

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ – SETOR LITORAL

DENISE VIEIRA MARZO
GABRIELA BREMER MARTINS

**TURISMO GASTRONÔMICO: ANÁLISE DA FESTA DA TAINHA EM
PARANAGUÁ-PR**

MATINHOS
2017

DENISE VIEIRA MARZO
GABRIELA BREMER MARTINS

**TURISMO GASTRONÔMICO: ANÁLISE DA FESTA DA TAINHA EM
PARANAGUÁ-PR**

Monografia apresentada como requisito parcial a obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão de Turismo no curso de graduação em tecnologia em gestão de turismo, setor da Educação Profissional e tecnológica Da Universidade Federal do Paraná, Setor Litoral.

Orientador: Prof. Dr. Valdo José Cavallet.

MATINHOS
2017

ATA FINAL DE AVALIAÇÃO DA DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos dez dias do mês março de 2017, às 20:00 horas na sala 25 A da UFPR – Setor Litoral reuniu-se a banca examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso, constituída pelas professoras M.^a Beatriz Leite Ferreira Cabral e M.^a Mirian Cristina Lopes, sob a presidência do professor D.r Valdo José Cavallet. O Trabalho de Conclusão do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da UFPR de autoria das alunas Denise Vieira Marzo e Gabriela Bremer Martins, sob o título: “TURISMO GASTRONÔMICO: ANÁLISE DA FESTA DA TAINHA EM PARANAGUÁ-PR”. O conceito atribuído foi: APL. As alunas terão o prazo de 15 (quinze) dias para realizar as correções solicitadas pela banca e entregar a versão final impressa em capa dura e digital em CD com arquivo em PDF contendo a inserção da cópia da Ata nas duas versões, conforme normas ABNT, para a Assessoria da Câmara.

Matinhos, 10 de março de 2017.



D.r Valdo José Cavallet



M.^a Beatriz Leite Ferreira Cabral



M.^a Mirian Cristina Lopes



Denise Vieira Marzo



Gabriela Bremer Martins

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por estar sempre presente em minha vida e nunca me abandonar, nem nos momentos mais difíceis, pois sem ele eu nada seria.

Agradeço também a minha família. Minha mãe Ceres, a incentivadora maior, meu irmão Tiago e minha cunhada Kelli, que mesmo distantes acreditam e torcem por mim, minha filha Maria Eduarda, a qual é o real motivo de todo o esforço. Obrigada a todos por me apoiarem nesta, nada fácil jornada que é a universidade, onde estiveram sempre me motivando a não desistir.

Agradeço também a todos os meus amigos, sem eles seria praticamente impossível concluir esta etapa, faziam dos meus dias mais difíceis, dias alegres, obrigada Thainá, Manuela, Denise, Lorena, Manoela e Rafael por estarem ao meu lado dando aquele empurrãozinho quando a preguiça tomava conta, obrigada por me aconselharem e me darem broncas, obrigada pelas caronas durante esses anos, sem vocês, várias vezes eu não teria como chegar até a faculdade, obrigada por poder chamá-los de amigos.

Agradeço aos meus professores por todo conhecimento compartilhado, com todo o amor e dedicação possível, obrigada mestres.

Obrigada à todos que acreditaram em mim!

Gabriela Bremer Martins.

Agradeço à instituição e Professores pela orientação e conhecimento que me foi proporcionado.

Aos meus pais, minha irmã e meu marido pelo amor e incentivo.

Meus agradecimentos também às minhas amigas Thainá, Manuela e Gabriela que fizeram parte dessa trajetória e que continuarão em minha vida.

E finalmente à DEUS, pela saúde, força e sustentação para superar todas as dificuldades.

Denise Vieira Marzo.

RESUMO

O tema deste trabalho foi escolhido com o objetivo de estudarmos e entendermos a importância do Turismo de Eventos na cidade de Paranaguá PR, mais especificamente, em relação a um grande evento gastronômico que ocorre anualmente na cidade, a Festa da Tainha, a qual vem servindo de impulso para que a região se desenvolva no segmento e seja reconhecida nacionalmente.

Palavras-Chave: Turismo Gastronômico, Turismo Cultural, Turismo de Eventos, Festa da Tainha, Paranaguá-PR.

ABSTRACT

The theme of this work was chosen with the purpose of studying and understanding the importance of Tourism of Events in the city of Paranaguá PR, more specifically, in relation to a great gastronomic event that occurs annually in the city, the Feast of the Mulberry, which has been serving The region to develop in the segment and be recognized nationally.

Keywords: Gastronomic Tourism, Cultural Tourism, Event Tourism, Feast of the Mulberry, Paranaguá.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADRO 01 – SEGMENTOS TURÍSTICOS DO BRASIL	12/13
FIGURA 01 – MAPA GASTRONÔMICO DO PARANÁ.....	20
FIGURA 02 – LOCALIZAÇÃO DE PARANAGUÁ- PR.....	23
QUADRO 02 – ASPECTOS GEOGRÁFICOS	23
FIGURA 03 – FOLDER DE DIVULGAÇÃO DO ANO DE 2016.....	27
FIGURA 04 – PORTAL DA FESTA DA TAINHA DO ANO DE 2016.....	27
FIGURA 05 – TAINHA RECHEADA.....	28
FIGURA 06 – TAINHA DEFUMADA	29
FIGURA 07 – CARDÁPIO DA FESTA DA TAINHA	29
GRÁFICO 01 – QUANTIDADES DE TAINHAS COMERCIALIZADAS	31
GRÁFICO 02 – QUANTIDADE DE DIAS DE FESTA.....	32
GRÁFICO 03 – GÊNERO 2012	33
GRÁFICO 04 – GÊNERO 2013	33
GRÁFICO 05 – GÊNERO 2014	33
GRÁFICO 06 – GÊNERO 2015	33
GRÁFICO 07 – FAIXA ETÁRIA 2012.....	34
GRÁFICO 08 – FAIXA ETÁRIA 2013.....	34
GRÁFICO 09 – FAIXA ETÁRIA 2014.....	34
GRÁFICO 10 – FAIXA ETÁRIA 2015.....	34
GRÁFICO 11 – RENDA MENSAL FAMILIAR 2012	35
GRÁFICO 12 – RENDA MENSAL FAMILIAR 2013	36
GRÁFICO 13 – RENDA MENSAL FAMILIAR 2014	36
GRÁFICO 14 – RENDA MENSAL FAMILIAR 2015	37
GRÁFICO 15 – ESTIMATIVA DE GASTO NA FESTA 2014.....	38
GRÁFICO 16 – ESTIMATIVA DE GASTO NA FESTA 2015.....	38
GRÁFICO 17 – ACOMPANHANTES NO EVENTO	39
GRÁFICO 18 – ESTADO DE ORIGEM 2012.....	40
GRÁFICO 19 – ESTADO DE ORIGEM 2013.....	40
GRÁFICO 20 – ESTADO DE ORIGEM 2014.....	41
GRÁFICO 21 – ESTADO DE ORIGEM 2015.....	41
GRÁFICO 22 – DIVULGAÇÃO 2012	42
GRÁFICO 23 – DIVULGAÇÃO 2015	42

GRÁFICO 24 – GÊNERO	43
GRÁFICO 25 - FAIXA ETÁRIA	43
GRÁFICO 26 – ESCOLARIDADE.....	44
GRÁFICO 27 – LOCAL DE ORIGEM.....	44
GRÁFICO 28 – JÁ VISITOU A FESTA?	45
GRÁFICO 29 – QUANTAS VEZES JÁ VISITOU A FESTA?	45
GRÁFICO 30 – QUANTOS DIAS PRETENDE PARTICIPAR DA FESTA?	45
GRÁFICO 31 – NÍVEL DE IMPORTÂNCIA DA GASTRONOMIA TRADICIONAL	46
GRÁFICO 32 – CONSIDERAÇÃO AO PRATO TRADICIONAL DURANTE O EVENTO.....	46
GRÁFICO 33 – CONHECIMENTO A CERCA DOS PONTOS TURÍSTICO DE PARANAGUÁ – PR.....	47
GRÁFICO 34 – CONHECIMENTO A CERCA DA FESTA	48
GRÁFICO 35 – SATISFAÇÃO COM O EVENTO	48
GRÁFICO 36 – PRETENSÃO DE GASTO NO EVENTO	49
GRÁFICO 37 – PRETENSÃO DE GASTO NO EVENTO	49
GRÁFICO 38 – SUGESTÃO PARA MELHORAR A VALORIZAÇÃO DA GASTRONOMIA NA REGIÃO.....	50
GRÁFICO 39 – SUGESTÃO DE MELHORIA NA FESTA.....	50

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
1.1 TEMA	9
1.2 PROBLEMA	9
1.3 OBJETIVOS	9
1.4 JUSTIFICATIVA	10
1.5 METODOLOGIA	10
1.6 ESTRUTURA	10
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
2.1 ESTUDO DO MACRO PROGRAMA E SEGMENTAÇÃO.....	11
2.2 TURISMO DE EVENTOS.....	14
2.3 TURISMO CULTURAL.....	16
3. TURISMO GASTRONÔMICO	17
3.1 GASTRONOMIA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL.....	21
4. PARANAGUÁ-PR: UMA APRESENTAÇÃO.....	23
4.1 FESTA DA TAINHA	25
5. ANÁLISE DA FESTA DA TAINHA	31
5.1 PERFIL DO TURISTA.....	32
6. RESULTADO DAS ENTREVISTAS – FESTA DA TAINHA 2016	43
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS.....	53/54

1 INTRODUÇÃO

A palavra gastronomia tem origem grega, “gastros” que quer dizer estômago e “nomia” que quer dizer conhecimento. Refere-se à cozinha, ao que engloba a culinária, à arte de comer e beber.

