

A fabricação de doces artesanais enquanto atrativo para o turismo criativo: o caso de São Bartolomeu, Ouro Preto, Minas Gerais¹

DOI: 10.2436/20.8070.01.111

Narayhane Oliveira Gonzaga Delabrida

Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Ouro Preto, MG, Brasil

E-mail: narayhane@gmail.com

Alissandra Nazareth de Carvalho

Doutora em Geografia pela UNESP Rio Claro, SP, Brasil

Vice-diretora da Escola de Direito, Turismo e Museologia da Universidade Federal de Ouro Preto, MG, Brasil

E-mail: alissandra@ufop.edu.br

Resumo

O crescente interesse dos turistas por uma nova forma de descobrir e experimentar diferentes culturas vem compondo discussões acerca do turismo criativo e suas possibilidades de influenciar pequenas localidades. Tais reflexões giram em torno de evidenciar o protagonismo da população local por meio de experiências genuínas, reverenciando o patrimônio imaterial. Nesse contexto encontra-se São Bartolomeu, distrito rural de Ouro Preto, Minas Gerais, cuja produção de doces artesanais existe tradicionalmente há cerca de 200 anos. Essa arte do saber-fazer doces da localidade vem sendo transmitida de geração em geração até os dias de hoje, sendo registrada como Bem Imaterial Municipal de Ouro Preto. Após este registro, o distrito vem ganhando visibilidade turística através dos eventos gastronômicos, tendo como elemento protagonista o doce da goiabada cascão. Diante desse contexto, o presente trabalho tem como objetivo discutir possibilidades de manifestação do turismo criativo enquanto atrativo em São Bartolomeu tendo como símbolo principal a fabricação de doces artesanais. Metodologicamente, o trabalho se caracteriza como descritivo-exploratório, juntamente à realização de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. Levantou-se, portanto, discussões sobre o turismo gastronômico como propulsor do turismo criativo em pequenas localidades, a preservação da cultura, do patrimônio local e do ambiente rural. Foi possível identificar que São Bartolomeu tem forte potencial para o desenvolvimento e aprofundamento do turismo criativo por meio da gastronomia local, embora o fluxo turístico ainda mereça ser ampliado.

¹O presente trabalho foi submetido ao evento CREATOUR 2018, realizado nos dias 07 e 08 de junho na Universidade do Minho em Braga, Portugal.

Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR, Penedo, Volume 8, Número 2, dez. 2018, p. 250-269.

<http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>

Palavras-chave: Turismo Criativo. Gastronomia. Hospitalidade. Minas Gerais. Pequenas Localidades.

1 INTRODUÇÃO

O Turismo Criativo vem sendo considerado como uma nova maneira de se enxergar a atividade turística, o que potencializa e dá mais enfoque à experiência do turista, implicando no fomento das atividades criativas, envolvendo a população local e incluindo o turista ou visitante ao cotidiano da localidade de forma espontânea e natural.

A tendência geral para a segmentação dos mercados, nos últimos anos, favoreceu o aparecimento de um novo perfil de turista, mais atraído pelas especificidades e setores concretos dos locais de destino do que pelos aspectos mais generalistas. O turista criativo é tendencialmente exigente, sendo que, a singularidade das experiências propostas determinará em larga escala a eleição do seu destino (RICHARDS, 2011).

Dentro desse universo de possibilidades do turismo criativo, a alimentação se constitui em um elemento simbólico e muito representativo para a atividade. Conforme afirma Fagliari (2005, p.24), “o alimento é um dos elementos essenciais da experiência turística, podendo tanto satisfazer necessidades biológicas quanto ser visto como um atrativo pelos turistas”. Desta forma, esse trabalho consiste na discussão acerca da fabricação de doces artesanais enquanto atrativo para o turismo criativo, tendo como objeto de estudo São Bartolomeu, distrito de Ouro Preto/MG.

O interesse pela investigação do tema surgiu pela admiração das autoras pela gastronomia brasileira e o crescente interesse pela temática do Turismo Criativo. A escolha por São Bartolomeu, distrito de Ouro Preto/MG se deu por suas peculiaridades gastronômicas, tal qual o doce de goiabada cascão, e pela hospitalidade e cordialidade dos moradores do referido distrito. A hospitalidade mineira é estudada por Silva e Brusadin (2016), sendo que estes autores identificam os mineiros como dotados de algumas características de acolhimento que lhe atribuem o título de população afável e hospitaleira. Ademais, a cordialidade brasileira é retratada por Holanda (1995) como uma virtude elogiada por estrangeiros, como um traço definido do caráter brasileiro.

Nesse contexto, este projeto foi desenvolvido pela inquietação em aprofundar pesquisas que contribuam com o turismo local, acreditando no potencial turístico por meio da atividade criativa e no valor cultural através da gastronomia. Busca-se compreender questões como, por exemplo, sendo fato que São Bartolomeu tem a gastronomia local como parte da história, será que esse fator influência na atividade turística? Quais mecanismos poderiam ser explorados para potencializar o turismo gastronômico local? Como o Turismo Criativo poderia dar outra visibilidade à São Bartolomeu e como este poderia ser trabalhado?

Na revisão de literatura apresentou-se, em primeiro momento, a gastronomia e sua relação com o turismo, evidenciando as formas nas quais essa relação se torna possível, além de apresentar abordagens de estudo dessa relação, sendo elas: a gastronomia como o principal atrativo turístico e a gastronomia como elemento complementar à atividade turística, que se relaciona ao turismo rural, ao turismo cultural e ao turismo industrial. Apresentou-se também uma revisão acerca do Turismo Criativo, seus principais objetivos, vantagens e ocorrências.

Considerações como as colocadas por Schlüter (2003), sobre a gastronomia estar

assumindo cada vez maior importância como um produto para o turismo cultural e potencialmente criativo, suscita-nos a questão: como, então, explorar essa modalidade em pequenas localidades de maneira que haja valorização da cultura local?

A experiência das autoras desta pesquisa enquanto espectadoras dos festivais gastronômicos gerou várias indagações sobre a relação deste evento com o turismo. Como, por exemplo: é possível um evento gastronômico contribuir para uma experiência diferenciada para os turistas de uma determinada localidade? Como atingir essa experiência peculiar por meio do turismo criativo?

Com isso, ainda na revisão de literatura, destaca-se os eventos gastronômicos como diferencial para o destino turístico, buscando responder as perguntas citadas acima. Juntamente a uma breve contextualização de São Bartolomeu, distrito de Ouro Preto/MG, apresentou-se a produção de doces artesanais com parte da sua história local há mais de duzentos anos.

Dentro desse contexto, portanto, o presente trabalho teve como objetivo discutir possibilidades de desenvolvimento da relação entre o turismo criativo e a gastronomia em São Bartolomeu, distrito de Ouro Preto/MG, contextualizando a temática da gastronomia e suas interfaces com a atividade turística; verificando se a gastronomia local influencia na atividade turística e gera um turismo criativo; identificando as percepções e perspectivas dos participantes no “III Encontro de Tradições Culinárias” e propondo melhorias nos aspectos analisados afim de impulsionar o fluxo turístico local após reflexões.

