



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO TOCANTINS
CAMPUS PALMAS
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO

PATRICIA ALVES DOS SANTOS

**A IDENTIFICAÇÃO DE SÍMBOLOS GASTRONÔMICOS COMO ESTRATÉGIA DE
MARKETING TURÍSTICO NA CIDADE DE PALMAS - TO**

Palmas
SETEMBRO/2021

Patrícia Alves dos Santos

**A IDENTIFICAÇÃO DE SÍMBOLOS GASTRONÔMICOS COMO ESTRATÉGIA DE
MARKETING TURÍSTICO NA CIDADE DE PALMAS - TO**

Projeto de pesquisa apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins, *Campus* Palmas, como requisito avaliativo da disciplina Projeto de TCC, do Curso Superior Tecnólogo de Gestão em Turismo.

Orientador: Prof. Ms Maximilianus Andrey Pontes Pinent

Palmas
SETEMBRO/2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Bibliotecas do Instituto Federal do Tocantins

A474i Alves Dos Santos, Patrícia
A IDENTIFICAÇÃO DE SÍMBOLOS GASTRONÔMICOS COMO ESTRATÉGIA
DE MARKETING TURÍSTICO NA CIDADE DE PALMAS - TO / Patricia Alves Dos
Santos. – Palmas, TO, 2021.
35 p. : il. color.
Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Gestão de Turismo) –
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins, Campus
Palmas, Palmas, TO, 2021.
Orientador: Maximilianus Andrey Pontes Pinent
1. Turismo em Palmas, Festival Gastronômico de Taquaruçu. 2. Gastronomia
local, Promoção Turística, Patrimônio imaterial. 3. Símbolos Gastronômicos. I.
Andrey Pontes Pinent, Maximilianus. II. Título.

CDD 338

A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio, deste documento é autorizada para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

**Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica do IFTO com os dados
fornecidos pelo(a) autor(a).**

PATRÍCIA ALVES DOS SANTOS

**A IDENTIFICAÇÃO DE SÍMBOLOS GASTRONÔMICOS COMO ESTRATÉGIA DE
MARKETING TURÍSTICO NA CIDADE DE PALMAS - TO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Coordenação do Curso
Superior de Tecnologia em Gestão de
Turismo do Instituto Federal do
Tocantins – Campus Palmas, como
exigência à obtenção do grau em
Tecnóloga em Gestão de Turismo.

Aprovado em: 08 / 12 / 2021

BANCA AVALIADORA

Prof. Me. Maximilianus Andrey Pontes Pinent (Orientador)
IFTO – Campus Palmas

Prof^a. Dra. Luciane Scherer
UFFS

Prof^a. Dra. Luana de Sousa Oliveira
IFTO – Campus Palmas

RESUMO

Esse Trabalho tem por finalidade identificar símbolos gastronômicos, sejam insumos e ou pratos prontos, para ser usado como estratégia de marketing para a capital Palmas, no Tocantins, Brasil. Para realizar a pesquisa foram utilizados resultados dos vencedores do festival gastronômico de Taquaruçu das cinco últimas edições. Se observou os ingredientes de cada prato, alimentos utilizados e a quantidade em cada ano. Para tanto, a presente pesquisa, quanto aos objetivos, é exploratória e descritiva e, quanto aos procedimentos técnicos, é estudo de caso, bibliográfica e documental. Quanto à abordagem do problema, é quantitativa e qualitativa e, quanto ao método do trabalho, é dedutivo. Pode-se observar que algumas iguarias locais ao longo dos anos foram diminuindo sua participação, chegando à conclusão de que outros ingredientes foram incrementados. Mesmo que o processo migratório seja recente no Tocantins, por ser o mais novo Estado da federação, consagra identidades culinárias próprias, como o chambari, a buchada e a paçoca de carne, que se tornaram patrimônio cultural e gastronômico. Prevê-se, então, que o marketing turístico possa colaborar para que sejam pratos (e destino) nacionalmente conhecidos, até mesmo se tornar símbolo gastronômico. Dessa forma, o presente estudo contribuiu para a melhoria do processo de organização do festival gastronômico.

Palavras-chave: Turismo em Palmas, Festival Gastronômico de Taquaruçu, Gastronomia Local, Patrimônio Imaterial, Promoção Turística

ABSTRACT

This work aims to identify possible gastronomic symbols, to be used as a marketing strategy for the capital Palmas, in Tocantins, Brazil. The results of the winners of the gastronomic festival in Taquaruçu from the last five editions were used to carry out the research. Associate the ingredients of each dish, the foods used and the amount each year. Therefore, the present research, in terms of objectives, is exploratory and descriptive and, in terms of technical procedures, it is a case study, bibliographical and documentary. As for the approach to the problem, it is quantitative and qualitative, and as for the work method, it is deductive. It can be observed that some local delicacies over the years have decreased their participation, reaching the conclusion that other ingredients have been increased. Even though the migratory process is recent in Tocantins, as it is the newest state in the federation, it enshrines its own culinary identities, such as chambari, buchada and paçoca de carne, which have become cultural and gastronomic heritage. It is predicted, then, that tourism marketing can help make them nationally known dishes (and destinations), even becoming a gastronomic symbol. Thus, this study contributed to the improvement of the process of organizing the gastronomic festival.

Keywords: Tourism in Palmas, Taquaruçu Gastronomic Festival, Local Gastronomy, Intangible Heritage, Tourism Promotion

SUMÁRIO

RESUMO.....	5
ABSTRACT	6
1. INTRODUÇÃO	8
1.1. Problema de pesquisa	8
1.2. Justificativa	8
1.3. Objetivos.....	9
1.3.1. Geral.....	9
1.3.2. Específicos	9
2. Procedimentos e métodos.....	9
3. Fundamentação teórica.....	11
3.1.Cultura Alimentar e Identidade Local	11
3.1. Turismo de Culinária e os Símbolos Gastronômicos	12
3.1.1. Exemplos de símbolos Gastronômicos.....	13
3.1.2. Pastel de Nata	14
3.2. Festivais gastronômicos	17
3.2.1. Festival Gastronômico de Taquaruçu	20
4. Resultado da pesquisa.....	23
5. Considerações finais	32

1. INTRODUÇÃO

Palmas é a capital do estado de Tocantins e foi criada em 1989, a margem direita do Rio Tocantins, tendo, por outro lado, a serra Monte do Carmo. Como capital mais jovem do país, sua população é caracterizada por migrantes de diversas partes do Brasil, sendo influenciada por diversas culturas regionais, incluindo culinária.