Retoma-se as autoras SCHLÜTER e ELLUL (2008), fatos e momentos históricos nessa temática para compreendermos quando e como a gastronomia passou a ter importância para o turismo. Na década de oitenta começou a se impor viagens exclusivamente com fins gastronômicos. Por este motivo em 1986, a Asociación Internacional de Expertos Científicos em Turismo – AIEST, realizou o primeiro congresso para discutir a relação entre turismo e gastronomia e seguidamente, a Organização Mundial do Turismo – OMT no ano de 2000 realiza o Congresso Mundial do Turismo Gastronômico devido à atenção que o tema despertava em diferentes partes do mundo.

A gastronomia é a preservação do patrimônio culinário, referência de uma identidade que provoca diferentes formas de compreender e apresentar um estilo de vida peculiar de uma determinada comunidade, transfere a cultura de quem à exerce, tornando-se assim uma troca cultural.

Como um atrativo turístico, a gastronomia pode ser praticada de inúmeras formas, assim como na realização de eventos buscando propagandear a cultura gastronômica. Este trabalho tem como objetivo demonstrar um estudo sobre o Turismo Gastronômico, Turismo de Eventos e a Festa da Tainha, realizada na cidade de Paranaguá, apresentando sua história e suas características como evento gastronômico.

A realização da Festa da Tainha retrata a grande importância para a cidade de Paranaguá, gerando expansão socioeconômica, oportunizando as famílias pesqueiras uma renda em período sazonal, equilibrando oferta e demanda, promovendo o turismo e cultura local.

A Festa da Tainha é o evento gastronômico tradicional da cidade de Paranaguá, o evento tem o intuito de buscar a celebração das tradições e especialidades que a comunidade almeja partilhar, o produto principal oferecido é a Tainha, tipo de peixe em abundância na região em determinada época do ano, quando acontece a festa. Com duração média de 16 dias, a festa conta com

inúmeras atrações, como shows e apresentações, além do tradicional prato oferecido na festa, a Tainha, servida em diferentes formas.

1.1 TEMA

A Festa da Tainha como atrativo Turístico na cidade de Paranaguá PR.

1.2 PROBLEMA

A não difusão da Festa da Tainha em toda a região do Litoral do Paraná resulta no enfraquecimento do evento, juntamente com o esquecimento do poder público tornando-se dificultoso o interesse da própria população da região, enfraquecendo o evento em si.

1.3 OBJETIVOS

- OBJETIVO GERAL:

Avaliar a contribuição de eventos na valorização da gastronomia no Litoral do Paraná.

- OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

a) Caracterizar o Segmento do Turismo de Eventos, Cultural e Gastronômico;

b) Identificar a Importância da Gastronomia para o Turismo no Brasil;

c) Apresentar o evento da festa da tainha em Paranaguá-PR;

d) Analisar como a festa da tainha tem contribuído para o fortalecimento da gastronomia típica Parnanguara.

1.4 JUSTIFICATIVA

Como moradoras da cidade de Paranaguá PR, temos como objetivo elaborar esta monografia para o trabalho de conclusão de curso à fim de estudar e entender como a Festa da Tainha, realizada anualmente no Município, tem contribuído para o desenvolvimento e fortalecimento turístico e gastronômico da região, levando em consideração que a festa também é caracterizada como turismo de eventos, desenvolvendo este segmento junto com os demais.

1.5 METODOLOGIA

O estudo utilizou o Observatório do Turismo da Festa da Tainha dos anos de 2012, 2013, 2014 e 2015, retirado do site da Prefeitura de Paranaguá. Além do Observatório do Turismo da Festa da Tainha ao longo dos anos, utilizamos da coleta de dados dos visitantes para avaliarmos o desenvolvimento do evento através de um questionário que continha 15 perguntas, um total de 56 visitantes foram abordados na festa, nos dias 8 e 9 de julho de 2016. Pesquisas em artigos, sites, revistas eletrônicas e livro também fazem parte da metodologia utilizada para a elaboração desta monografia. As imagens desse trabalho foram retiradas da rede social da Fundação Municipal de Turismo de Paranaguá.

1.6 ESTRUTURA

Esta monografia está dividida em seis capítulos. O primeiro trata-se de um estudo do macro programa e segmentação, contextualizando o turismo de eventos e também apresenta o turismo cultural. O terceiro capítulo está dividido em dois assuntos que descreve o turismo gastronômico e a gastronomia como patrimônio cultural. O quarto capítulo faz uma breve apresentação da cidade de Paranaguá PR, bem como, a festa da tainha. O quinto e último capítulo está dividido em duas etapas, apresentando e analisando a Festa da Tainha.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 ESTUDO DO MACRO PROGRAMA E SEGMENTAÇÃO

A regionalização do turismo, na primeira edição do plano de turismo surgia como um programa, propondo “...a estruturação, o ordenamento e a diversificação da oferta turística no país...” (BRASIL, 2007, p. 67). O programa de regionalização na segunda edição do plano nacional evoluiu de um programa à macro programa de regionalização do turismo. A proposta é baseada na segmentação da oferta e demanda.

“... como a estratégia de organização do turismo para fim de planejamento e gestão, tendo em vista a concepção de produtos, roteiros e destinos que reflitam as características de peculiaridade e especificidade de cada região” (BRASIL, 2007 p. 67).

O macro programa de regionalização do Plano Nacional do Turismo é subdividido em quatro programas:

- Programa de planejamento e gestão da regionalização;
Integra um conjunto de ações relacionados ao planejamento das regiões turísticas, contemplando desde atividades de articulação, mobilização e sensibilização, até a elaboração e implementação dos planejamentos estratégicos das regiões turísticas (BRASIL, 2007).
- Programa de estruturação dos segmentos turísticos;
Estruturado através de duas linhas estratégicas: segmentação de oferta e da demanda do turismo e estruturação dos roteiros turísticos (BRASIL, 2007).
- Programa de estruturação da produção associada ao turismo;
Objetiva a identificação dos produtos associados ao turismo (artesanato, comércio e indústria) ampliando e diversificando a oferta turística (BRASIL, 2007).
- Programa de apoio ao desenvolvimento regional do turismo;
Através do PRODETUR (programa regional de desenvolvimento ao turismo) e de financiamentos do BID (Banco interamericano de desenvolvimento), visa a sustentabilidade da atividade turística, melhorando a qualidade de vida da população local e de melhorias no planejamento e gestão de áreas turísticas ou com potencial turístico (BRASIL, 2007 p. 69). Diante dessas iniciativas públicas, devemos

salientar o programa de estruturação dos segmentos turísticos. A segmentação da oferta turística entende-se como uma forma de organizar o turismo. Sendo assim, um critério importante no processo de planejamento de uma estratégia para o seu desenvolvimento.

A segmentação do mercado é a prova mais autêntica de que as pessoas diferem em gostos necessidades e atitudes, mas também podem ser agrupadas por estes mesmos aspectos (VALLS,1996, p.02 *apud* FURTADO 2008).

O Ministério do Turismo (2006) definiu alguns segmentos turísticos prioritários para o desenvolvimento no Brasil.