Em termos metodológicos, esta pesquisa se caracterizou como descritivo-exploratória, por buscar relacionar a temática do turismo gastronômico com o processo de planejamento para atividade turística, associado ao turismo criativo, utilizando pesquisa bibliográfica e trabalho de campo, com aplicação de questionários e entrevistas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A Gastronomia e sua Relação com o Turismo

Alimentar-se é um ato natural do ser humano, um processo que é necessário para a sobrevivência. Para Cascudo (2004, p.66) o ato de alimentar-se, “transcende o próprio imediatismo fisiológico da nutrição”, mas vale ressaltar que isso ocorre em sociedades não miseráveis.

Segundo Franco (2004, p. 261), “a culinária não é estática. A história da sua evolução difere segundo áreas geográficas, às épocas e às variações climáticas”. Com isso, cada região desenvolveu uma identidade gastronômica distinta, com costumes, tradições e hábitos alimentares diferentes uns dos outros. Portanto, o alimento não pode ser considerado como algo que apenas serve para saciar a fome, mas conforme ressalta Schlüter (2003), em algo que:

(...) tem um significado simbólico em uma determinada sociedade. Partindo de elementos similares, distintas culturas preparam sua alimentação de diversas formas. Essa variedade na preparação dos pratos está condicionada pelos valores culturais e códigos sociais a partir dos quais as pessoas se desenvolvem. (SCHLÜTER, 2003, p.16).

As pessoas buscam por novas oportunidades de conhecimentos, agregado a novos sabores, vivenciando a cultura e a gastronomia com o intuito de conhecer determinado local (FURTADO, 2004). Desta forma, a gastronomia tem influenciado de maneira significativa, em alguns países, a escolha pelo destino turístico. Por exemplo, a França, pela tradição de queijos e vinhos; o México por seus temperos marcantes; o Chile por suas diversas vinícolas; a China pelo exotismo; Portugal pela tradição do azeite e pescado, entre outros.

De acordo com Gimenes (2006), a gastronomia:

(...) merece destaque não apenas por constituir um bem cultural que deve ser valorizado como os demais, mas principalmente – aqui sob a ótica do turismo – por proporcionar um importante ponto de contato do turista com a realidade visitada, proporcionando, no sentido figurado e literal, uma degustação dos ritos, valores e tradições locais. (GIMENES, 2006, p.12)

No Brasil é possível mostrar as particularidades gastronômicas por regiões. De acordo com Gimenes-Minasse (2014, p.10) além da feijoada, principal referência da gastronomia nacional, destaca-se: “no sul o Churrasco e o Barreado; no sudeste, a Moqueca capixaba, o Tutu de feijão e o Azul Marinho; no nordeste, o Arroz de Cuxá, a Moqueca baiana, o Sarapatel; no norte, o Tacacá; no centro-oeste, o Caldinho de Piranha e o Arroz com Pequi”. São muitos sabores e técnicas que se diferenciam de região para região, onde cada uma tem suas tradições que precisam ser valorizadas. Em Minas Gerais, por exemplo, conforme Frieiro (1982, p.220), “o tutu de feijão com torresmos, o lombo de porco assado com couve e a galinha ao molho pardo com angu e quiabo, mesmo sem serem exclusivos da região, são pratos considerados mineiros”, pela forma em que são preparados.

Para a autora Gimenes (2009, p.485), o turismo gastronômico consiste em uma modalidade do turismo cultural, pois “a motivação central reside no interesse pelos hábitos alimentares e pelas manifestações relacionadas”. Em conformidade com Gimenes, para Corner (2006, p.02), a gastronomia “é símbolo cultural, é memória, e principalmente patrimônio cultural de qualquer grupo social. A simbologia dos alimentos exerce uma influência ao homem, podendo constituir-se em importante elemento que revela identidades e ajuda a entender a cultura de um povo”.

Nota-se que a identidade gastronômica das regiões serve como um fator de diferenciação cultural, na qual apenas a comunidade local é capaz de expressar. Para Schlüter (2003), representa:

(...) uma construção simbólica, uma forma de classificação que cria uma posse. As posições diferentes produzem percepções distintas da realidade e outros valores pelos quais aparecem as disputas simbólicas entre os diferentes setores para impor sentidos, valores e fronteiras entre uns e outros. (SCHLÜTER, 2003, p.32)

Observa-se também, de acordo com Ferro (2013, p.44), “o encaixe da gastronomia e suas extensões como patrimônio cultural, devido às suas propriedades de conexão com a formação histórica do indivíduo, sua cultura, socialização e as

características do ambiente na qual foi formada”. Em razão de a gastronomia resgatar tradições e costumes, ela precisa ser preservada e valorizada. Conforme Muller *et al* (2010, p.04), “os modos alimentares articulam com outras dimensões sociais e com a identidade. O valor cultural do ato e do modo alimentar é cada vez mais entendido enquanto patrimônio, pois a comida é tradutora de povos, nações, civilizações, grupos étnicos, comunidades e famílias”.

Diante do exposto, é possível notar a gastronomia como um segmento do turismo cultural podendo se desenvolver cada vez mais, de maneira que o atrativo turístico seja reconhecido através da valorização e proteção. Porém, esse desenvolvimento deve ocorrer de uma maneira na qual a comunidade local esteja inserida.

2.2 A Gastronomia como Experiência Turística em Pequenas Localidades: pensando um Turismo Criativo para São Bartolomeu

Diante da competitividade no mercado turístico, os destinos têm investido no turismo cultural como forma de diferenciação e diversificação na sua oferta turística (GÂNDARA, 2009).

Conforme Beni (1998, p.271), entende-se como atrativo turístico “todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los”. Isto significa que o atrativo está relacionado a algo que chama a atenção, que segundo Gregson (2005, p.41), “faz com que a percepção das pessoas seja aguçada, criando vontade de contemplação, de contato, de aproximação, do convívio e, se possível, de interação”. Constata-se, diante disso, que os eventos gastronômicos podem ser considerados como atrativo turístico para a região, já que atrai pessoas e oferece a gastronomia como algo a mais.

Para Gândara (2009, p.181), “o turismo gastronômico pode ser operacionalizado a partir de atrativos como a culinária regional, eventos gastronômicos e oferta de estabelecimentos de alimentos e bebidas diferenciados, bem como roteiros, rotas e circuitos gastronômicos”, ou seja, a gastronomia e suas atividades relacionadas tornaram-se uma peça fundamental dentro da atividade turística.

Em Minas Gerais, esses eventos gastronômicos acontecem ao longo do ano e em várias cidades mineiras. Entre os festivais, pode-se citar o Festival Comida di Buteco em Belo Horizonte; o Festival de Cultura e Gastronomia em Tiradentes; o Festival Diamantina Gourmet; o Festival do Queijo Canastra; o Festival da Quitanda em Congonhas; o Festival da Jabuticaba em Sabará; o Festival Boa Mesa em Caxambu; a Fenamilho em Patos de Minas, etc. Além disso, há festas como por exemplo: a Festa do Café com biscoito em São Tiago; a Festa do Rocambole em Lagoa Dourada; a Festa do Pé de Moleque em Piranguinho; a Festa do Pastel de Angu em Itabirito, entre outras.