Esta pesquisa tem como foco a culinária do Festival Gastronômico de Taquaruçu, distrito de Palmas que fica a 30 KM do centro. Taquaruçu se destaca por ser um local rodeado por serras e possui mais de oitenta cachoeiras. Tem uma produção de artesanatos, além do Festival Gastronômico. Este festival, com boa visibilidade, evidenciou também estes outros atrativos locais, além várias atrações de shows, exposições, competições culinárias, que propiciam ao turista saborear diversos pratos de uma vasta opção de iguarias regionais.

1.1. Problema de pesquisa

Ao considerar o processo migratório na constituição populacional de Palmas, é aceitável a ideia de que a culinária local recebe interferência cultural originária de outras regiões do Brasil. Nesse sentido, esta pesquisa pretende responder as seguintes questões: Qual é o perfil dos pratos vencedores do Festival Gastronômico de Taquaruçu em suas cinco últimas edições? Esse perfil poderia ser visto com uma característica da identidade de uma culinária típica de Palmas e assim ser utilizado como um símbolo turístico?

1.2. Justificativa

O turismo Gastronômico vem conquistando seu espaço em várias localidades do Brasil e do mundo, geralmente é difícil encontrar turistas que não gostem de degustar, apreciar, saborear os pratos típicos da aquela localidade. O turismo gastronômico além da importância como experiência turística. vale lembrar que tem grande importância econômica local, já que a maioria dos festivais são feitos quando há baixa sazonalidade. Assim, esses festivais agregam valor econômico local, como por exemplo, o Festival Gastronômico de Taquaruçu que traz movimentação econômica tanto para o distrito de Taquaruçu, mas também para o restante de Palmas.

Diante disso, devemos pensar que a diversidade cultural e populacional em Palmas é um fator que pode interferir na constituição de uma culinária própria.

Por isso, esta pesquisa propõe a partir do festival gastronômico de Taquaruçu, conhecer os principais elementos presentes nos pratos do festival e assim identificar se os mesmos podem ser vistos como símbolos turísticos que representam a culinária de Palmas.

Justifica-se essa investigação através do festival gastronômico de Taquaruçu, que tem por objetivo a valorização da culinária local e traz como proposta a oferta de pratos considerados típicos tocantinenses, além de retratar uma identidade local de Palmas e entorno. Desta forma, mostra-se na atualidade como uma importante amostragem de pesquisa sobre símbolos gastronômicos palmenses.

1.3. Objetivos

1.3.1. Geral

Investigar se os pratos vencedores do Festival Gastronômico de Taquaruçu, das edições de 2017 a 2021, podem ser vistos como parte de uma identidade gastronômica típica palmenses e assim representarem a simbologia turística.

1.3.2. Específicos

- Identificar os pratos vencedores do Festival Gastronômico de Taquaruçu.
- Caracterizar o perfil dos pratos vencedores das últimas cinco edições do Festival Gastronômico de Taquaruçu.
- Criar um plano de ação para divulgação da gastronomia local como promoção de símbolos encontrados na pesquisa .

2. PROCEDIMENTOS E MÉTODOS

Esta pesquisa investigou os pratos vencedores no Festival Gastronômico de Taquaruçu, realizado nas edições entre os anos de 2017 e 2021. A pesquisa foi de caráter documental, qualitativa

De acordo com Kripka, Scheller e Bonoto (2015, p. 244),

A pesquisa documental, bem como outros tipos de pesquisa, propõe-se a produzir novos conhecimentos, criar novas formas de compreender os fenômenos e dar a conhecer a forma como estes têm sido desenvolvidos

[2]. Ela pode ser utilizada no ensino na perspectiva de que o investigador “mergulhe” no campo de estudo procurando captar o fenômeno a partir das

perspectivas contidas nos documentos, contribuindo com a área na qual ele se insere, seja na área da educação, saúde, ciências exatas e biológicas ou humanas.

Assim, a pesquisa documental consiste no fato de que o investigador lance mão de informações, captando fenômenos.

“a partir das perspectivas contidas nos documentos, contribuindo com a área na qual ele se insere, seja na área da educação, saúde, ciências exatas e biológicas ou humanas (KRIPKA; SCHELLER; BONOTO, 2014, p.244)

Nesse sentido, De acordo com Kripka, Scheller e Bonoto (2015), a pesquisa documental é baseada numa investigação em materiais que não foram analisados ou que podem ser revisados sob outras perspectivas. Por isso, ainda que os documentos relativos ao Festival Gastronômico de Taquaruçu tenham sido investigados em oportunidades anteriores, esta pesquisa pretende lançar um novo olhar para esse fenômeno, tendo como objeto os pratos vencedores do Festival no período de 2017 a 2021. Com isso,

Pode-se dizer que a pesquisa documental é aquela em que os dados obtidos são estritamente provenientes de documentos, com o objetivo de extrair informações neles contidas, a fim de compreender um fenômeno. O método utilizado para analisar os documentos chama-se de “método de análise documental”. A pesquisa documental é um procedimento que se utiliza de métodos e técnicas para a apreensão, compreensão e análise de documentos dos mais variados tipos. Ainda, uma pesquisa é caracterizada como documental quando essa for a única abordagem qualitativa, sendo usada como método autônomo. Porém, também é possível utilizar documentos e análise de documentos como estratégias complementares a outros métodos. (KRIPKA; SCHELLER; BONOTO, 2014, p. 244)

Então, esta pesquisa buscou documentos oficiais emitidos pelos organizadores a fim de obter as fichas técnicas acerca dos pratos premiados nas edições do Festival Gastronômico de Taquaruçu realizadas entre os anos de 2017 e 2021.

A análise das fichas técnicas dos pratos premiados proporcionou conhecer os ingredientes utilizados no preparo dos pratos e, assim, identificar os elementos que mais aparecem nos preparos, de acordo com as normas estabelecidas pelo organizador do festival, e assim relacionar se esses elementos podem de fato ser vistos como parte da culinária típica tocantinense e como um símbolo identitário a serem utilizados na atividade do turismo.

Para responder os objetivos deste trabalho, se definiu como estudo de caso o Festival Gastronômico de Taquaruçu. O estudo fez uso do método qualitativo

enquanto que a pesquisa foi de natureza descritiva. A coleta de dados ocorreu durante o ano de 2021, através da análise de documentos e relatórios disponibilizados pela organização do evento e jornais locais.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

De acordo com Mello (2006, p. 86), “a fundamentação teórica apresentada deve servir de base para a análise e interpretação dos dados coletados na fase de elaboração do relatório final. Dessa forma, os dados apresentados devem ser interpretados à luz das teorias existentes.