QUADRO 1 – SEGMENTOS TURÍSTICOS DO BRASIL

<p>O segmento do Ecoturismo trata-se de uma linha do turismo que visa o meio-ambiente, a preservação e a sustentabilidade, o principal fundamento para o Ecoturismo é que os impactos negativos sejam os mínimos possíveis e os impactos positivos máximos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Ecoturismo
<p>O segmento do Turismo Cultural pode ser caracterizado pelo deslocamento com objetivo de conhecimento cultural ou busca de equipamentos turísticos que carregam algum tipo de valor histórico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Turismo Cultural (turismo cívico, religioso, místico e esotérico, étnico, “gastronômico”)
<p>O segmento do Turismo de Estudo e Intercâmbio, consiste em viagens de caráter educativo, também com o intuito de conhecer a cultura de determinada localidade escolhida pelo Inter cambista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Turismo de Estudo e Intercâmbio
<p>Este segmento consiste no ato de viajar com o intuito de práticas, compreensão ou apenas apreciar modalidades de esportes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Turismo de Esporte
<p>É considerado Turismo de Pesca, a partir do momento em que o</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Turismo de Pesca

<p>indivíduo se desloca somente para o ato da pesca amadora.</p>	
<p>Caracteriza-se pelo deslocamento a partir do uso de embarcações náuticas com o objetivo da prática do turismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo Náutico
<p>Compreende-se o segmento Turismo de Aventura como uma maneira sutil de estar em contato com a natureza, porém, pode ser caracterizado como estar em contato com a natureza de maneira ousada, ou seja, dois extremos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de Aventura
<p>O segmento do Turismo de Sol e Praia consiste nas viagens para áreas litorâneas com o objetivo somente de aproveitar os dias quentes na praia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de Sol e Praia
<p>Este segmento se dá pelo fato de que o deslocamento é com a finalidade de estar presente em algum tipo de evento ou por conta de relações profissionais.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de Negócios e Eventos
<p>O segmento do Turismo Rural consiste no conhecimento e vivência do meio rural, contato com animais, plantações e fazendas, proporcionando aos visitantes que normalmente vem de áreas urbanizadas, experiências opostas aos do dia a dia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo Rural
<p>O segmento do Turismo de Saúde pode acontecer de formas variadas, mas grosseiramente, entendemos que deslocamentos com fins de tratamentos de saúde são considerados Turismo de Saúde.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de Saúde

O Turismo Social consiste no fato de dirigir e motivar o turismo propiciando igualdade de oportunidades, isonomia, cooperação e prática da cidadania no entendimento de integração social.	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo Social.

FONTE: Marcos Conceituais 2006.

No próximo item será discutido o tema turismo de eventos.

2.2 TURISMO DE EVENTOS

Segundo inúmeros autores, é considerado o primeiro evento de grande proporção a Santa Ceia, no entanto outros deles defendem que na antiguidade (pré-história), já aconteciam eventos rudimentares como práticas religiosas e celebrações, que podem ser consideradas eventos sociais por possuir certa estrutura para o acontecimento dos mesmos.

Consideramos que em relação ao histórico de comemorações, desde os tempos mais longínquos, homens das cavernas já se preocupavam com seus comportamentos em relação a indivíduos, quando reunidos no mesmo ambiente. Muitas ilustrações que continham pessoas desenhadas, nos primórdios, foram encontradas, e nelas pôde-se verificar que naquela época já havia rituais religiosos, podendo assim presumir que desde a pré-história, já havia sistematização para realizar determinadas cerimônias, portanto, encontra-se muita dificuldade em relação à pesquisa de datas e marcos para primeiros eventos acontecidos.

É possível constatar que desde a ocasião em que indivíduos iniciaram reuniões por determinado motivo, apareceu uma obrigação para criação de regras e padrões para esses agrupamentos, podendo então ser chamados de eventos por conta de terem conquistado as mesmas características necessárias para ser considerado um evento.

Por ser uma atividade bastante dinâmica, o termo “Evento” deve ser pensado como atividade social e econômica.

O turismo de eventos atualmente é o que mais mobiliza a economia, proporcionando inúmeras vantagens na atividade turística. Desta maneira, a realização de eventos apresenta-se como uma solução eficiente para equilibrar o mercado, gerando uma série de benefícios para a cidade promotora, empreendedores do comércio local e para a comunidade, propiciando assim, um melhor aproveitamento de serviços e atrativos. Diminuindo a ociosidade em meios de hospedagem e movimentação de restaurantes, favorecendo a distribuição de renda.

Turismo de eventos é o segmento do turismo que trabalha com o preceito de que a atividade turística tenha um propósito, que seja desenvolvido com conveniência cultural e profissional, através de feiras, festas gastronômicas, congressos, encontros culturais, entre outros, sendo que o turismo de eventos está entre as práticas que mais crescem em todo o mundo.

Podemos assim afirmar que o turismo vem se tornando, cada vez mais, de suma importância no mercado, está entre as atividades com rápido e maior crescimento do mundo, se destacando pela eficácia ao apontar resultados significativos em relação a investimentos feitos na área, o que automaticamente gera renda e emprego, possibilitando também, que outros estados e países com potencialidade de turismo histórico-cultural, possam propagar grandes eventos oferecidos por determinada região.

Devemos destacar que o Turismo de Eventos vem avançando muito no Brasil e no mundo, e na cidade de Paranaguá não poderia ser diferente, a partir de alguns eventos que acontecem na cidade, fica nítida a sua fundamental colaboração para que mais turistas, permaneçam na cidade após o término do mesmo, para conhecer suas belezas naturais e explorar sua cultura, sendo que ao terem suas necessidades atendidas e tendo recebido um bom atendimento, tendem a voltar mais vezes, independente do evento, mas sim para um passeio turístico com suas famílias, além de que, apresentam a região a amigos e recomendam a sua vinda decorrente de uma boa estrutura e recepção. O quarto capítulo está contextualizado o turismo cultural.

2.3 TURISMO CULTURAL

A cultura e o turismo estão intimamente ligados, desde os primórdios do século XVIII, onde se iniciaram os primeiros deslocamentos com o objetivo de conhecimento cultural, o interesse dos visitantes pelos gostos culturais da região visitada cresceu com o passar do tempo caracterizando assim o segmento turismo cultural.

Turismo Cultural compreende as atividades turísticas (serviços utilizados pelo turista em função da viagem – transporte, hospedagem, alimentação) relacionados a vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (BRASIL, ministério do turismo, segmentação do turismo: marcos conceituais, Brasília, ministério do turismo 2006).

Este segmento é marcado pela motivação do turista de experienciar situações e particularidades de uma determinada cultura. O crescimento por esse tipo de turismo ocorre pela valorização de bens materiais e bens imateriais da cultura.

O turismo cultural, engloba conceitos dos tipos de turismo que vem recebendo destaque na segmentação do turismo, como por exemplo, o turismo arqueológico, turismo ferroviário, e turismo gastronômico. No próximo capítulo apresenta-se o segmento do turismo gastronômico e em seguida começando um subtítulo sobre a sua patrimonialização.

3 TURISMO GASTRONÔMICO

O turismo gastronômico é entendido como “uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade.” (GÂNDARA; GIMENES; MASCARENHAS, 2009.P.181).

A gastronomia pode ser caracterizada por tratar da culinária de uma forma geral que abrange alimentos, bebidas e tudo que estiver relacionado ao ato de se alimentar dentro ou fora de casa. A gastronomia típica é entendida como a preparação de alimentos que possuem por si só uma identidade local, a partir disso não será apenas o fato de se alimentar, saciar a fome, mas conhecer um pouco da história local.

De acordo com o vocabulário: A gastronomia é uma habilidade na cozinha que contém técnicas e procedimentos designados a modificar e condimentar os alimentos da sua forma. Apresentando-as de uma maneira que estabelece um interesse ao paladar. Também compreendida como a arte de preparar o alimento com o intuito de provocar maior prazer aos que consomem. Uma apreciação às comidas típicas de determinadas regiões.

A gastronomia nem sempre é o principal motivo de um deslocamento turístico. Por outro lado, toda pessoa tem como necessidade básica a alimentação. E em toda atividade turística existe esse momento na programação.

O ato de saciar a vontade, promove a sensação de prazer, e ao descobrir um novo sabor atribuímos lembranças que constituirão as memórias da viagem. A informação sobre a comida aproxima o turista da cultura local. (Hall 2006, p. 07 *apud* PECCINI 2013), ensina que a comida local exerce um fascínio, pela singularidade, pelo diferencial. Por isso alguns locais utilizam a sua gastronomia local para a atração de visitantes. Desenvolvendo assim um novo tipo de turismo, o gastronômico.

Para Barroco (2008):

“Através da alimentação, é possível visualizar e sentir tradições que não são ditas. A alimentação é também memória, opera muito fortemente no imaginário de cada pessoa, e está associada aos sentidos: odor, visão, o sabor e até a audição. Destaca as diferenças, as semelhanças, as crenças e a classe social a que

pertence, por carregar as marcas da cultura” (BARROCO,2008, p.4).

A alimentação fora do lar para o turismo apresenta um campo capaz de produzir investigações de diferentes naturezas, tais como; formação de identidade regional, caráter econômico e questão comportamental. Para Valls (2006):

A alimentação é componente tangível de um destino turístico, seja no produto oferecido, seja no serviço prestado aliado ao componente intangível da hospitalidade. Esta afirmação se baseia no fato de que a alimentação representa ações de acolhimento ao turista, recepção, acompanhamento, entretenimento e a interpretação da cultura local, criando e reforçando a identidade do destino (VALLS,2006, p.02 *apud* FURTADO 2008).