Recentemente, nota-se um aumento de festas relacionadas à bebida, como a produção de cervejas artesanais, da cachaça e do vinho em Minas Gerais, tendo como exemplos a Expo-cachaça em Belo Horizonte; o Uaiktoberfest em Nova Lima; a Festa do Vinho em Catas Altas e o Oubier Fest em Ouro Preto.

Para Fagliari (2005, p.156), “as festas acontecem com o intuito de incrementar a demanda, promover um prato ou gênero alimentício específico e /ou diversificar a oferta turística da localidade, (...) tendo como objetivo principal incrementar a visitação a uma localidade turística”. Além disso, para Gândara (2009), o turismo gastronômico:

Ao considerar tanto a identidade cultural como um atrativo turístico quanto a perspectiva do consumo simbólico, estará aproveitando oportunidade para desenvolver destinos e produtos capazes de valorizar suas características culturais e atender a uma demanda específica em crescimento. (GÂNDARA, 2009, p.191)

É possível, portanto, notar relações entre a criatividade e o turismo. De início, este relacionamento surgiu através de um nicho de mercado reduzido às artes e aos produtos artesanais e, em seguida, surgiu enquanto um fenômeno mais amplo, englobando uma ampla gama de atividades de turismo (RICHARDS, 2011).

É sobretudo em 2006, após a primeira conferência Internacional organizada em Santa Fé pela UNESCO, centrada no tema do turismo criativo como programa pioneiro do turismo sustentável e criativo, que tem início a grande investigação sobre o turismo criativo, segundo Richards (2011).

Dessa forma, o conceito de turismo criativo expande-se como um todo, “provocando uma mudança de modelos convencionais de heranças baseadas no turismo cultural para novos modelos de turismo criativo centrado na criatividade contemporânea, inovação e conteúdo intangível” (ORGANISATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT [OECD], 2014, p.7). A principal diferença entre o turismo cultural e o turismo criativo reside na diferente utilização de recursos que esses tipos de turismo utilizam e na motivação que os turistas manifestam para participar nas atividades (GORDIN e MATETSKAYA, 2012).

O turismo criativo foi definido como sendo um tipo de turismo que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo através de uma participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem que são característicos do destino de férias onde estas são realizadas (RICHARDS e RAYMOND, 2000). É neste aspeto que o turismo criativo se coloca como a próxima geração de turismo cultural, satisfazendo a necessidade de auto realização com foco principal no desenvolvimento de habilidades ativas.

Em suma, o turismo criativo é um desenvolvimento, uma inovação, um novo conceito que oferece uma alternativa ao turismo cultural.

Segundo Richards (2011), a criatividade é importante no turismo porque responde a uma necessidade de desenvolvimento pessoal que leva a uma ‘atmosfera’ única e a uma ligação privilegiada entre a cultura das populações de acolhimento e os visitantes, além de combater a reprodução massiva da cultura. Da mesma forma, a criatividade tornou-se uma estratégia importante para desenvolver um território, quer seja ao nível nacional, regional ou local (RICHARDS e WILSON, 2006).

Essa importância explica-se por diferentes fatores: o aumento da relevância da criatividade simbólica na economia em relação aos produtos culturais, a utilização privilegiada da cultura como forma de avaliação das regiões e cidades, a necessidade de encontrar novos produtos culturais para criar distinções entre os destinos em mercados cada vez mais saturados, ou a necessidade de estruturar recursos latentes nos lugares que não têm um património forte de forma a competir (CRUZ, 2012; RICHARDS e WILSON, 2006).

Não menos importante, a criatividade assume “um papel vital enquanto elemento distintivo da experiência turística, capaz de satisfazer as expectativas de um público cada vez mais interessado em viver novas experiências relacionadas com o local e a

comunidade que visita” (CARVALHO, LIMA e KASTENHOLZ, 2014, p.636).

O interesse dos turistas criativos pela cultura em geral e a do seu destino em particular, vai mais além das visitas aos locais turísticos, já que desejam vivenciá-la e conhecer os seus protagonistas. Esta atitude influencia positivamente a autoestima da população local e é muito valorizada. Esta forma de turismo também contribui para a perpetuação e valorização de tradições, já que propõe regularmente atividades relacionadas com os costumes locais.

Há vários casos de sucessos do turismo criativo já registrados em Barcelona, Lisboa e outras grandes cidades da Europa e essa atividade responde numa primeira fase a uma necessidade do destino de se reinventar para se diferenciar num mercado saturado. As regiões e cidades usam mais a cultura para se valorizarem e, portanto, devem encontrar novos produtos culturais para criar distinções num mercado cada vez mais vasto.

No caso da destinação Ouro Preto, que é internacionalmente reconhecida turisticamente como patrimônio cultural da UNESCO desde 1980, a possibilidade de ocorrência do turismo criativo em distritos tais como São Bartolomeu, se configura em uma nova e potencial alternativa para se diversificar a atividade turística, em vista de um mercado já conhecido e muito explorado, que é Ouro Preto.

Nesse contexto surge, portanto, as iniciativas de se trabalhar o doce de goiabada cascão, bem imaterial de São Bartolomeu, enquanto alternativa para o turismo criativo, que se configura em uma oportunidade de diversificar a oferta turística da referida localidade, exaltando os recursos materiais e imateriais existentes assim como os equipamentos e o patrimônio cultural, por exemplo.

Dessa forma, para que essa arte do saber-fazer o doce de goiabada cascão se mantenha viva e resista ao tempo, alguns moradores de São Bartolomeu veem desenvolvendo eventos de cunho gastronômico, sendo eles a Festa Cultural da Goiaba e o Encontro de Tradições Culinárias.

São Bartolomeu é constituído por um pequeno conjunto arquitetônico do século XVIII e XIX, tombado pelo serviço de patrimônio municipal de Ouro Preto. Além desse conjunto arquitetônico, o distrito possui alguns bens imateriais registrados no serviço de patrimônio municipal, e dentre estes, está o modo de fazer doces artesanais (SILVA, 2016). No período colonial, São Bartolomeu servia local de produção de alimentos de subsistência para a cidade mineradora.

Além do rico patrimônio histórico, no território do distrito se encontram importantes áreas de preservação ambiental, como a APA da Cachoeira das Andorinhas e a Floresta Estadual do Uaimí, que possui uma fauna e flora diversificada, atraindo visitantes para suas cachoeiras e grutas.

A produção de doces artesanais faz parte da história do distrito há mais de duzentos anos, conhecido pela tradição em produzir doces de maneira artesanal, que vem repassando esse saber-fazer em várias gerações. A produção é organizada por núcleos familiares, onde toda a família se divide nas etapas no processo de produção. A produção de doces artesanais de frutas é mais uma das marcas do lugar e se caracteriza por elementos fundamentais: ela é tradicional, artesanal, está associada ao modo de viver da comunidade local sendo, inclusive, geradora da sua principal fonte de renda e tem, como produtor, o núcleo familiar.

De acordo com o Instituto Estrada Real (2016), “a fartura de frutas no distrito levou os seus moradores à produção de doces caseiros, tradição reconhecida na região”.