3.1.Cultura Alimentar e Identidade Local

De acordo com Chaves e Freixa (2008), cozinha e culinária correspondem a um “conjunto de utensílios, ingredientes e pratos/ característicos de um país ou de determinada região, arte de preparar os alimentos e as práticas e técnicas usadas para esse fim”.

Santos e Bastos (2013) afirma que “a história da cultura alimentar e os produtos regionais tem um forte valor no que refere à identidade local, à cultura de um povo, sua história e até mesmo a geografia do seu território” e que essa cultura alimentar e produtos regionais resgatam origens e influências de um povo, que ao longo dos anos são influenciadas por fatores sociais e econômicos de cada região.

Essa relação da comida com a cozinha compreende o espaço físico no qual “esse canto pode ser constituído, na maioria das vezes, por uma simples prateleira e um tabique ou até mesmo a imagem da elaboração da alimentação, evocada por personagens no momento que estão trabalhando” (FLANDRIN; MONTANARI, 1998, p. 692, apud SANTOS; BASTOS, 2013).

A alimentação varia no tempo, bem como os seus fatores simbólicos e as relações sociais de um determinado povo:

As cozinhas locais, regionais, nacionais e internacionais são produtos da miscigenação cultural, fazendo com que as culinárias revelem vestígios das trocas culturais. Hoje, os estudos sobre a comida e a alimentação invadem as Ciências Humanas a partir da premissa de que a formação do gosto alimentar não se dá, exclusivamente, pelo seu aspecto nutricional, biológico. O alimento constitui uma categoria histórica, pois os padrões de permanência e mudanças dos hábitos e práticas alimentares têm referências na própria dinâmica social. Os alimentos não são somente alimentos. Alimentar-se é um ato nutricional, comer é um ato social, pois constitui atitudes ligadas aos usos, costumes, protocolos, condutas e situações (SANTOS, 2005, p. 12, apud SANTOS E BASTOS, 2013).

Segundo Menezes e Almeida (2021, p.2, apud WOORTMANN 2013), nas “mais diferentes sociedades, os alimentos são não apenas comidos, mas também pensados; quer dizer, a comida possui um significado simbólico - ela expressa algo mais que os nutrientes que a compõem”. Menezes e Almeida considera que “o valor simbólico dos alimentos está relacionado à construção de identidades coletivas e individuais” (apud Muchnick (2004).

De acordo com Santos e Bastos (2013, p. 6), o alimento “expressa a interação das pessoas e se relaciona com a cultura e a identidade de um grupo”. Assim, essa relação constitui importante aspecto cultural: “a identidade alimentar não apenas fixa a continuidade cultural, mas a continuidade do grupo na extensão do social” (CASCUDO, 2004, p. 384).

Esse convívio humano está ligado aos costumes alimentares de um povo no que se diz respeito à preservação de ideias e ações, transmitidas de geração a geração (SANTOS; BASTOS, 2013).

Os hábitos comuns de um grupo social também estão associados à sua alimentação, ao consumo de certos ingredientes, que pode ser local ou não (SANTOS; BASTOS, 2013). Assim, “o que é consumido por um grupo de pessoas em seu território, associa-se a sua cultura, ao aspecto socioeconômico, a sua identidade, dentre outros” (SANTOS; BASTOS, 2013, p. 7).

Para Maciel (2004), a alimentação engloba a culinária que consiste de “técnicas que transformam os ingredientes em comida”, requer normas submetidas e impostas em cada região.

A cozinha permite o estreitamento de laços entre convivas, o qual, muitas vezes, retoma questões sociais de um povo, como “regredir” ao passado em busca da sua própria identidade, com isso a:

[...] cozinha faz parte de um sistema alimentar - ou seja, de um conjunto de elementos, produtos, técnicas, hábitos e comportamentos relativos à alimentação, o qual inclui a culinária [...] (MACIEL, 2004, p.26).

A criação de um prato, seja ele elaborado ou não, ao manter sua originalidade, obedece às formas simples de seu preparo (SANTOS; BASTOS, 2013).

3.1. Turismo de Culinária e os Símbolos Gastronômicos

CH TONG (2017) observa que os símbolos são o mecanismo político

que se torna intocável através de som, imagem e gosto; são ferramentas que se tornam notório, conhecido ou evidente, os símbolos manifestam ritmo, cheiros e sabores.

“O termo signo denota uma marca, artifício ou símbolo utilizado para ser compreendido e que permite representar ou distinguir coisas, objetos, conceitos ou lugares. “Símbolo: Figura visivelmente perceptível, reproduzida por meio de escrita, desenho, pintura, ou outra técnica industrial, que tem por objetivo transmitir um significado específico (FAGLIARI, 2003, pg. XVIII).

3.1.1. Exemplos de símbolos Gastronômicos

O portal de notícias G1 (2012) afirma que acarajé (Figura 1), bolinho de feijão frito no azeite-de-dendê, é uma das iguarias mais procuradas por quem visita Salvador.

Figura 1 – acarajé



Segundo o Jornal do comércio (2021) Festa Nacional do churrasco, Figura 2 é realizada a cada dois anos desde 1983 na cidade de lagoa vermelha – RS, no dia 1 de dezembro de 2021 tornou-se a capital do churrasco.

Figura 2 – Cartaz da – Oktoberfest



O Oktoberfest é um festival bem conhecido no Brasil e no mundo, traz como símbolo Gastronômico a cerveja artesanal (figura 3).

Figura 3 – Cartaz da – Oktoberfest



Fonte: Prefeitura de Blumenau (2018).

Garbin (2017) observa que (apud POLLAN, 1992) ao construir e ressignificar o símbolo da cerveja, estão ligados fortemente as memórias dos indivíduos de grupos cervejeiros (Vide figura 1).

De acordo com Garbin 2017 (apud ESCM 2014) Indaga que o Festival Brasileiro Oktoberfest acontece anualmente em Blumenau e é considerado o maior encontro de cervejeiros do Brasil e foi a primeira festa da cerveja do Brasil (figura 1).

3.1.2. Pastel de Nata

O pastel português (pastel de nata) ficou mundialmente famoso por ter se reinventado na Ásia (Figura 2).

Figura 4 – Pastel de Nata Macau



Fonte: Revista Macau 28

RF Garbin (2017) afirma que há uma ligação profunda entre Portugal e Macau, ao longo dos anos, os portugueses deixaram traços nesse vilarejo do sul da

China. Diz ainda que a heterogenia cultural ficou marcada e representada no turismo em particular a gastronomia, a do Pastel de nata (vide Figura 2).