A gastronomia tem grande importância no meio turístico, nesse caso a “comida” local não serve apenas para saciar a fome do turista que visita determinada localidade, mas também pode provocar no mesmo, diversas sensações que podem facilmente ser ligadas a algum momento importante de sua vida ou provocar sentimentos de curiosidade, por exemplo, fazê-lo pensar em como aquele prato foi preparado ou criado ou qual a história que ela carrega. No turismo a gastronomia está estabelecida como roteiro e atrativo de cada estado, divulgando suas tradições em festas populares e roteiros gastronômicos. Muitas vezes é colocada como ponto de referência para festas, nas quais se colocar como o atrativo divulgando a cultura local a partir de suas cozinhas e promovendo deslocamentos turísticos, contribuindo com o Turismo Gastronômico valorizando a diversidade de cada região, transformando a comida local num atrativo turístico.

Atração turística cultural é já reconhecida pela Organização Mundial do Turismo quando distingue os recursos como meios humanos, energéticos e materiais que uma coletividade dispõe ou pode dispor. Tais recursos (incluindo a Gastronomia) são considerados recursos turísticos a partir do momento em que são capazes de atrair turistas tornando possível a atividade turística e satisfazem as necessidades da procura (NOVAIS, 1997, p.32 *apud* SAMPAIO 2009).

A gastronomia no Brasil é fruto da mistura das culturas indígenas, européias e africanas. O interesse do turismo pela gastronomia vem do resgate as culturas e tradições, pois a culinária brasileira tem o legado de riqueza em temperos e sabores, por existir uma grande variedade em culturas. No Brasil, muitas cidades se destacam devido sua gastronomia local e produtos consumidos na região.

Associada ao turismo, a gastronomia tornou-se um produto turístico, oferecendo oportunidades e possibilidades para o crescimento de determinada região. A gastronomia é muito diversificada no Paraná em relação a sabores, apresentando características de uma gastronomia rica estabelecida por inúmeras etnias e culturas diferentes.

Com o objetivo de abastecer as cidades e desenvolver a agricultura, que na época de sua emancipação (1853), era escassa, a nova província deu incentivos para a entrada de integrantes europeus. Várias das colônias que se implantaram no Paraná, ensinaram e introduziram pratos típicos.

O Paraná tem apenas dois pratos típicos em destaque no cenário nacional segundo o IBGE (2008), sendo eles o Barreado e o Carneiro no Buraco. No entanto, as cidades Paranaenses na sua maior parte, tem seus pratos típicos festas gastronômicas que acabam atraindo turistas.

Pinhão – Típico de regiões com grande variedade de Araucárias, pois o pinhão é a semente da própria, pode ser cozido em água com sal e degustado em seguida.

3.1 GASTRONOMIA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL

Patrimônio cultural é a riqueza comum que nós herdamos como cidadãos, transmitida de geração em geração. Constitui a soma dos bens culturais de um povo. Ele conserva a memória do que fomos e somos, revela a nossa identidade. Expressa o resultado do processo cultural que proporciona ao ser humano o conhecimento e a consciência de si mesmo e do ambiente que o cerca. Apresenta, no seu conjunto, os resultados do processo histórico. Permite conferir a um povo a sua orientação, pressupostos básicos para que se reconheça como comunidade, inspirando valores, estimulando o exercício da cidadania, a partir de um lugar social e da continuidade no tempo (TOLEDO, 2003, p. 02 *apud* BARROCO 2008).

Patrimônios históricos e culturais são caracterizados por bens materiais e imateriais, que revelam de alguma forma a identidade da população daquela determinada região, os bens materiais, entre eles, monumentos históricos e edificações antigas que contém algum valor para a cidade, já nos bens imateriais, se encaixam as atividades culturais da cidade como eventos e também a gastronomia, que carregam a história do local visitado, porém não podem ser tocadas, e sim vivenciadas.

Para a atividade turística é fundamental relacionar patrimônio e turismo. Pois detém potencial para atrair turistas em determinada região. O valor cultural dos modos alimentares entende-se cada vez mais enquanto patrimônio, pois a comida traduz uma identidade.

De acordo com Hernandez e Grácia-Arnaiz (2005):

O fenômeno de patrimonialização das cozinhas nacionais e regionais supõe, muitas vezes a reconstrução, a reinvenção e a valorização destas, geralmente também como resultado de um contexto socioeconômico e histórico determinado (HERNANDEZ; GRÁCIA-ARNAIZ, 2005, p. 456-457).

A tradição gastronômica é transmitida por gerações, e devido a dinâmica cultural podemos alterá-las ou adaptá-las, recriando sem perder determinadas características que garantem o reconhecimento à partir da degustação.

De acordo com a Convenção para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, aprovado pela UNESCO em 17 de outubro de 2003, entende-se por Patrimônio Cultural Imaterial:

As práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas junto com instrumentos, artefatos, objetos e lugares que lhe são associados – que as comunidades reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. Este que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades em função do seu ambiente, interação com a natureza e história, gerando um sentimento de identidade, contribuindo para a diversidade cultural. (IPHAN, 2008).

A gastronomia pode ser considerada Patrimônio Imaterial, pois está ligada à identidade de um povo, divulgando uma tradição.

Segundo a UNESCO o Patrimônio Cultural Imaterial pode ser definido como a manifestação patrimonial da porção intangível da herança cultural dos povos, incluindo as tradições, o folclore, as línguas, as festas e outras manifestações, citando como parte desses bens a gastronomia.

Desta forma, a alimentação sendo um fator importante na identificação de uma sociedade, pode ser apontada como Patrimônio Cultural Imaterial. Os bens imateriais são trabalhados segundo as premissas do Programa Nacional de Patrimônio Imaterial/PNPI, instituído pelo Decreto nº. 3.551, de 4 de agosto de 2000, tendo como objetivo viabilizar projetos de identificação, reconhecimento, salvaguarda e promoção da dimensão imaterial do patrimônio cultural. No próximo capítulo uma breve apresentação da cidade de Paranaguá.

4 PARANAGUÁ-PR: UMA APRESENTAÇÃO

FIGURA 2 – LOCALIZAÇÃO DE PARANAGUÁ- PR



FONTE: GOOGLE MAPS,2016.

QUADRO 2 – ASPECTOS GEOGRÁFICOS

150.660	População Estimada 2015
826,675	Área de unidade territorial (km ²)
169,92	Densidade demográfica (hab/km ³)
4118204	Código do município
Parnanguara	Gentílico

FONTE: www.biblioteca.ibge.gov.br

O litoral do Paraná começou a ser povoado em 1550, na ilha da cotinga foi o onde começou a ocupação, os índios chamavam a baía de Paranaguá de Grande Mar Redondo.

Cerca de 20 anos mais tarde, os precursores, liderados por Domingos Peneda, nascido em São Paulo temeroso e afamado como “Régulo e Matador”, foi apontado como o autor da povoação conquistando a margem do rio Taguaré (Itiberê) onde foi habitado durante anos pelos indígenas Carijós.

Motivados por rumores que havia ouro na região, suspeitava-se que existia nas Terras de Sant’Ana, ao Sul da Capitania de São Vicente, foram

estimuladas as navegações por Vicentinos e Cananeenses naquela área a procura de mais fortunas que aquela localidade eventualmente pudesse ofertar.

Por intermédio de Superagüi e Ararapira, entre os anos 1550 e 1560, embrenhando-se e percorrendo o amplo e sublime Mar Redondo (baía de Paranaguá), as embarcações capitaneadas pelos Vicentines avistaram próxima ao continente, a Ilha da Cotinga. Surpresos ao ver inúmeras habitações de Índios Carijós e também com certo receio de que pudessem lhe fazer algum mal, percorreram em direção à Ilha da Cotinga porém para o lado que a divide da Ilha Rasa, a qual suas habitações foram estabelecidas. Em 1578 foi construída a primeira igreja da região sob conjuro de Nossa Senhora do Rosário. O primeiro lote de colonizadores sucederam-se, e o restante, após terem uma paciente conexão com os silvícolas, expandiu-se por toda a baía. Depois da evidenciação da existência de minas de ouro na região da serra Negra, automaticamente teve um aumento da população. Supõe-se que dessas minas retirou-se os primeiros fragmentos de ouro Brasileiro para a Corte Portuguesa.

Os colonizadores cultivaram relacionamentos de afeição e de troca com os carijós ocasionando o encadeamento da povoação de ilhas, recôncavos e desaguadouros de rios.

Os missionários jesuítas, já haviam explorado entre os anos 1549 à 1556, os inatingíveis sertões de Iguape, Paranaguá e Cananéia, até os planaltos da Serra do Mar. O falecimento e sacrifício dos jesuítas Pedro Correia e do seu parceiro missão ocorreu-se em 1556, enquanto os corajosos voltavam do temerário sertão dos Carijós, na própria Serra do Mar.