Antigamente em São Bartolomeu, o doce mais famoso era a marmelada. Todavia, esse doce deixou de ser produzido no local devido a adversidades naturais, passando a ocupar lugar de destaque a goiabada cascão (CASTRO *et al.*, 2012).

Diante das características peculiares e, por fazer parte da cultura do distrito, a Produção Artesanal de Doces foi levada ao reconhecimento, ganhando o registro de Bem Imaterial Municipal no Programa de Patrimônio Municipal de Ouro Preto, de acordo com o Decreto nº 1096, de 15 de abril de 2008, passo importante para a visibilidade ao saber-fazer. Desse modo, pode-se considerar que o sabor dos doces artesanais de São Bartolomeu é único, resultado de sua trajetória histórica, dos instrumentos e técnicas utilizadas.

Esses eventos gastronômicos no distrito são de grande relevância para a comunidade, valorizando a cultural local e aumentando o fluxo de visitantes, que gera um crescimento significativo na comercialização dos doces, uma vez que os doces são o sustento de várias famílias, gerando um impacto significativo na economia local.

A Festa Cultural da Goiaba tem como intuito celebrar o ciclo da goiaba, desde sua colheita até a produção artesanal do doce. Sua organização é realizada pela Associação dos Doceiros e Agricultores Familiares (ADAF), com apoio da Prefeitura Municipal de Ouro Preto.

Em 2017, a festa realizou a sua 21ª edição. O evento reuniu diversas atividades, como por exemplo, shows, espetáculos teatrais, oficinas de culinária, preparação do doce de goiaba ao vivo, caminhada ecológica, além de feira de exposição de doces e artesanato local. Na feira de exposição de doces, os principais doces comercializados foram: doces de goiabada cascão, limão-rosa, laranja, cidra, figo, mamão, pêssego, jabuticaba, de leite, entre outros. Busca-se, através dessas atividades, valorizar a cultura local, mantendo viva a arte do saber fazer doces artesanais do distrito.

O Encontro de Tradições Culinárias ocorreu em apenas três edições até o momento, sendo ele um evento recente, que atrai muitos visitantes para o distrito. De acordo com diálogos informais com os organizadores dos eventos, em 2015 o evento teve uma estimativa de 1.000 visitantes e, em 2016, houve um grande crescimento, tendo uma estimativa de 2.750 visitantes. Percebe-se que, mesmo sendo um evento novo, a aderência na segunda edição duplicou em relação ao primeiro ano.

Neste evento são oferecidos mais de 15 (quinze) pratos tradicionais do distrito, e entre eles estão: bolinho de bacalhau, casulo de queijo, costelinha com ora-pro-nóbis e angu, cupim com farofa de banana da terra e bacon, dobradinha com batata, galinhada, maçã de peito ao molho rústico, músculo ao molho de vinho com purê de mandioquinha, nhoque, pastel frito, puchero à mineira, feijão tropeiro, trouxinha de couve com frango ao molho de jabuticaba, umbigo de banana com angu e carne. Além, é claro, dos doces que tem um lugar de destaque.

Em ambos os eventos, os alimentos comercializados são apenas aqueles que fazem parte da tradição local. São pratos que representam significados para o distrito e são, exclusivamente, produzidos por moradores locais ou por familiares e muito procurados, cada vez mais, por visitantes e turistas criativos, interessados em praticar a atividade de fabricação de doces caseiros por curiosidade ou pelo fato de já praticar uma atividade artística em seu local de residência e querer aperfeiçoá-la durante as suas férias.

3 METODOLOGIA

A pesquisa se caracterizou como exploratória/descritiva que, segundo Dencker (1998), “Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível envolvendo em geral um levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análise de exemplos similares” (p.124), ao passo que a pesquisa descritiva “procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variáveis, através de um levantamento que oferece uma descrição da situação no momento da pesquisa” (p.124).

A partir dessa definição, o estudo foi desenvolvido em duas etapas: pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo.

Nesta primeira etapa, a pesquisa bibliográfica foi realizada por meio de livros, artigos científicos, monografias, dissertações e teses, analisando conceitos sobre turismo criativo, cultura e gastronomia, servindo como embasamento no contexto teórico para a análise dos dados coletados, uma vez que “sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto” (Lakatos; Marconi, 1999, p.73). Os principais autores que contribuíram com o trabalho foram: Fagliari (2005), Schlüter (2003) e Gimenes (2006).

Já na segunda etapa, foi realizada a pesquisa de campo. A técnica utilizada para a coleta de dados foi pautada na observação, na participação dos festivais gastronômicos realizados no distrito de São Bartolomeu, na aplicação de questionário com os visitantes no “III Encontro de Tradições Culinárias” e em entrevistas semiestruturadas com os doceiros e um representante do setor público.

A aplicação de questionários durante o “Encontro de Tradições Culinárias” totalizou 110 (cento e dez) questionários respondidos, 03 (três) entrevistas com doceiros e 01 (uma) entrevista com a Secretaria de Turismo da Prefeitura de Ouro Preto.

Optou-se por aplicar os questionários no “Encontro de Tradições Culinárias”, pois trata-se do evento que apresenta maior número de visitantes, analisado empiricamente pelas autoras em edições anteriores. Além disso, para não comprometer a efetividade do questionário, foi realizado um pré-teste com alguns turistas em São Bartolomeu, para verificar a validade do instrumento e realizar os ajustes necessários para o instrumento de pesquisa.

A terceira edição do evento ocorreu do dia 16 de junho ao dia 18 de junho de 2017. A aplicação dos questionários aconteceu no dia 18 de junho, através de abordagem presencial, durante o período da manhã e tarde, tendo como intuito analisar o perfil dos participantes e suas percepções quanto ao evento, à cultura local e à gastronomia do distrito.

O objetivo inicial das entrevistas era alcançar: 14 (quatorze) doceiros, membros da Associação dos Doceiros e Agricultores Familiares de São Bartolomeu – ADAF, constantes no livro “Doces memórias de São Bartolomeu” e 2 (dois) representantes do setor público, sendo um membro da “Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio” e um membro da “Secretaria de Cultura e Patrimônio”, pois quando o Dossiê de Registro da Tradicional Produção de Doces Artesanais de São Bartolomeu foi desenvolvido, as duas secretarias formavam uma única secretaria. Porém, houve certa dificuldade ao entrar em contato com os respondentes, diante do desafio de encontrar a localização da residência dos doceiros na zona rural, pelo fato dos mesmos não serem adeptos aos meios de comunicação digital, e com o setor público por não responderem aos e-mails e ligações.