MARKETING

Vale ressaltar que o marketing contribuiu para que tornasse possível a transformação desses alimentos (que eram apenas iguarias locais) em símbolos mundialmente conhecidos.

“ Podemos, então, definir marketing como o processo social e gerencial por meio do qual indivíduos e grupos obtêm aquilo de que necessitam e desejam pela criação e troca de produtos e valores (ZARDO, 2003 pg 79) .

“Neste sentido, a publicidade é de grande ajuda, especialmente no setor turístico, que conta com a dificuldade de não poder mostrar o produto, no sentido de experimentação e tem que recorrer a substitutos tangíveis (ZARDO, 2003, p. 146).

O autor também coloca como instrumentos de comunicação: Capitalizar ao máximo “boca a boca” e criar símbolos tangíveis que identifiquem claramente o produto (ZARDO 2003).

Os autores indagam que a personalidade do destino por meio da percepção dos turistas pode ajudar a esclarecer a conexão emocional dos turistas com o destino, bem como capturar a personalidade do destino percebido de turistas reais e potenciais, além de ajudar os destinos a identificar quais traços de personalidade devem ser enfatizados nos esforços de marketing e gestão de destinos para melhorar a experiência dos turistas no destino e aumentar a satisfação dos turistas. (Kim & Stepchenkova, 2017, apud SHUSTER E DIAS 2019 pg.354).

“Os elementos gastronômicos, assim como outros elementos do turismo culturais, apresentam muitas características que vão ao encontro de tendências mundiais para a atividade turística (FAGLIARI,2005 p. 14).

O autor ressalta que o “Turismo e alimentação devem caminhar lado a lado”. De forma vantajosa os elementos gastronômicos de diferentes localidades turísticas podem ser bem aproveitados (FAGLIARI 2005).

Assim, “O interesse em experimentar receitas únicas, quer seja apenas pela confecção e degustação, quer seja pelo ir ao encontro desses pratos no seu local de origem, ou ainda, o querer saborear as iguarias de um determinado chefe, que

seja, por exemplo, detentor de Estrelas Michelin¹, faz com que viajar para comer passe a assumir um novo significado. Com esta iniciativa, alguns estabelecimentos acabam por se tornar verdadeiros templos de gastronomia, sendo verdadeiros atrativos turísticos (CUNHA; CAMPOS 2017).

Conforme Santos e Cravidão (2015, p. 11),

os produtos gastronômicos e vinícola oferecem ao visitante a possibilidade de melhor conhecer a cultura, os costumes, as tradições e as histórias de lugares e pessoas, de um modo extremamente agradável e prazenteiro. A procura insistente, que se vai sentindo nos últimos anos, naquilo que podemos denominar por turismo alternativo, de nicho, criativo, étnico, entre outros - inseridos na denominação genérica de novo turismo-, tem nos produtos alimentares a forma ideal de exploração das identidades e saberes-fazer específicos de cada ocupação; das expressões culturais autênticas, resultantes da confecção própria de cada comunidade local; da presença singular de festividades e produtos *gourmet* e de *terroir*, que se transformam em componentes de notoriedade territorial”.

Segundo Costa (2014) em matéria gastronômica, aquilo que podemos considerar como sendo nosso patrimônio deve estar relacionado, indubitavelmente, com os nossos recursos, ou seja, com aquilo que produzimos, mas também com os diversos saberes que lhe estão associados.

Ainda, relativamente à temática alimentar, enquanto patrimônio cultural imaterial, segundo o referido autor “as questões da memória coletiva e da preservação são, ainda, uma consequência da importância que lhe é atribuída” (Costa, 2014, p. 125).

Dada a relevância do turismo cultural no âmbito da indústria turística e cientes que nem sempre o turismo é sinônimo de desenvolvimento sustentável, pode o turista, para além de mero observador, experimentar e vivenciar uma realidade cultural diferente, fazendo a gastronomia parte deste universo (COSTA, 2014).

Neste sentido, identificar os elementos alimentícios que constituem a culinária típica de um local é visto como um importante símbolo turístico e um símbolo marcante na vivência do turista que vai em busca de novas experiências.

Como, por exemplo, podemos citar a massa que é símbolo da Itália, ou o champagne, originário da Região de Champagne, na França; ou o chocolate que são marca forte na suíça; a caipirinha e feijoada como produtos típicos brasileiros. Todos produtos muito procurados pelos turistas. Esses são alguns elementos da gastronomia

¹ Pontuações dadas para os melhores hotéis e restaurantes do mundo, em mapas e livros criados pela empresa Michelin (BBC NEWS Brasil 2018).

regional que ganharam o mundo e são vistos pelos turistas como peça fundamental o seu degustar para uma vivência completa do turismo no local.

3.2. Festivais gastronômicos

No contexto de proporcionar ao turista novas vivências no que tange a culinária local, os festivais são importantes aliados na divulgação desse quesito, podendo além de identificar os elementos gastronômicos da cultura local, ser um instrumento de valorização da mesma.

“As festas relacionadas a um gênero alimentícios, em geral, possuem organização e características bastantes similares (FAGLIARI, 2005 p. 151).”

“Em Venda Nova do Imigrante, no Espírito Santo, por exemplo, a festa da Polenta é o principal evento da cidade. Em Domingos Martins, no mesmo Estado, acontece anualmente o Festival Internacional do vinho (FAGLIARI, 2005, p. 151).”

“Também é comum a existência de festas relacionadas com pratos ou tipos culinários específicos. Esse é o caso da festa do Porco no Rolete, que acontece em Peruíbe (FAGLIARI 2005, p. 153).

A maioria dos festivais ou festas acontecem para incrementar a demanda, promovendo um prato específico ou gênero alimentício e também diversificar a oferta turística da localidade (FAGLIARI 2005).

“O Carneiro no Buraco é o prato típico do município de Campo Mourão, onde se encontra localizado na região Noroeste do Paraná, estando a cerca de 477 quilômetros da Capital do estado (Curitiba) e a 1.110 quilômetros de Brasília (Capital do Brasil), e segundo IBGE (2008) tem cerca de 82.530 mil habitantes. O prato típico é servido na festa do carneiro do buraco realizado anualmente no mês de julho e é servido no último dia de festa. O evento acontece no Parque de Exposições Getúlio Ferrari, (AMARAL, BARCZSZ, 2010 p. 81).

Os Festivais Gastronômicos, geralmente acontecem em baixa temporada, seu principal objetivo é incrementar o turismo naquela localidade (FAGLIARI, 2005).

