

SOUVENIR GASTRONÔMICO E ECONOMIA CRIATIVA: PRESERVANDO E DIFUNDINDO SABERES LOCAIS, ESTUDO DE CASO NA ITALLINI BISCOTTERIA - BENTO GONÇALVES/RS

Tauana Macedo de Paula, Marlei Salette Mecca

MESTRA EM TURISMO. ESPECIALISTA EM GESTÃO DE PESSOAS E MARKETING. TURISMÓLOGA. SUPERVISORA DE VAREJO NA VINÍCOLA CAVE DE PEDRA. DOUTORA EM ENGENHARIA DA PRODUÇÃO. DOCENTE E PESQUISADORA DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E HOSPITALIDADE DA UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL - UCS. COORDENADORA, PESQUISADORA E DOCENTE DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL - UCS

O souvenir gastronômico é um elemento que auxilia a propagação da cultura regional tendo a gastronomia como mote principal. Entretanto, isso só é possível se o souvenir for elaborado na região a qual faz referência, utilizando a cultura local como eixo central na constituição do produto. Tendo estas características o souvenir é capaz de trazer lembranças do local visitado e, quando ofertado a outros pode gerar nestas pessoas o desejo de conhecer o local. Esta ação de empregar a cultura e os recursos locais para criar um item passível de comercialização pode ser classificado como Economia Criativa. Negócios com este viés priorizam o saber local produzindo bens genuínos. Tendo em vista a importância deste formato de elaboração de produtos, principalmente para regiões que precisam se diversificar economicamente, este trabalho mostra o resultado de uma empresa da região serrana do Rio Grande do Sul que elabora souvenirs gastronômicos pautando-se pela Economia Criativa. Desta forma, a metodologia desta pesquisa caracteriza-se pelo modelo de estudo de caso, referindo-se a seus procedimentos técnicos e pelo formato qualitativo quanto à abordagem de pesquisa. Seus dados foram obtidos através de uma entrevista semiestruturada realizada no ano de 2015 com uma das proprietárias. Como conclusão deste estudo apontam-se diversas ações que caracterizam a Economia Criativa neste empreendimento e seu êxito. Tais como: preservação das receitas dos antepassados; inovação; geração de emprego; criatividade; processo artesanal; envolvimento com a comunidade local e identificação regional.

Palavras-chave: Economia Criativa; Souvenir gastronômico; Itallini Biscotteria; Bento Gonçalves/RS.

Referências: BRASIL, MINISTÉRIO DA CULTURA (2012). Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 - 2014. Brasília: Ministério da Cultura. BRASIL, Ministério do Turismo. (2014). Índice de competitividade do Turismo Nacional: destinos indutores do desenvolvimento turístico regional. Brasília, DF: Sebrae. DIEHL, A. A. & TATIM, D. C. (2004). Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas. São Paulo: Prentice Hall. FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - FIRJAN. (2014). Mapeamento da indústria criativa no Brasil. Rio de Janeiro: Firjan. HORODYSKI, G. S. (2014). O consumo na experiência turística: o caso dos souvenirs no destino Curitiba-PR. Tese de Doutorado, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil. HORODYSKI, G. S., MANOSSO, F. C. & GÂNDARA, J. M. G. (2012). O consumo de souvenirs e a experiência turística em Curitiba (PR). Caderno Virtual de Turismo, 12(3), 323-342. KON, A. (2016). On the creative economy chain in Brazil: potential and challenges. Brazilian Journal of Political Economy, 36(1) (142), 68-189. KRUCKEN, L. (2009). Design e território: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel. MASCARANHAS, S. A. (2012). Metodologia científica. São Paulo: Pearson. MEDEIROS, M.L., HORODYSKI, G. S. & PASSADOR, J. L. (2016). "Vai um queijo?": Análise do queijo minas artesanal do Serro como souvenir gastronômico. Anais do XII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, São Paulo. MELLO, C. L. & CERETTA, C. C. (2015). El souvenir artesanal y la promoción de la imagen del lugar turístico. Estudios y Perspectivas en Turismo, 24(2), 188-204. MICHEL, M. H. (2005). Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais. São Paulo: Atlas. PAULA, T. M. (2016). A economia criativa analisada na produção do souvenir gastronômico: um estudo sob o viés cultural. Dissertação de Mestrado, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, Brasil. PAULA, T. M. & MECCA, M. S. (2016). Significados do souvenir turístico atribuídos pelos turistas do passeio de trem "Maria Fumaça", estação de Bento Gonçalves/RS. Revista Turismo Visão e Ação, 18(2), 378-404. PAULA, T. M., MECCA, M. S. & GASTAL, S. (2015). Interfaces entre as características da Economia Criativa brasileira e a produção do souvenir gastronômico. Anais do Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo, Natal. REIS, A. C. F. (org.) (2008). Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural. Sites: ASSOCIAÇÃO DE PRODUTORES DE VINHOS FINOS DO VALE DOS VINHEDOS - APROVALE. Recuperado em 30 de maio de 2017, de: <<http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/index.php>>. BRASIL, MINISTÉRIO DA CULTURA (2017). Secretaria da Economia da Cultura. Recuperado em 30 de maio de 2017, de: <<http://www.cultura.gov.br/secretaria-da-economia-da-cultura1>>. ITTALINI BISCOTTERIA. Recuperado em 30 de maio de 2017, de: <<http://www.itallinni.com.br/>>. FACEBOOK ITTALINI BISCOTTERIA. Recuperado em 30 de maio de 2017, de: <<https://www.facebook.com/itallinni/>>. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE (2016). O que é Economia Criativa. Recuperado em 30 de maio de 2017, de: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/oqueeeconomicriativa,3fbb5edae79e6410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. TRIPADIVISOR ITTALINI BISCOTTERIA. Recuperado em 30 de maio de 2017, de: <https://www.tripadvisor.com.br/Restaurant_Reviewg680210d8119957ReviewsItallini_BiscotteriaBento_Goncalves_State_of_Rio_Graude_do_Sul.html>.