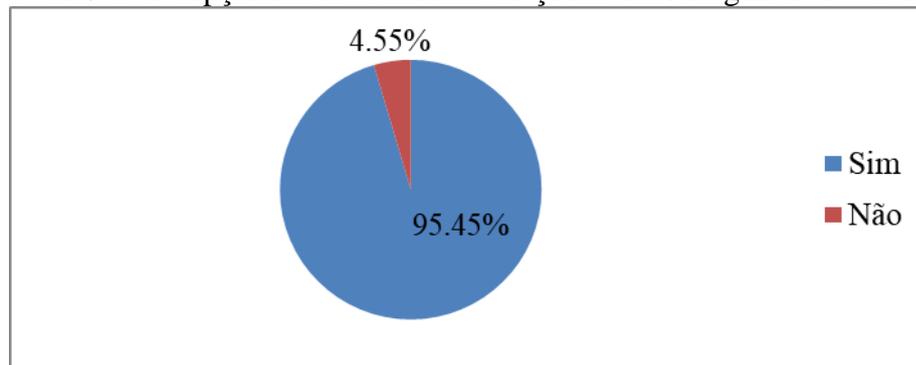
Contudo, mesmo sem alcançar todos os entrevistados desejados inicialmente, os

resultados alcançados foram satisfatórios para as análises deste trabalho, como veremos a seguir.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para iniciar a análise dos resultados, optou-se por uma pergunta realizada aos entrevistados de grande relevância para o desenvolvimento dessa pesquisa: “É possível notar através da gastronomia local, a identidade, tradições, costumes e valores de São Bartolomeu?” Para 95,45% dos visitantes entrevistados no “III Encontro de Tradições Culinárias” a resposta foi sim, é possível perceber, conforme apresentado no Gráfico 01.

Gráfico 01: Percepção da identidade e tradição através da gastronomia local.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2017.

Também para o doceiro entrevistado, Sr. Vicente Tijolo, a identidade, tradições, costumes e valores são perceptíveis através da gastronomia: “eu acredito sim porque além de ser uma tradição nossa aqui, tudo é artesanal, nós ganhamos até o título de patrimônio imaterial de Ouro Preto”. Quando indagado sobre a possibilidade de desenvolvimento do turismo criativo, Sr. Tijolo responde que acredita já praticar tal atividade por meio das oficinas de fabricação do doce no tacho para os visitantes, durante a festa e aos finais de semana, até mesmo sem saber que tal prática se denomina turismo criativo.

Interessante notar que a naturalidade com que tal atividade vem sendo desenvolvida em São Bartolomeu abre espaço para a discussão do quanto é relevante a divulgação dessa prática cultural em meio aos turistas e visitantes, pois isso fomentaria ainda mais a sustentabilidade das tradições do saber-fazer os doces caseiros por meio da realização do turismo criativo.

Conforme discutido no referencial, a gastronomia por meio da atividade do turismo criativo, é considerada como um símbolo cultural, que pode contar a história de uma localidade, mantendo viva sua memória e revelando a singularidade de um povo.

Com essas informações, constata-se que São Bartolomeu, segundo a percepção dos entrevistados, tem a gastronomia presente na sua história e na sua cultura e que, conseqüentemente, pode ter influência na atividade turística criativa local.

Verificou-se também através da Tabela 01, que os doces tradicionais do distrito se destacam de maneira significativa, mas que também existem outros pratos que fazem parte de sua história, como por exemplo, o umbigo de banana com angu e carne e o feijão tropeiro, abrindo, portanto, inúmeras possibilidades de expressão e materialização

do turismo criativo, por meio de cursos do modo de fazer, culinária e oficinas participativas.

Tabela 01: Representatividades gastronômicas do distrito.

Pratos do evento	Porcentagem
Bolinho de bacalhau	5.45 %
Casulo de Queijo	0.91 %
Costelinha com ora-pro-nóbis e angu	3.64 %
Cupim com farofa de banana da terra e bacon	0.91 %
Dobradinha com batata	0.91 %
Doces tradicionais	40 %
Galinhada	1.82 %
Maçã de peito ao molho rústico	4.55 %
Músculo ao molho de vinho com purê de mandioquinha	1.82 %
Nhoque	3.64 %
Pastel frito	0.91 %
Puchero à mineira	0.91 %
Feijão Tropeiro	9.09 %
Trouxinha de couve com frango ao molho de jabuticaba	0.91 %
Umbigo de banana com angu e carne	24.55 %

Fonte: Elaborado pelas autoras, 2017.

Também se discutiu no referencial, a importância de valorizar e preservar essa gastronomia capaz de expressar a cultura de uma determinada localidade. Diante disso, procurou-se entender, na entrevista realizada com a Secretária de Turismo, Indústria e Comércio, quais são as medidas que vem sendo tomadas atualmente com o intuito de promover e divulgar o bem cultural, com o objetivo de fomentar o turismo criativo no distrito e manter viva essa tradição. E, de acordo com Nonato, em entrevista realizada em 2017:

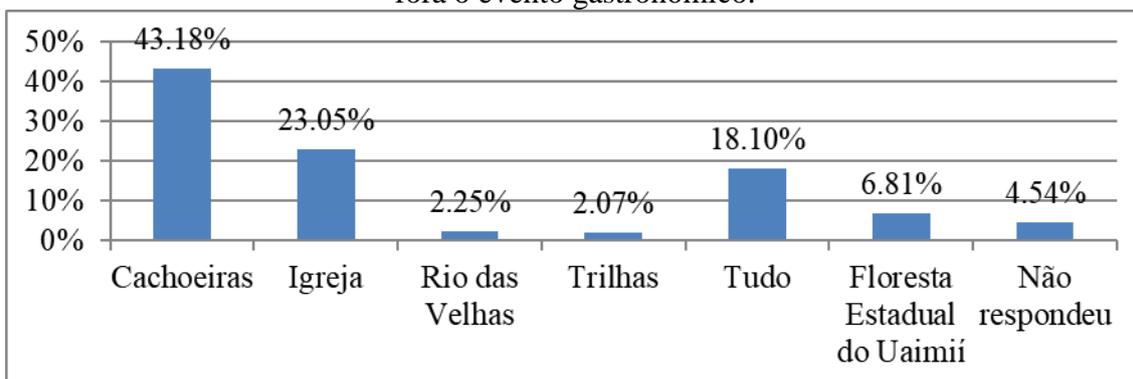
Estamos trabalhando com o intuito de fomentar o turismo criativo por meio da gastronomia em Ouro Preto, tanto a sede quanto nos distritos. Em vários materiais promocionais, bem como catálogo de gastronomia, estamos divulgando os doces. Este ano saímos no catálogo da Associação das Cidades Históricas e SETUR-MGE (NONATO, 2017).

Ademais, como foi tratado no referencial, os eventos gastronômicos vêm, cada vez mais, se difundindo como um elemento complementar à atividade turística e compoem as atividades de um turismo criativo, no segmento do turismo cultural. (FAGLIARI, 2005). Tal fato vem se tornando perceptível no distrito de São Bartolomeu, através desta pesquisa.

Em relação aos atrativos turísticos do distrito, identifica-se que 60% dos entrevistados não tinha interesse em visitar algum atrativo turístico fora da programação do evento e, dos 40% que demonstraram interesse, percebe-se uma

predominância para os atrativos ambientais, como será visto no Gráfico 02. Diante dessa informação é possível notar que existe uma predominância em participar somente do evento gastronômico, o que apresenta indícios de que a gastronomia local pode ser um elemento principal enquanto atrativo.