A região de Paranaguá é passada então para jurisdição espanhola pelas colônias portuguesas, e Pernaguá (denominada inicialmente) passa a aparecer em mapas como “Baya de La Corona de Castilha – um lugar meio perdido entre Rio de Janeiro e Rio da Prata”. Após o crescimento da povoação, é instalada a Câmara Municipal, a região agora é vila com escrivão juramentado e pelourinho. Após, chegou ao território, em 1640 o Capitão Provedor Gabriel de Lara, juntamente com a fidalga família com posse de governo militar.

No ano de 1646 foi erguido o Pelourinho, retrato de poder e justiça de El-Rei. Dois anos depois, a vila recebeu a denominação de Vila de Nossa Senhora do

Rocio de Paranaguá. Os Felipes da Espanha falecem e os portugueses reassumem a coroa e cerca de 1650, os faiscadores adentram pela baía, retirando ouro e mandando para a corte portuguesa.

Passados 10 anos, em 1660 a vila converteu-se a Capitania, tornando-se Cidade em 05 de Fevereiro de 1842. A partir daí vai disseminando seu casario a beira do Rio Itiberê marcando a história com seu destino de berço da civilização paranaense.

Em 13 de fevereiro de 1845, começou-se a operar a Capitania dos Portos no município. A visita de D. Pedro II para a apresentação da pedra imprescindível do edifício da Estação Ferroviária, em 1854 marcou a cidade na época. A estrada de ferro, que tem seu ponto inicial em Paranaguá, até hoje é a razão de muito orgulho para a engenharia nacional, foi construída tão velozmente que teve início no ano de 1880 e foi inaugurada em dois de fevereiro de 1885. O que realmente alterou o formato econômico do município foi a construção do Porto Dom Pedro II, em 1935, que foi classificado como o segundo maior em capacidade de exportações e o primeiro da América Latina em movimentação a granel.

A cidade de Paranaguá é um dos 65 destinos indutores, apresentando como principal atividade econômica a área portuária, possuindo também outros atrativos de grande representatividade movimentando a cadeia produtiva do turismo. No capítulo seguinte, trataremos da Festa da Tainha, evento gastronômico oficial no calendário de eventos em Paranaguá.

4.1 FESTA DA TAINHA

A realização de eventos é considerada uma atividade que gera grande expansão socioeconômica, trazendo benefícios para todas as partes envolvidas, equilibrando oferta e demanda, promovendo a imagem local e conseqüentemente enriquecendo a cultura local, como exemplo, a Festa da Tainha que oferta um prato típico da região, o qual carrega uma história de anos, com imenso valor cultural. O evento é utilizado como instrumento viável em comunicação, criando oportunidades e movimentando o consumo de uma determinada localidade e promovendo o aproveitamento do produto turístico.

A Festa da Tainha faz parte do Calendário Oficial de Eventos do Paraná, criada para comemorar o dia do pescador. O evento é realizado na Praça 29 de julho e conta com diversas atrações como shows, artesanato e entretenimento. Há 30 anos a Prefeitura de Paranaguá realiza a festa da tainha, fazendo parte do Calendário Oficial de Eventos de Paranaguá.

A festividade representa uma oportunidade de geração de renda às famílias de pescadores que enfrentam dificuldades na venda do pescado em período de frio, e promove o turismo e cultura local.

A primeira festa foi realizada em 1985, promovida pela colônia de pescadores Z-1, foi ganhando reforço do poder público ao longo do tempo, chegando à 39ª festa do pescador, 31ª festa da tainha, 8ª feira regional da tainha e 6ª festa nacional da tainha, considerado assim como o maior evento de consumo de pescado do Brasil.

No início a festa que acontecia na cidade, era simples e pequena, com menor número de barracas e com pelo menos 10 colônias de pescadores de Paranaguá, atualmente a festa conta com a participação de 16 famílias e 11 comunidades pesqueiras sendo elas, Amparo, Vila Guarani, Teixeira, Guaraqueçaba, Ilha do Mel, Ilha dos Valadares, Pontal do Paraná, Piaçaguera, Ponta do Ubá e Barra do Sul-SC e conta também com o grande apoio da Prefeitura de Paranaguá através da Fumtur (Fundação Municipal de Turismo) e Secretaria Municipal de Agricultura e Pesca – Semapa, que proporciona uma estrutura com capacidade de atendimento de até 2.500 refeições segundo Prefeitura de Paranaguá. No decorrer dos anos, esta estrutura vem contando com apoio e participação de restaurantes locais, por uma iniciativa de garantir e promover a comercialização.

A tradicional tainha ganhou inúmeras “versões” no evento, sendo a tainha recheada (FIGURA 5) a mais pedida durante a festa. Além da tainha defumada (FIGURA 6), ensopada, frita, prato com ovo da tainha, o pescado também ganhou frutos do mar no cardápio (FIGURA 7) e receitas apresentadas por participantes de um concurso culinário que foi promovido. O evento movimentava diversos setores em Paranaguá, assim como atrações culturais por meio da gastronomia local; fomento e economia; e capacitação e qualificação profissional.

FIGURA 3 – FOLDER DE DIVULGAÇÃO DO ANO DE 2016



Imagem disponível no site: www.paranagua.pr.gov.br

FIGURA 4 – PORTAL DA FESTA DA TAINHA DO ANO DE 2016



FONTE: CALADO, Samuel (2016)

FIGURA 5 – TAINHA RECHEADA



FONTE: FUNDAÇÃO DO TURISMO, 2016.

FIGURA 6 – TAINHA DEFUMADA



FONTE: CALADO, Samuel (2016).

FIGURA 7 – CARDÁPIO DA FESTA DA TAINHA

6ª FESTA NACIONAL DA TAINHA
 31ª FESTA DA TAINHA - 39ª FESTA DO PESCADOR
 8ª FEIRA REGIONAL DA TAINHA
 2016

23 de Junho a 10 de Julho

REFEIÇÕES

Tainha Recheada - Guarnições para duas pessoas (arroz, maionese e salada)	RS 48,00
Tainha Cambú - Guarnições para duas pessoas (arroz, maionese e salada)	RS 60,00
Tainha a Parmegiana - Guarnições para duas pessoas (arroz, maionese e salada)	RS 60,00
Tainha Enopada - Guarnições para duas pessoas (arroz, salada e pirão de peixe)	RS 35,00
Tainha Espalmada com molho branco - Guarnições para duas pessoas (arroz e salada)	RS 40,00
Camarão na Moranga - Guarnições para duas pessoas (arroz e salada)	RS 50,00

OSTRAS

Ostra Natural Despeçada - 12 unidades	RS 18,00
Ostra Gratinada com queijo mussarela e cheiro verde - 12 unidades	RS 22,00
Ostra ao Bafê - 12 unidades	RS 18,00
Ostra ao Vinagrete - 300 gramas	RS 15,00

PETISCOS - CAMARÃO

Camarão 7 barbas - 400 gramas	RS 17,00
Camarão Branco a Paulista - 25 unidades	RS 27,00
Camarão Branco e Milanesa - 25 unidades	RS 35,00
Bolinha de Camarão - com 06 unidades	RS 18,00
Empadão de Camarão - porção	RS 5,00
Espetinho de Camarão - com 06 camarões	RS 12,00
Pastel de Camarão - unidade	RS 5,00

PETISCOS

Ovo de Tainha Frita - o par	RS 25,00
Bolinha de Bacalhau - 6 unidades	RS 18,00
Canginha de Siri - porção 100 gramas	RS 10,00
Peixe a Milanesa Picadinho ou Cavala 400 gr	RS 24,00
Isca de Polvo - 400 gramas	RS 22,00
Posta de Tainha Frita - 6 pedaços	RS 20,00
Lula frita - 300 gramas	RS 24,00
Marisco ao Vinagrete - 300 gramas	RS 15,00

FORÇÕES

Alpim com Bacon - 400 gramas	RS 15,00
Alpim - 400 gramas	RS 12,00
Batata Frita - 400 gramas	RS 12,00
Batata Frita acompanha bacon - 400 grs	RS 15,00
Arroz	RS 6,00
Malonese	RS 8,00
Salada	RS 6,00

HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
 11:00 às 02:30hs

AGUA

Água natural	RS 3,00
Água com gás	RS 7,00

REFRIGERANTE

Refrigerante Lata	RS 4,00
Refrigerante 2 Litros	RS 9,00

SUCOS

Suco Natural com água - 300 ml	RS 5,00
Suco Lata	RS 5,00

CERVEJA

Cerveja Lata	RS 4,00
Cerveja Garrafa	RS 7,00

BEBIDAS

Caipira Cachaça - 400 ml	RS 10,00
Caipira Semirof - 400 ml	RS 15,00
Whisky Nacional - dose	RS 15,00
Whisky Red Label - dose	RS 20,00
Quintão - 300 ml	RS 5,00
Caipirinha de Vinho - 400 ml	RS 12,00
Vinho Taça	RS 6,00
Vinho Garrafa	RS 15,00

Logos: Prefeitura de Paranaguá, Fora Dengue, 65 Anos, FUMTUR, Z1, SEMAPA.

A festa da família. Venha se divertir!

