia típica da cidade.

Há necessidade de se afirmar e criar a identidade da gastronomia de Palmas. Deixar de lado os velhos conceitos do Norte de Goiás e que o Tocantins ainda não se desvencilhou e criar a identidade da capital do estado que abriga pessoas de diversas regiões do Brasil.

Diante do exposto, percebe-se que a gastronomia típica pode ser considerada um atrativo histórico cultural para a cidade de Palmas, possibilitando e melhorias para os empreendimentos da cidade. Portanto, é imprescindível que os gestores se atentem aos constantes treinamentos da equipe de trabalho, a qualidade dos serviços e produtos ofertados, investigando constantemente as necessidades dos clientes e considerando

preliminarmente, o processo de satisfação destes. A busca deve ser não somente pela satisfação do cliente, mas também pelo encantamento do principal responsável pela sobrevivência e permanência do empreendimento no mercado.

É fundamental perceber que a gastronomia de Palmas é parte integrante de sua cultura. Sendo assim, pode se moldar como atrativo turístico sendo valorizada como elemento de qualidade e competitividade e como elemento gerador de desenvolvimento regional. Certamente, os empreendimentos gastronômicos de Palmas passam por um momento de transformação, dos conceitos antigos utilizados pela gestão, por estratégias de qualidade e competitividade atuais, principalmente no que se refere ao bem receber.

Referências

ADTUR. **Revelando Tocantins** – turismo consciente, futuro sustentável. v. 1. Palmas, TO: Governo do Estado do Tocantins, 2011.

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

BRILLAT SAVARIN, J-A. **A fisiologia do gosto**: tradução Paulo Neves. São Paulo: Companhia das letras, 1995.

DAMATTA, Roberto. **Sobre o simbolismo da comida no Brasil**. In Rio de Janeiro. Volume 15, nº07, 1987.

DENCKER, A. F. M. **Pesquisa em turismo**: planejamento, métodos e técnicas. São Paulo: Futura, 1998.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. São Paulo: Editora Unesp, 2005.

FAGLIARI, G.S. **Turismo e Alimentação**: análises introdutórias. São Paulo: Rocca, 2005.

GÂNDARA, J. M. G. **El turismo y la sustentibilidad de los destinos urbanos**. Turismo 1. Molina S., 2008.

GIMENES, M. H. S. **Lazer e Prazer**: O consumo simbólico e a vivência da sociabilidade em bares e casas noturnas no início do Século XXI na cidade de Curitiba, Paraná. Curitiba, Dissertação de Mestrado em Sociologia, Universidade Federal do Paraná – UFPR, 2003.

KNAFOU, Remy. Turismo e Território: por uma abordagem científica do turismo. IN: RODRIGUES, Adyr A.B. **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Ed. HUCITEC, 1996. P. 62-74.

MASCARENHAS, R.G.T. **A gastronomia tropeira na Região dos Campos Gerais do Paraná**: potencialidades para o turismo. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais. Ponta Grossa: UEPG, 2005.

_____. R.G.T. **A DIVERSIDADE GASTRONÔMICA COMO ATRATIVO TURÍSTICO NA REGIÃO DOS CAMPOS GERAIS DO PARANÁ: um estudo de caso no município de Castro**. Tese de doutorado em Geografia. Universidade federal do Paraná - UFPR. Curitiba, 2009.

MONTANARI, Massimo. **Comida como Cultura**. São Paulo (SP): Senac, 2006. 1ª edição. Traduzido por Letícia Martins Andrade.

RAOSOFT. **Simple size calculator.** Disponível em:
<<http://www.raosoft.com/samplesize.html>>. Acesso em: 20 nov. 2014.

SCHLUTER, R. G. **Gastronomia e turismo.** São Paulo: Aleph, 2003.