“Os pratos e produtos típicos são elementos que podem ser facilmente trabalhados de forma a se tornarem atrativos turísticos (FAGLIARI 2005, p. 54). “As bebidas também podem se tornar ícones de localidades e mesmo de países. A tequila é considerada a bebida símbolo do México. O uísque, a bebida símbolo da Escócia (FAGLIARI 2005, p. 55).

Posto isto, é mister, então apresentar o Festival Gastronômico de Taquaruçu, que mira na promoção e marketing de Palmas a partir da valorização da culinária local.

Taquaruçu

Segundo Jornal Conexão Tocantins (2019), os primeiros povos a chegarem na região do Distrito de Taquaruçu, Figura 5, na década de 1940, tropeiros oriundos dos estados do Piauí e Maranhão, fugindo da seca em busca de uma vida melhor.

Figura 5 – Taquaruçu



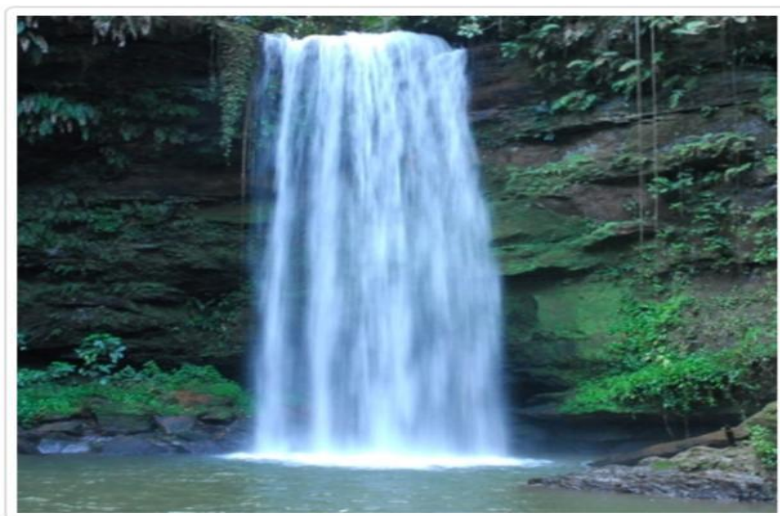
Relatos da moradora Rita Gomes da Silva (82 anos de idade) ela relata que pisava arroz em pilão e tirava óleo de coco de babaçu. Posteriormente, vendia se esses Alimentos e comprava outros mantimentos na cidade de Porto Nacional (Cidade histórica do Tocantins).

Ainda, segundo dona Rita, demoravam até oito dias para ir e voltar de Porto Nacional, montados em animais. Taquaruçu um dia já foi cidade, mas depois com solicitações de políticos da época passou a ser sede para a então construção da capital Palmas.

Depois de ter virado Distrito de Palmas veio o progresso. Ainda segundo a página oficial do turismo do Tocantins, Taquaruçu é considerado um dos mais importantes polos turísticos de Palmas e Tocantins.

Com suas 82 Cachoeiras (Figura 6) catalogadas (somente 9 abertas a visitação), conta também com grutas, córregos paredões, mirantes, proporcionando aos turistas atividades como, rapel, tirolesas e trilhas. Além disso, os visitantes podem se refrescar nas águas.

Figura 6 – cachoeiras de Taquaruçu



Taquaruçu que significa Taboca grande (origem indígena) originalmente dado ao rio que banha o local e abastece boa parte da capital Palmas. O local também conta com diversas atividades culturais como, carnaval tradicional com bonecos gigantes, feirinha de artesanato da serra, festival de circo, Festival Gastronômico entre outros.

Figura 7 – Bonecos Gigantes



Figura 8 – Festival do Circo



Figura 9 – feirinha de artesanato da serra



3.2.1. Festival Gastronômico de Taquaruçu

O Festival Gastronômico de Taquaruçu teve sua criação em 2007, com objetivo de valorizar e promover a culinária regional, foi organizado e divulgado pela Agência Municipal de Turismo.

Com dados obtidos pelo jornal Conexão do Tocantins, a Agência Municipal de Turismo as edições do Festival sempre tiveram como temática a valorização de ingredientes culinários regionais típicos tocantinenses, conforme demonstrado nas

Figuras 4 e 5 Todos os estabelecimentos e bebidas (A&B), chefes de cozinha e culinárias do município poderiam participar do evento.

Ainda segundo Conexão do Tocantins, os pratos seriam julgados por um júri especializado composto por 24 pessoas. Regras importantes foram exigidas:

- Entregar ficha técnica do prato e da inscrição preenchidas e assinadas;
- Declaração de capacidade técnica e de produção dos pratos.

Os inscritos tiveram que participar do curso de higiene pessoal e manipulação de alimentos, oferecido pelo SESC. (Conexão Tocantins, 2013).

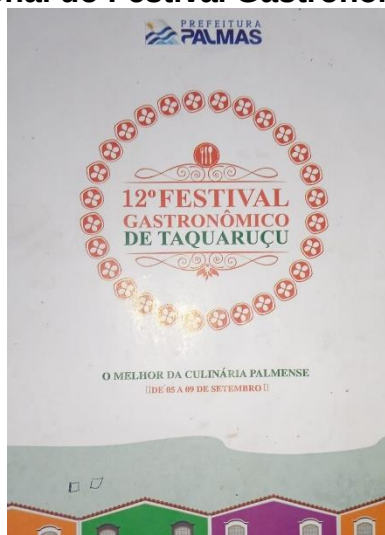
O evento é uma realização da Prefeitura de Palmas, TO. O local do evento é o Parque vereador Tarcísio machado To-030, apresentado na Figura 3

Figura 10 – circuito do Festival Gastronômico de Taquaruçu, no Parque Tarcísio machado