FONTE: IVANOVICK, IVAN (2016).

Segundo a Secretaria de Turismo do estado do Paraná (SETU), destacam além da Festa da Tainha:

- Festa do Boi no Rolete – típico das cidades de Engenheiro Beltrão, Altônia, Planalto, Marechal Cândido Rondon, Ribeirão Claro, Santa Fé e Santa Terezinha de Itaipu.
- Castropreiro – desde 1991, típico de Castro;
- Quirera Lapiana e o Virado Lapeano – são pratos típicos da Lapa;
- Festa do Carneiro do Rolete – Piraquara, Cambaré e Ribeirão Claro;
- Festa do Charque – típico de Cândói;
- Festa do Carneiro ao Vinho – Peabiru;
- Festa do Pinhão – Município de Pinhão;
- Festival de Frutos do Mar e Festa do Caranguejo – Pontal do Paraná;
- Festa do Frango, Polenta e do Vinho – Curitiba;
- Festa do Costelão ao Fogo-de-Chão – Paranavaí;

5 ANÁLISE DA FESTA DA TAINHA

Foram estudados os observatórios do turismo da Festa da tainha dos anos de 2012, 2013, 2014 e 2015. Esses observatórios são um núcleo de estudos sobre o turismo, qualificando e quantificando informações sobre o fluxo turístico de eventos realizados na cidade de Paranaguá. Os dados foram retirados do site: www.paranagua.pr.gov.br.

No ano de 2012, as pesquisas feitas pelos funcionários da FUMTUR foram realizadas durante os dezenove dias do evento. Foram entrevistados turistas e moradores, não havia a informação da quantidade de questionários que foram aplicados. Em 2013 foram aplicados 82 questionários, não haviam informações de quando foram realizadas as pesquisas. No ano de 2014 durante os dias 27 de junho até o dia 13 de julho, foram aplicados um total de 230 questionários aos participantes da festa. E a coleta de dados no ano de 2015 foi realizada nos dias 27 e 28 de junho, com 100 entrevistas aplicadas.

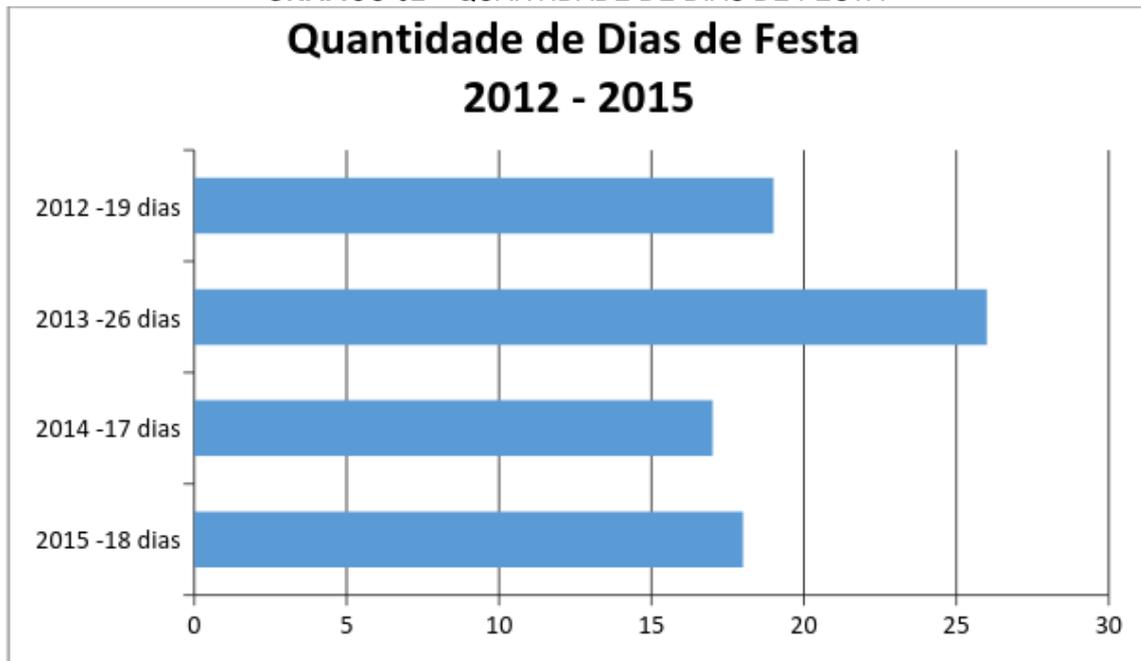
De acordo com a Secretaria Municipal de Agricultura, Pesca e Abastecimento, em 2015 a festa comercializou 20 toneladas de tainha em 18 dias de evento.

GRÁFICO 01 – QUANTIDADES DE TAINHAS COMERCIALIZADAS



FONTE: SECRETARIA MUNICIPAL DE AGRICULTURA, PESCA E ABASTECIMENTO

GRÁFICO 02 – QUANTIDADE DE DIAS DE FESTA



FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ

De acordo com os gráficos apresentados, podemos identificar uma queda considerável no consumo do item principal oferecido no evento, em relação ao ano de 2012 para 2015. E em destaque no ano de 2013 foi a quantidade de dias em que permaneceu o evento, 26 dias no total.

5.1 PERFIL DO TURISTA

Os formatos dos gráficos dos observatórios foram modificados para o modelo de pizza para melhor entendimento, pois haviam vários modelos dificultando a compreensão dos resultados.

Gênero

Os resultados dos gráficos demonstram que o sexo masculino é maioria entre os visitantes da festa. Somente no ano de 2014 o público feminino se sobressaiu.

GRÁFICO 03 – GÊNERO 2012

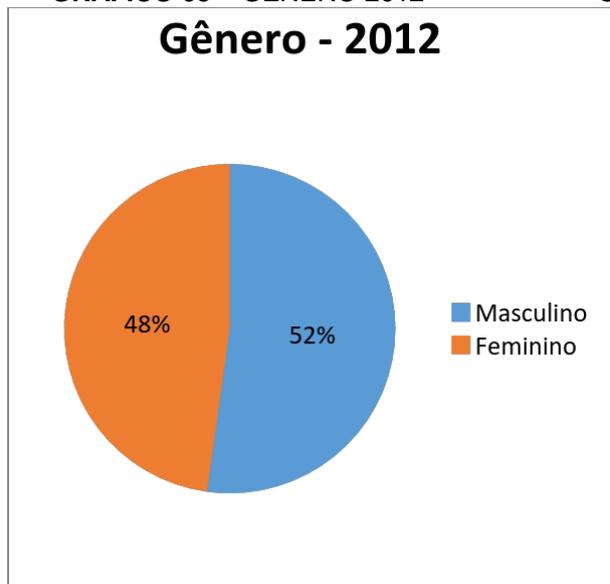
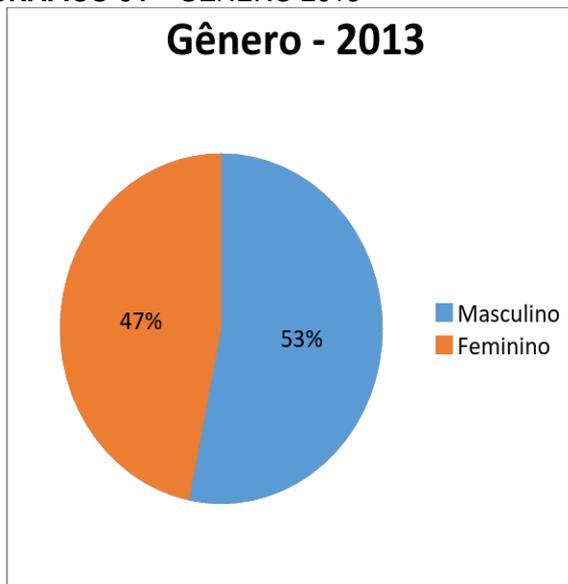