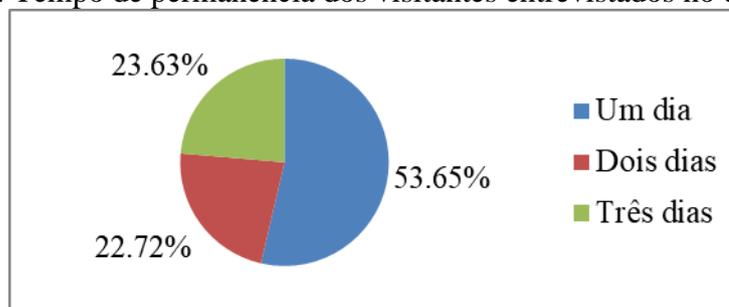
Gráfico 02: Atrativos turísticos que despertam interesse nos visitantes entrevistados, fora o evento gastronômico.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2017.

Em relação à quantidade de dias de participação no evento, como é possível observar no Gráfico 03, constata-se que 53,65% dos entrevistados podem ser definidos como excursionistas. De acordo com a definição da Organização Mundial do Turismo (OMT), excursionista é o visitante temporário, que permanece no local visitado menos de 24 horas.

Gráfico 03: Tempo de permanência dos visitantes entrevistados no distrito.



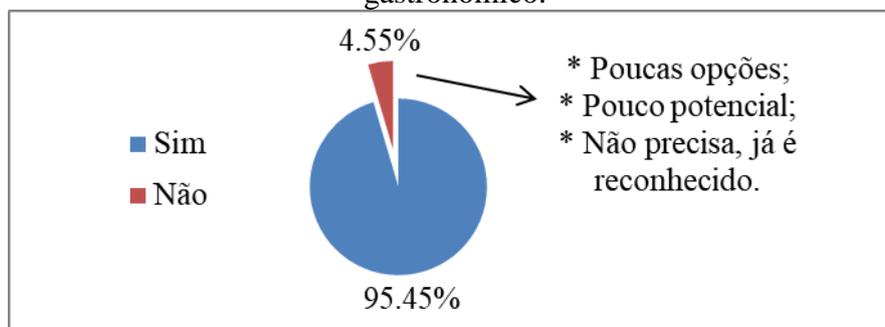
Fonte: Elaborado pelas autoras, 2017.

Diante dessas análises, percebe-se que o evento gastronômico serve como um diferencial para atrair visitantes, aumentando a demanda para o distrito, mas que somente o evento ainda não é suficiente para manter o visitante por mais dias no distrito. Porém, existem outras possibilidades que podem maximizar a experiência gastronômica e diferenciá-la, aumentando a estadia do turista no distrito, como por exemplo, a prática do turismo criativo por meio de um roteiro gastronômico. Para tanto, perguntamos para todos os entrevistados (visitantes, doceiros e SETUR/OP) se São Bartolomeu tem uma identidade cultural gastronômica com potencial para criação de um roteiro de turismo criativo com base na gastronomia.

Para 95,45% dos visitantes entrevistados, conforme é observado no Gráfico 04, a

resposta foi sim, São Bartolomeu tem potencial para criação de um roteiro gastronômico.

Gráfico 04: Potencial de São Bartolomeu para criação de um roteiro criativo gastronômico.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2017.

Os doceiros entrevistados acreditam que o roteiro iria ajudar a melhorar no desenvolvimento do distrito, além de manter viva a tradição dos doces. Para Nonato, turismóloga entrevistada da Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio da Prefeitura de Ouro Preto, São Bartolomeu tem potencial para roteiros criativos, conforme trecho da entrevista abaixo.

Sim, temos potencial para este segmento e estamos trabalhando para desenvolver rotas criativas com base na gastronomia do município. Não só o distrito de São Bartolomeu bem como os distritos do Salto, Lavras Novas e subdistrito da Chapada possuem um potencial turístico expressivo voltado para a Gastronomia. Nos últimos dois anos os eventos gastronômicos têm ganhado visibilidade em Ouro Preto (NONATO, 2017).

Com isso, identifica-se um nicho de mercado no qual o distrito tem potencial para explorar, representando mais um diferencial para ser desenvolvido. Dessa forma, o turista poderá ter contato com os processos de produção dos doces, desde a colheita até o produto final para comercialização, conhecendo ainda mais sobre a história e vivenciando o dia a dia dos doceiros, buscando valorizar o saber fazer tradicional do distrito.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do trabalho, buscou-se contextualizar a gastronomia e sua relação com o turismo criativo, permitindo notar a importância dessa relação, ao apresentar: 01) os elementos gastronômicos na qual o turismo criativo pode se apropriar de maneira produtiva; 2) ao diferenciar a gastronomia como elemento principal x gastronomia como elemento complementar a atividade turística; 3) ao desenvolver mais a fundo a gastronomia como elemento complementar ao turismo cultural,

apresentando conceitos sobre cultura, criatividade e patrimônio cultural imaterial e; 4) ao demonstrar os eventos gastronômicos como diferencial para o destino turístico e como possibilidade de fomento ao turismo criativo.

A gastronomia tem papel fundamental no turismo, sendo um elemento principal ou complementar, mas sempre presente no contexto turístico. Percebe-se um amplo leque de possibilidades para o crescimento do turismo criativo por meio do simbolismo da gastronomia, que se bem planejado, pode contribuir para o desenvolvimento de uma determinada localidade.

Através dos dados alcançados e das discussões apresentadas, foi possível notar que São Bartolomeu, distrito de Ouro Preto/MG, tem forte potencial para o desenvolvimento e aprofundamento do turismo criativo por meio da gastronomia local. Foi possível conhecer a cultura e a história do distrito através da sua cultura, tendo como propulsora a produção artesanal de doces, na qual ganhou o registro de Bem Imaterial Municipal no Programa de Patrimônio Municipal de Ouro Preto. Conforme Corner (2006, p.04), o diferencial está “na maneira de preparar o alimento. Os condimentos usados próprios do lugar são repletos de características culturais e símbolos de identidade”, como é o caso dos doces em São Bartolomeu.

Apesar de o distrito ter este potencial gastronômico, o fluxo de turistas ao longo do ano ainda é pequeno. Surgiram os eventos gastronômicos com o intuito de aumentar o fluxo de visitantes em épocas do ano diferentes e ao mesmo tempo, valorizar a cultura local. Segundo Gregson (2005, p.49), o evento gastronômico “é um retrato momentâneo de uma localidade, povo e/ou região geográfica, preparado de maneira especial, com serviço cuidadoso e com oferta abundante de alimentos típicos e característicos da cultura retratada”.

Ao analisar as percepções e perspectivas dos participantes no “III Encontro de Tradições Culinárias”, percebe-se que os eventos gastronômicos do distrito servem como um diferencial para atrair visitantes aumentando a demanda, mas que somente os eventos ainda não são suficientes para manter o visitante por mais dias no distrito. Por isso, mas uma vez, observa-se potencialidade no desenvolvimento de atividades alternativas, tais como oficinas, cursos, inserções à comunidade local, ou seja, ações para o turismo criativo.

Para além dos eventos, existem outros elementos dentro do turismo gastronômico que o distrito pode investir como, por exemplo, o roteiro gastronômico, no qual 95,45% dos visitantes entrevistados afirmaram que São Bartolomeu tem potencial para criação de um roteiro gastronômico. Para Fagliari (2005, p.13), o desenvolvimento de atrativos de cunho gastronômico “gera muitos benefícios econômicos, sociais e culturais, tanto para órgãos públicos gestores quanto para iniciativa privada e comunidades receptoras”.