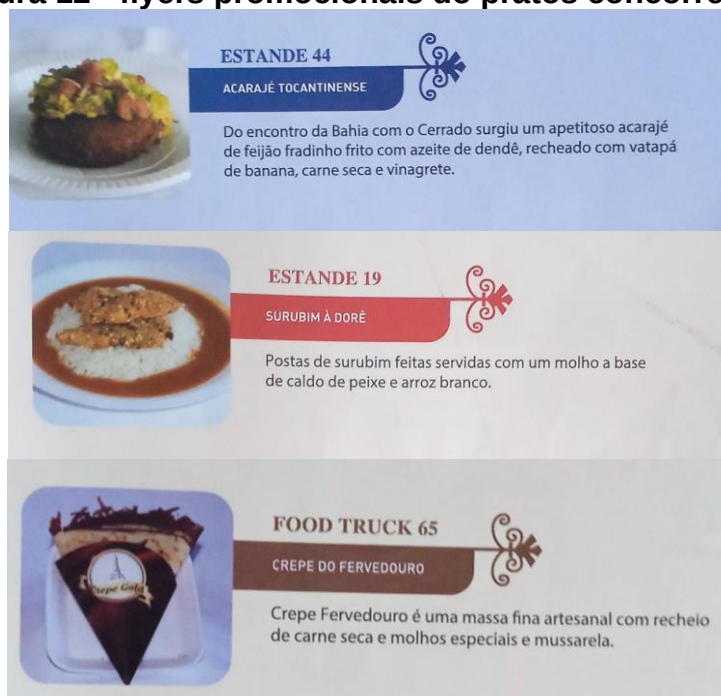
Fonte: PMP (2019)

Figura 11 - Cartaz promocional do Festival Gastronômico de Taquaruçu



Fonte: PMP (2019)

Figura 12 - flyers promocionais do pratos concorrentes



A última edição ocorreu neste mês de outubro de 2021, que, conforme o jornal de Tocantins (2021) arrecadou entorno de R\$ 2 milhões e foi a primeira no pós-pandemia



2 milhões

Faturamento das barracas, rota gastronômica, food truck e ambulantes alcançou R\$ 1 milhão

02/11/2021 - 15:02



(Foto: Luciana Pires/Secom Palmas)



4. Resultado da pesquisa

Qual o perfil dos pratos vencedores do festival gastronômico de Taquaruçu das 5 últimas edições? Para a resposta dessa pergunta foram relacionados alimentos utilizados na confecção dos pratos, conforme demonstrado no quadro 1, com isso identificou se o uso contínuo de alguns alimentos. Esse perfil poderia Ser visto como uma característica da identidade de uma culinária típica de Palmas e assim ser utilizado como símbolos turísticos? Observou-se o uso de 5 alimentos mais utilizados na elaboração dos pratos a maioria deles da própria região como o coco babaçu a carne de sol, o peixe pirarucu que é típico da região norte, a mandioca e a banana da terra bem comum território brasileiro, todos esses alimentos podem tornasse símbolos e posteriormente serem utilizados na promoção do turismo local.

Com base nos resultados obtidos nas fichas técnicas, foram identificados cinco alimentos que foram mais utilizados nos pratos, lembrando que a análise foi feita com base nos pratos vencedores das cinco últimas edições do Festival Gastronômico de Taquaruçu.

Para efeito de comparação, relacionamos também os vencedores de 2017:



'Filho de Pindarô' venceu na categoria 'Comidinhas salgadas' — Foto: Secom/Divulgação



O 'Tocantinense' foi com o título entre os 'Food Trucks' — Foto: Secom/Divulgação



'Geladinho caipira' levou a melhor nos 'Pratos doces' — Foto: Secom/Divulgação



A 'Lasanha Boa Massa' foi considerada o melhor 'Prato salgado' — Foto: Secom/Divulgação

De 2018:



Sobremesa Regional ficou em primeiro lugar — Foto: Reprodução/TV Anhanguera

Entre as sobremesas, o Regional foi a melhor e superou as 10 que estavam na disputa. "O Regional é um doce de buriti



Crepe Fervedouro venceu na categoria food trucks — Foto: Reprodução/TV Anhanguera



Crepe Fervedouro venceu na categoria food trucks — Foto: Reprodução/TV Anhanguera



Surubim à Dorê vence na categoria prato salgado — Foto: Reprodução/TV Anhanguera

De 2019:

Pratos Salgados

- 1º lugar: Arrumado da help - Maria do Socorro Nascimento
- 2º lugar: Nhoque tocantinense - Débora Lima Oliveira
- 3º lugar: Surubim no espeto - Jandira Aires Leite Marques



Torta de banana com babaçu venceu o 1º lugar na categoria Prato Doce — Foto: Divulgação/Prefeitura de Palmas

Prato Doce

- 1º lugar: Torta de banana com babaçu - Vera Lúcia
- 2º lugar: Cocada de tabuleiro - Simone Reis da Silva
- 3º lugar: Brownie da Lis - Laís Benício Martins



Buraco Negro ficou em 1º lugar na categoria Comidinhas Salgadas — Foto: Divulgação/Prefeitura de Palmas

Comidinha Salgada

- 1º lugar: Buraco negro - Ana Paula de Oliveira
- 2º lugar: Taboquinha surpresa - Maria José Fernandes
- 3º lugar: Cestinha de mandioca - Glácia Maria Benati



Cajueira Burguer venceu na categoria Food Trucks — Foto: Divulgação/Prefeitura de Palmas

Food Trucks

- 1º lugar: Cajueira Burguer - Luiz Felipe Haddad
- 2º lugar: Big Max - Jairo Mesquita Souza
- 3º lugar: Panqueca ouro do cerrado - Suzana Lima



Maria Isabel de Pirarucu venceu na categoria Restaurantes e Empreendimentos — Foto: Divulgação/Prefeitura de Palmas

Os ganhadores em 2020:

Prato Salgado

Prato/Proposta:

1º Lugar: Helaisy Aguiar Costa Martins
Pirarucu à Lagareiro

2º Lugar: Debora Almeida Lima Oliveira
TBÊ SDAKROWA – Peixe do SOL

3º Lugar: Mateus Almeida Lima
Caoipira do Cerrado

Prato Doce

Prato/Proposta:

1º Lugar: Tiago Rodrigues da Costa
Cake Broca do Toca

2º Lugar: Marina Rускаia Ferreira Bucar
Torta Bananaru

3º Lugar: Carolina Almeida
Babarú

Comidinha Salgada

Prato/Proposta:

1º Lugar: Andressa Theodoro da Silva
Enfornado de Mandioca Chambari e Caju

2º Lugar: Julyane Cabral da Costa
Tostada com Coalhada de Castanha

3º Lugar: Daniele da Silva Porto
Jacajá

Rota Gastronômica

Prato/Proposta:

1º Lugar: Paes e Delicias A
França Pede Licença ao Tocantins

2º Lugar: Vilas dos Sabores
Picolé de Costela

3º Lugar: Celia's Restaurante
Arrumadinho do Sertão

Food Truck

Prato/Proposta:

1º Lugar: Jairo de Mesquita de Sousa
Segredo Burger

2º Lugar: Suzana Lima Martins
Crepe de Ouro Tocantinense

3º Lugar: Aparecido dos Santos da
Conceição Miracaxi

Fonte: Secom Palmas

Rota Gastronômica

Prato/Proposta:

1º Lugar: Paes e Delicias
França Pede Licença ao Tocantins

2º Lugar: Vilas dos Sabores
Picolé de Costela

3º Lugar: Celia's Restaurante
Arrumadinho do Sertão



10/10/2020 11h55

Fotos: Prefeitura de Palmas/Divulgação



Mesquita de Sousa, com seu 'Segredo Burger'.