GRÁFICO 04 – GÊNERO 2013



FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ

GRÁFICO 05 – GÊNERO 2014

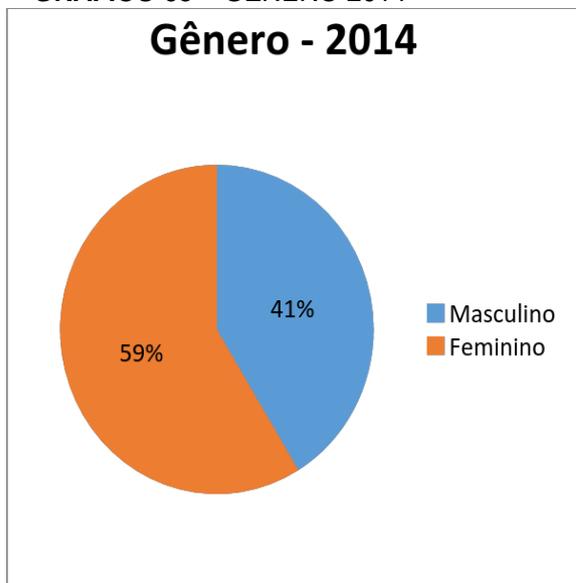
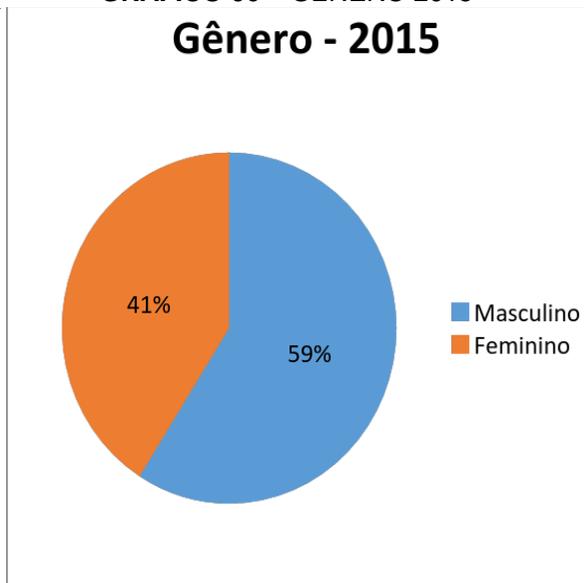


GRÁFICO 06 – GÊNERO 2015



FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ; SEBRAE PR

Faixa etária

Ao longo dos anos a faixa etária se manteve predominante com visitantes de até 44 anos, com aproximadamente 30% de diferença dos entrevistados acima dessa idade

GRÁFICO 07 – FAIXA ETÁRIA 2012

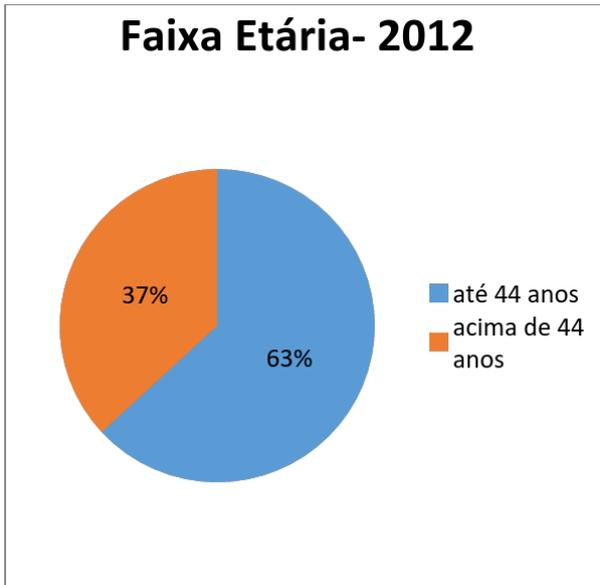
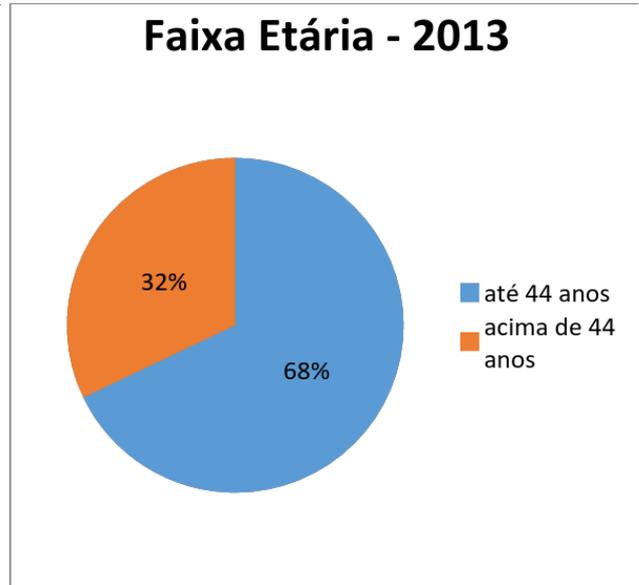


GRÁFICO 08 – FAIXA ETÁRIA 2013



FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ

GRÁFICO 09 – FAIXA ETÁRIA 2014

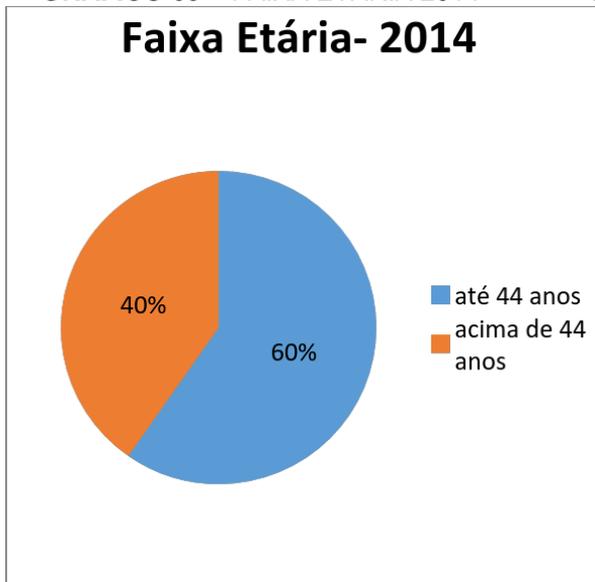
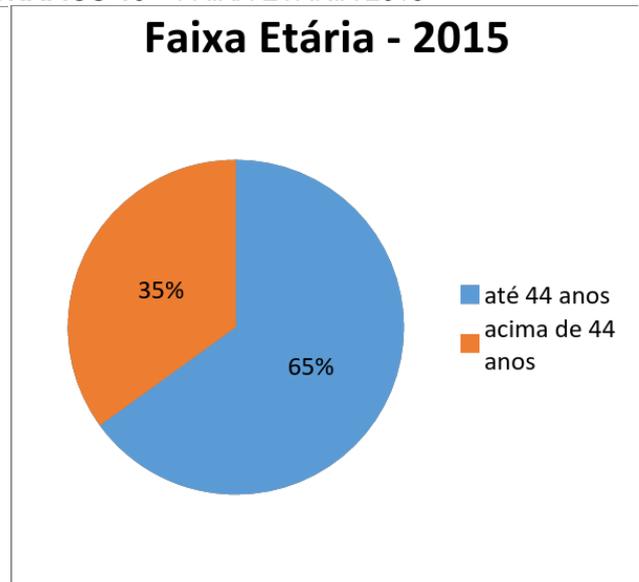


GRÁFICO 10 – FAIXA ETÁRIA 2015

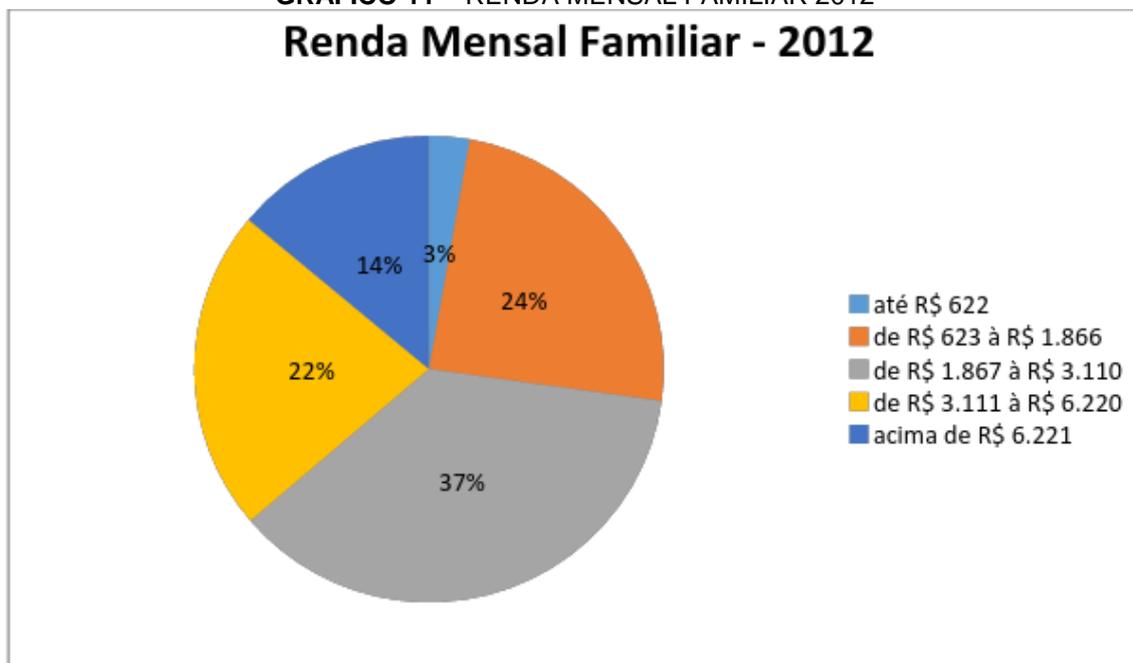


FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ; SEBRAE PR

Renda mensal familiar

Em 2012 (gráfico 11) a média de renda foi de R\$ 623,00 à R\$ 1.866,00. Em 2013 (gráfico 12) e em 2014 (gráfico 13) a renda familiar de 1 à 2 salários mínimos se totaliza com 73% e 86% com a renda de 3 à 4 salários mínimos. No ano de 2015 (gráfico 14) a média foi de 36% da renda de até 5 salários mínimos.