Conclui-se que São Bartolomeu tem potencial para desenvolver a gastronomia como atrativo turístico de forma criativa e que as possibilidades são múltiplas, uma vez que é perceptível a manifestação da cultura através gastronomia local. Os eventos gastronômicos já tem sido uma forma de valorizar e manter viva a cultura e a tradição gastronômica, sendo um motivador para atrair visitantes, mas com a criação de roteiros gastronômicos isso pode se intensificar e gerar ainda mais benefícios para a comunidade local.

A pesquisa enfrentou algumas limitações durante a coleta de dados. Primeiro ressalta-se a falta de registros históricos dos eventos gastronômicos do distrito, o que

impossibilitou às autoras encontrar dados confiáveis sobre o número de visitantes nas edições anteriores, dificultando na definição da amostra, uma vez que não era possível conhecer o universo da pesquisa. Outro obstáculo encontrado foi na realização das entrevistas com os dozeiros, pela dificuldade de encontrar a localização e por não utilizarem meios de comunicação e também por ter tido apenas um membro da Secretaria de Cultura e Patrimônio como representante respondente, pelo fato de não retornarem aos e-mails e telefonemas.

Espera-se que por meio desta pesquisa, outros trabalhos sobre turismo criativo e gastronomia sejam desenvolvidos e aprofundados. Como sugestão para futuros trabalhos, recomenda-se estudos específicos acerca de planejamento de roteiros gastronômicos para a elaboração e implementação do roteiro gastronômico no distrito. Propõe-se também identificar, através de estudos mais profundos, como acontece o turismo criativo em pequenas localidades, de maneira colaborativa, através do turismo de base comunitária.

Por fim, espera-se que as informações desta pesquisa contribuam para a continuidade do debate na academia e também para a sociedade, como fonte de informação para todos os envolvidos (iniciativa privada, poder público, comunidade local) no planejamento da atividade turística no distrito.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Universidade Federal de Ouro Preto e aos moradores de São Bartolomeu que gentilmente contribuíram com a presente pesquisa.

REFERÊNCIAS

BAHL, Miguel *et al.* Roteiros e eventos como elementos dinâmicos no desenvolvimento regional do turismo. In: Seminário De Pesquisa Em Turismo Do Mercosul, 2005, Caxias do Sul, **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2005.

BARRETTO, Margarita. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas: Papirus, 1991.

BRASIL, Ministério das Relações Exteriores. **Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial**. Brasília, 2006, p. 02.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Calendário de Eventos, 2017**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/agenda-eventos/views/calendario.php>>. Acesso em: 21 de março de 2017.

_____. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006, p.13.

CAMARGO, Luis Otavio Lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.

CANTON, Antônia Marisa. Evento: um potencializador de negócios. In: PANOSSO NETO, A.; ANSARAH, Marília. G. R. In: **Segmentação do mercado turístico**:

estudos, produtos e perspectivas. Barueri: Manole, 2009.

CARVALHO, Mariana Souza, LIMA, Joana; KASTENHOLZ, Elisabeth. Criatividade cultural – que oportunidade para destinos rurais? **Pasos** – Revista de Turismo y Património Cultural, v.12, n.3, p.635-648, jan./fev., 2014. Disponível em < pasosonline.org/en/articles/download/file?fid=57.714>. Acesso em: 20 fev. 2018.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da Alimentação no Brasil**. São Paulo: Ed. USP, 1983, Vol. 1, p. 331.

CASTRO, Henrique Moreira; DEUS, José Antônio Souza; SILVA, Paulo Henrique Correia. Agricultura familiar e suas interações com a produção de alimentos tradicionais na região central de Minas Gerais: Retrospectiva histórica e dinâmica atual dos processos. In: XXI Encontro Nacional de Geografia Agrária, 2012, Uberlândia, **Anais...** Uberlândia: UFU, 2012.

CAYEMAN, Charline. **A importância do turismo criativo para a sustentabilidade da atividade turística nas grandes cidades: O exemplo de Barcelona para o estudo de caso de Lisboa**. 2014. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós-graduação do Departamento de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 2014. Disponível em < recil.grupolusofona.pt/bitstream/.../CharlineDissertaçãoMestradoVersãoFinal_rev.pdf? >. Acesso em: 06 fev. 2018.

CORNER, Dolores Martin Rodriguez. A Gastronomia como Atrativo no Turismo Cultural. In: SEMINTUR - IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 2006, Caxias do Sul, **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2006.

CRUZ, Ana Rita. Atração da classe criativa e recursos primários no turismo do Algarve. In: VII Congresso de português de Sociologia, 2012, Porto, **Anais...** Porto: Universidade do Porto, 2012. Disponível em < http://historico.aps.pt/vii_congresso/papers/finais/PAP1264_ed.pdf> Acesso em: 20 fev. 2018.

CRUZ, Rafael Iginio Ferreira. **Análise da evolução populacional dos distritos de Ouro Preto/MG**. 2013. Monografia de Especialização – Curso de Especialização em Geoprocessamento, Departamento de Cartografia, Instituto de Geociências, UFMG, Belo Horizonte, 2013. Disponível em < http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/IGCM-9GHGUM/monografia_especializacao_geo_rafael_cruz.pdf?sequence=1>. Acesso em: 06 fev. 2018.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998, p. 124.

EMMENDOERFER, Magnus Luiz; MORAES, Werter Valentim; DE OLIVEIRA FRAGA, Brendow. Turismo criativo e turismo de base comunitária: congruências e

peculiaridades. In: XI Seminário Anual da ANPTUR, 2014, Fortaleza, **Anais...** Fortaleza: UECE, 2014.

FAGLIARI, Gabriela Scuta. **Turismo e alimentação: análises introdutórias**. São Paulo: Editora Roca, 2005.

FERRO, Rafael C. Gastronomia e Turismo Cultural: Reflexões sobre a Cultural no Processo do Desenvolvimento Local. **Revista Comportamento, Cultura e Sociedade: Contextos da Alimentação**, São Paulo, v.2, n.2, p.38-56, dez. 2013. Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/304251579_Gastronomia_e_Turismo_Cultural_reflexoes_sobre_a_cultura_no_processo_do_desenvolvimento_local>. Acesso em: 20 fev. 2018.

FILIPPE, Carla Sofia M. **Andanças do turismo criativo**. 2009. Dissertação de Mestrado – Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal, 2009. Disponível em <<http://hdl.handle.net/10773/1727>>. Acesso: em 10 fev. 2018.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **A história da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 2011.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. São Paulo: Senac, 2004.

FRIEIRO, Eduardo. **Feijão, Angu e Couve: ensaio sobre a comida dos mineiros**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1982.

FURTADO, Fábio Luiz. A gastronomia como produto turístico. In: **Revista Turismo**, dez. 2004. Disponível em <<http://www.revistaturismo.com.br/artigos/gastronomia.html>>. Acesso em 03 mar. 2018.

GÂNDARA, J. M. G. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: PANOSSO NETO, Alexandre; ANSARAH, Marília. G. R. **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri: Manole, 2009.