Divulgação Prefeitura de Palmas

E, na última edição, em outubro de 2021

Categoria Pratos Salgados:

- 1º Lugar: Chambalone.
- 2º Lugar: Favinha do Norte.
- 3º Lugar: Carne de Sol na Jerimum.

Categoria Comidinhas Salgadas:

- 1º Lugar: Pastel Trio Serra
- 2º Lugar: Chambatoca
- 3º Lugar: Oxe My Dog

Categoria Pratos Doces:

- 1º Lugar: Cake Tocantinense
- 2º Lugar: Delirium do Cerrado
- 3º Lugar: Torta Chocobarú

Categoria Food Truck:

- 1º Lugar: Vulcão Tocantinense
- 2º Lugar: Miozin
- 3º Lugar: Panqueca Porquinho de Ouro

Categoria Rota Gastronômica

- 1º lugar - Tatacajú - Pousada Casa das Flores
- 2º lugar - Frango ao Creme de Pequi com Crosta de Babaçú - Mandala
- 3º lugar - Tem Cupim na Mandioca - Vila dos Sabores



Vulcão Tocantinense, vencedor da categoria Food Truck do FGT — Foto: Reprodução/TV Anhaguera



Chambalone venceu na categoria Prato Salgado — Foto: Reprodução/TV Anhaguera



Vencedores das categorias do Festival Gastronômico — Foto: Prefeitura de Palmas/Divulgação

O período de investigação foi das edições 2017 a 2021. E, conforme demonstrado no Quadro 1, que identifica a incidência do uso de insumos nos pratos típicos que concorreram (e ganharam) as edições do festival gastronômico, se evidenciou o uso costumeiro da mandioca, da banana da Terra, do Pirarucu (peixe), coco babaçu e carne de sol.

Quadro 1 – incidência de insumos na confecção de pratos típicos

Alimentos	Edições X Ocorrência					Total de Ocorrências
	2017	2018	2019	2020	2021	
Mandioca		X	X	X	X	4
Buriti		X				1
Abobora	X					1
Banana da terra	X	X	X	X	X	5
Caju			X		X	2
Pirarucu	X		X	X		3
Carne de sol	X	X	X	X	X	5
Coco babaçu	X	X	X			3
Surubim		X	X			2
Abacaxi	X					1
Chambari				X	X	2
Baru	X				X	2

Fonte: autora, (2021).

Cada alimento tem a sua importância cultural, como a mandioca que é de origem indígena utilizada em todas as partes do Brasil com diferentes nomes.

A Banana da Terra (Figura 13) com origem africana também é um alimento bastante conhecido e bem cultivado em diversas partes do Brasil. Segundo dados do IBGE (2018) é a segunda fruta mais cultivada no Tocantins.

Esse tipo de bananeira possui características peculiares, de frutos grandes, seus bananais tem vida curta (Moreira, 1999, apud Faria, 2010). No Norte e Nordeste onde se concentram a maior parte dos plantios, esse tipo de cultura contribui bastante para a economia local das áreas carentes do semiárido.

Figura 13 – Banana da Terra



Fonte: Hortifruti Faraon (2020)

Já, o Pirarucu (Figura 14), também é um alimento bem conhecido da Região Norte, por ser oriundo de rios e lagos é fácil ser encontrado.

Figura 14 – Peixe Pirarucu



Fonte: Amazonas Atual (2021)

Por sua vez, a carne de sol (Figura 15) é típica do Nordeste Brasileiro, mas bastante utilizado pelos tocantinenses, bastante influenciados pela forte migração nordestina para a região.

Conhecida também como carne de vento, carne de sereno, carne do sertão, carne-seca, carne de viagem e carne de paçoca. Essa diferença de nomes é devido a forma como ela é preparada, ela é típica do norte e nordeste e de minas gerais, sempre manipulada de forma artesanal (com adição de sal) fazendo com que seja desidratada, também é exposta ao sol e ao vento, tanto nas horas diurnas ou noturnas. (Nóbrega e Schneider, 1983)

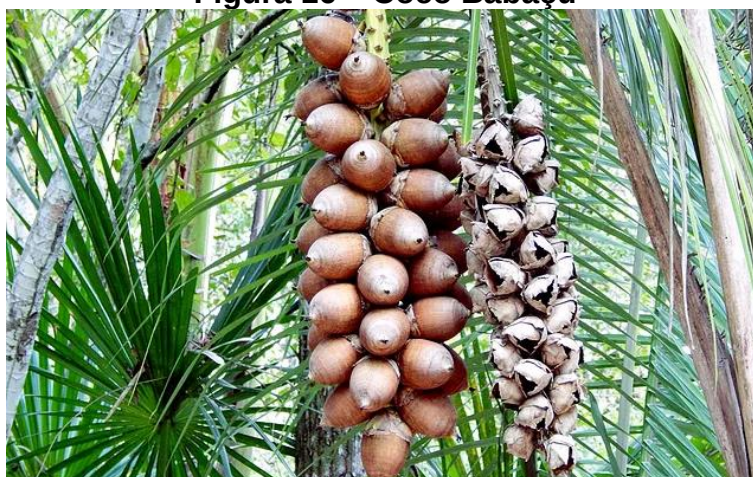
Figura 15 – Carne de Sol



Fonte: Guia da culinária (2018)

O coco babaçu (Figura 16) é um alimento bastante utilizado no Tocantins. Em outros três Estados a principal forma de uso é o seu óleo.

Figura 16 – Coco Babaçu



Fonte: Tobasa (2021)

O Festival Gastronômico começou bem pequeno no seu início apenas com 2 chefes e hoje é um dos principais eventos do Tocantins e da região norte, só demonstra o quão grande é o valor da gastronomia capaz de atrair milhares de pessoas e fazer com que um alimento tão fácil de achar se é capaz de se transformar em um ícone da gastronomia, um símbolo gastronômico.

Todos esses alimentos caracterizados possuem um grande valor cultural, já que alguns deles trazidos pelos primeiros moradores vindos da região nordeste, isso agrega valor histórico e cultural e aos poucos vamos montando um quebra cabeça de uma culinária local.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Resgatando a pergunta norteadora: é possível com base nessa pesquisa transformar alguns desses alimentos em símbolos gastronômicos?

Essa pesquisa, sem a intenção de esgotar as possibilidades de investigação, sugere a valorização da culinária local, observando que, os alimentos utilizados para elaboração dos pratos são bem típicos da região.

Porém, o que se esperava, de um lugar de destaque para o chambari, por exemplo, reconhecidamente típico local, se observou que deixou de ser apontado como unanimidade entre os concorrentes (e vencedores) do Festival.

O chambari que é um alimento bem típico da região inclusive, é patrimônio cultural e gastronômico do Tocantins. Tem-se também a buchada que é típica da região e também patrimônio cultural. Vale lembrar também que o festival começou pequeno e hoje é um dos principais festivais da região norte, sendo assim com o tempo a culinária vai se modificando juntamente com a vontade de trazer novidades e com isso também descobrir novas iguarias, a gastronomia é a arte de se reinventar.

É interessante a busca por mais pratos típicos e um maior reconhecimento de elementos que representem o Estado do Tocantins, ajudando a promove-lo por um atrativo muito procurado: a gastronomia local.

Porém, é claro que é fundamental que a culinária já consagrada não deixe de ser valorizada e que, com a magia da gastronomia que acaba sendo algo mais profundo e refinado não se perca a essência daquela localidade. Sendo assim, os pratos que foram mais identificados na pesquisa, por sua vez, podem sim serem utilizados como símbolos gastronômicos, mesmo não sendo típicos tão somente de Palmas, mas de forma complementar aos já consagrados e tombados como patrimônios imateriais do Estado.

Pelos objetivos apresentados, que é a busca por símbolos gastronômicos para a estratégia de marketing, pode-se concluir que o festival é relevante e estratégico. Tanto na confecção dos pratos quanto na elaboração e apresentação dos mesmos, vimos que tais alimentos que foram utilizados na confecção desses pratos ao longo desses anos, são todos importantes e servirão para completar na estratégia de marketing que foca nos patrimônios imateriais (destacando a importância da gastronomia e produção do agronegócio local).

Tendo em vista que o festival recebe todos os anos milhares de pessoas, e isso contribui para o marketing da localidade, também incentiva o empreendedorismo, que remete, por obviedade, ao contexto de promoção possível (e necessária) da capital tocantinense por meio de sua gastronomia, mas também pelos tipos de insumos que produz. Sendo assim os objetivos da pesquisa foram alcançados e espera-se que com essa pesquisa, possa contribuir para que a gastronomia local de Palmas possa ser cada vez mais conhecida, gerando fluxo turístico, entrada de divisas, aumento da oferta de trabalho e enriquecimento da comunidade, bem-estar social e dignidade à população local.

Portanto essa pesquisa pode ser de grande valor social e econômico, já que se for utilizada posteriormente juntamente com a academia, empresários do ramo chefs etc. Para a promoção turística desses símbolos, e quanto mais pesquisas daquela localidade mais olhares e valores serão agregados.

REFERÊNCIA

AGÊNCIA DE TURISMO. **Valorização da cultura regional e predominante no Festival Gastronômico de Taquaruçu**. Disponível em <www.palmas.to.gov.br/secretaria/agencia-de-turismo/noticia/1508676/valorizacao-da-cultura-regional-e-predominante-no-festivalgastronomico-de-taquarucu>. Acessado em 2021.

BARCZSZ, Débora Silvestre E AMARAL, Francielly F Azarias. Revista Eletrônica Patrimônio: Lazer & Turismo-ISSN, 700X, **1806 Turismo gastronômico: a percepção do turista na 18ª festa nacional do carneiro no buraco de campo mourão estado do Paraná**.

CASCUDO, L. C. **História da alimentação no Brasil**. São Paulo: Global. 2004.

CH TONG, **Pastel de Nata – Marco da Gastronomia de Macau** disponível: <http://hdl.handle.net/1822/56209>, 2017.

CUNHA, S; CAMPOS, M.R. **O Turismo de Culinária e os Alimentos com História como Produto Turístico**. EXEDRA. Disponível em < www.exedrajournal.com> acesso em 09/12/2021.

FAGLIARI, Gabriela Scuta. **Sinais e Símbolos** Turísticos / São Paulo : Roca, 2003.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA, portal da educação,31/012013. Disponível em <https://siteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/fundamentacao-teorica/31156>

GARBIN, Ramon Figueira. **Turismo cervejeiro: a cerveja artesanal brasileira**. 2017. 134 f., il. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em <http://repositorio.unb.br/handle/10482/23705>

KRIPKA, R. M. L.; SCHELLER, M.; BONOTO, D. L; **Pesquisa Documental: considerações sobre conceitos e características na Pesquisa Qualitativa. Investigação Qualitativa em Educação**. v. 2. 2015.

CANAL RURAL. **Lei garante título a capital nacional do churrasco a cidade do RS, Canal rural, RS, 4/13/2021**. Disponível em <https://www.canalrural-com-br.cdn.ampproject.org/v/s/www.canalrural.com.br/noticias/lei-garante-titulo-de->

MACIEL, M.E. **Uma cozinha à brasileira. Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, nº 33, p.25-39, janeiro/junho. 2004.

SANTOS, Franksley Gomes dos; e BASTOS, Sênia. **O Papel do Festival Gastronômico de Taquaruçu na definição da gastronomia de Tocantins/TO**. Tur, Visão e Ação [online]. 2016, vol.18, n.3 [citado 2019-03-26], pp.611-632. Disponível em: <<http://www.revtur.org/scielo.php>>.

SANTOS, N.; CRAVIDÃO, F. **Gastronomia e Vinhos - Do turismo de experiência à experiência pelo turismo**. Coimbra: Cegot-Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território/ Edições Minerva Coimbra. 2015.

SHUSTER, DIAS. **A mensuração de personalidade turística e sua aplicação na prática dos agentes de marketing turístico institucional e social no Brasil.** Disponível <https://doi.org/10.14210/rtva.v21n3.p352-372>

G1 GLOBO. **Símbolos da cidade, baianos fazem viagens pelas tradições de Salvador**, G1 globo, Salvador, 29/03/2012 . Disponível em <http://m.g1.globo.com/bahia/noticia/2012/03/simbolos-da-cidade-baianos-fazem-viagem-pelas-tradicoes-de-salvador.html>

ZARDO, Eduardo Flávio. **Turismo e alimentação: análises introdutórias** / - São Paulo: Roca, 2005.