GIMENES-MINASSE, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. A Gastronomia brasileira na Copa do Mundo de Futebol da FIFA 2014: uma breve análise. In: **Revista Turismo & Sociedade**. Curitiba, v. 7, n. 1, p.77-98, jan. 2014. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.5380/tes.v9i3.48571>>. Acesso em: 20 fev. 2018.

GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico: Uma Reflexão sobre a Valorização das Comidas Tradicionais pelo IPHAN e a Atividade Turística no Brasil. In: SEMINTUR - IV Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 2006, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS,

2006.

_____. Sentidos, sabores e cultura: a gastronomia como experiência sensorial e turística. In: PANOSSO NETO, Alexandre; GAETA, Cecília. **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010.

_____. Perfil dos eventos gastronômicos do Estado do Paraná em 2001. In: BAHL, Miguel. **Turismo: enfoques teóricos e práticos**. Rocca 2008.

GORDIN, Valery; MATETSKAYA, Marina. Creative tourism in Saint Petersburg: the state of the art. **Journal of Tourism Consumption and Practice**, v.4, n.2, p.55-77, 2012. Disponível em < <http://hdl.handle.net/10026.1/11693>>. Acesso em: 15 fev. 2018.

GREGSON, Paul William. **Festival Gastronômico: aspectos históricos, práticos e administrativos de um evento**. Barueri, SP: Editora Manole Ltda, 2005.

HOLANDA, Sérgio Buarque. **O Homem Cordial**. Raízes do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

INSTITUTO ESTRADA REAL. **Cidades históricas**. Disponível em: <<http://www.institutoestradaareal.com.br/cidades/sao-bartolomeu/143>>. Acesso em 07 de junho de 2016.

IPHAN. Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas. **Livro de Registro dos Saberes**, 2008. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/65>>. Acesso em: 15 de março de 2017.

_____. Ofício das Baianas do Acarajé. **Livro de Registro dos Saberes**, 2005. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/58>>. Acesso em: 15 de março de 2017.

_____. Ofício das Paneleira de Goiabeiras. **Livro de Registro dos Saberes**, 2002. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/51>>. Acesso em: 15 de março de 2017.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2005.

LUVI, Kátia; BARCALA, Paulo. **Doces memórias de São Bartolomeu**. Ouro Preto: ADAF, 2014.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo sobre eventos: o que você precisa saber para criar, organizar e gerenciar eventos que promovem sua empresa e seus produtos**. São Paulo: STS, 1999.

MENESES, José Newton Coelho. **História & turismo cultural**. Belo Horizonte:

Autêntica, 2013.

MULLER, Silvana Graudez; AMARAL, Fabiana Mortimer; REMOR, Carlos Augusto. Alimentação e Cultura: Preservação da gastronomia tradicional. In: **SEMINTUR - VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**. Anais... Caxias do Sul: UCS, 2010.

OECD [Organisation for Economic Co-operation and Development]. **Tourism and the creative economy**. OECD Studies on Tourism, OECD Publishing, 2014. Disponível em <https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/tourism-and-the-creative-economy_9789264207875-en#page4>. Acesso em 13 fev. 2018.

ORHIDSKA-OLSON, Rossitza; IVANOV, Stanislav. Creative tourism business model and its application in Bulgaria, **Cultural Realms**. 2010. Disponível em <http://culturalrealms.typepad.com/files/creativetourismbm_article_1_lr.pdf>. Acesso em: 13 fev. 2018.

PREFEITURA DE OURO PRETO. **Dossiê de Registro da Tradicional Produção de Doces Artesanais de São Bartolomeu**, 2011. Disponível em <<https://pt.scribd.com/document/355772086/Dossie-Doces-Sao-Bartolomeu-Final>>. Acesso em: 15 de jan. 2017.

RICHARDS, Greg. Creativity and tourism: The state of the art. **Annals of Tourism Research**, v.38, n.4, p.1225–1253, out. 2011. Disponível em <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738311001204>>. Acesso em: 20 fev. 2018.

RICHARDS, Greg; RAYMOND, Crispin. Creative Tourism. **ATLAS News**, no. 23, pp.16-20, 2000. Disponível em <http://www.academia.edu/1785786/Creative_Tourism_-_Richards_and_Raymond_2000>. Acesso em: 13 fev. 2018.

RICHARDS, Greg; WILSON, Julie. Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? **Tourism Management**, v.27, n.6, p.1209–1223, dez. 2006. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>>. Acesso em: 10 fev. 2018.

ROSA, Maria Cristina. **Festa, lazer e cultura**. Campinas: Papirus, 2002.

SCHLÜTER, Regina G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Editora Aleph, 2003.

SILVA, Inácio Andrade. **Patrimonialização, tradição e transmissão: o caso do saber-fazer doces artesanais no distrito de São Bartolomeu, (Ouro Preto/Minas Gerais)**. 2016. Dissertação de Metrado – Programa de Pós-graduação em Extensão Rural, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2016. Disponível em <<http://www.posextensaorural.ufv.br/wp-content/uploads/2017/03/In%C3%A1cio-Andrade-Silva.pdf>>. Acesso em 20 mar. 2017.

SILVA, Beatriz Flexa Ribeiro Proença Gomes; Brusadin, Leandro Benedini. A hospitalidade mineira contemporânea sob a percepção dos turistas em ouro preto (mg): generosidade x profissionalismo mercantil? **Revista Turydes: Turismo y Desarrollo**, n.20, jun. 2016. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/turydes/20/generosidade.html>, junho/2016.>. Acesso em: 03 nov. 2018.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel SESC, 2001.

VEAL, Anthony. **Metodologia de pesquisa em lazer e turismo**. Tradução: Gleice Guerra; Mariana Aldrigui. São Paulo: Aleph, 2011.

The manufacture of artisanal candy while attractive to creative tourism: the case of São Bartolomeu, Ouro Preto, Minas Gerais

Abstract: *The growing interest of tourists in a new way of discovering and experimenting with different cultures has been making up discussions about creative tourism and its possibilities of influencing small towns. These reflections revolve around highlighting the protagonism of the local population through genuine experiences, reverencing intangible heritage. In this context is San Bartolomeu, a rural district of Ouro Preto, Minas Gerais, whose production of handcrafted sweets has traditionally existed for about 200 years. This art of the sweet know-how of the locality has been transmitted from generation to generation until the present day, being registered as Municipal Good of Ouro Preto. After this registration, the district has been gaining tourist visibility through the gastronomic events, having as protagonist element the sweet of the guava guava. In view of this context, the present work has the objective of discussing possibilities for the manifestation of creative tourism while attractive in São Bartolomeu, with the main symbol being the production of artisanal sweets. Methodologically, the work is characterized as descriptive-exploratory, along with the accomplishment of bibliographical research and field research. It arose, therefore, discussions on gastronomic tourism as a propeller of creative tourism in small localities, the preservation of culture, local heritage and the rural environment were therefore raised. It was possible to identify that São Bartolomeu has a strong potential for the development and deepening of creative tourism through local gastronomy, although the tourist flow still deserves to be expanded.*

Keywords: *Creative Tourism, Gastronomy, Hospitality, Minas Gerais, Small Towns.*

Artigo submetido em 28/08/2018. Aceito para publicação em 01/11/2018