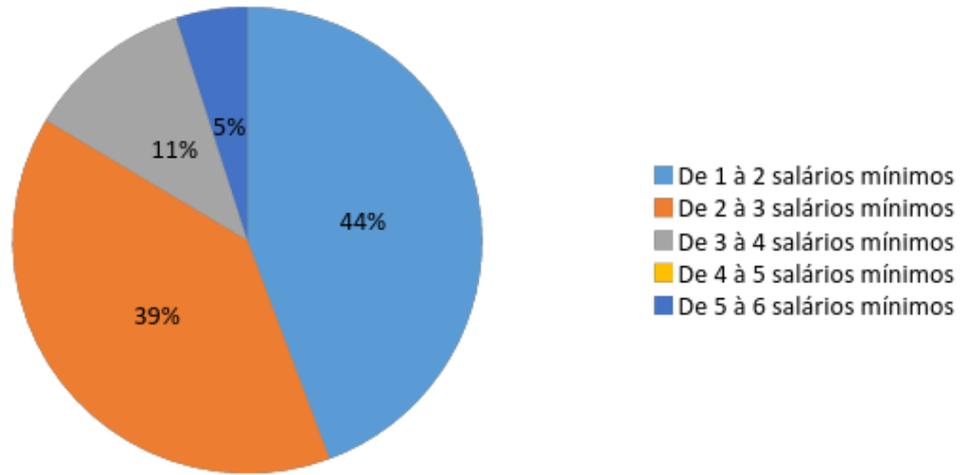
GRÁFICO 11 – RENDA MENSAL FAMILIAR 2012



FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ

GRÁFICO 12 – RENDA MENSAL FAMILIAR 2013

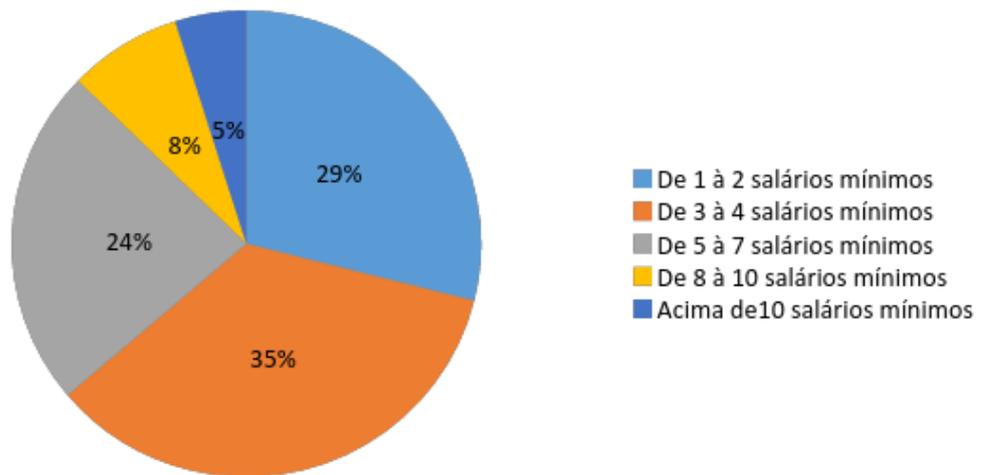
Renda Mensal Familiar - 2013



FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ

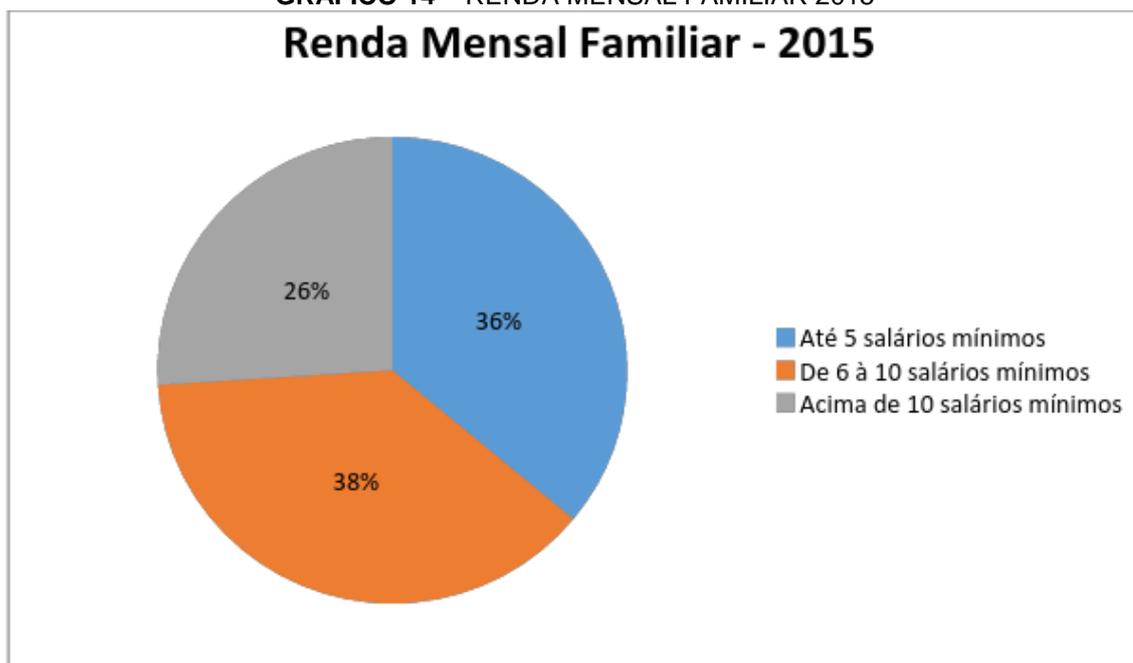
GRÁFICO 13 – RENDA MENSAL FAMILIAR 2014

Renda Mensal Familiar - 2014



FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ

GRÁFICO 14 – RENDA MENSAL FAMILIAR 2015

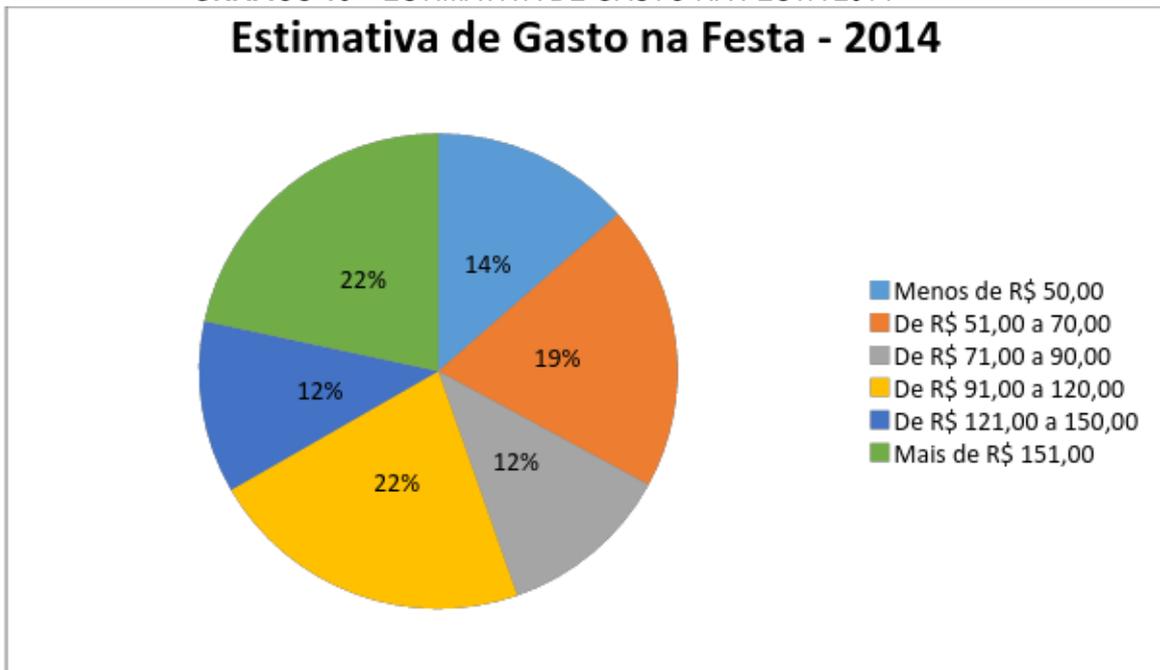


Fonte: SEBRAE PR

Estimativa de gasto na festa

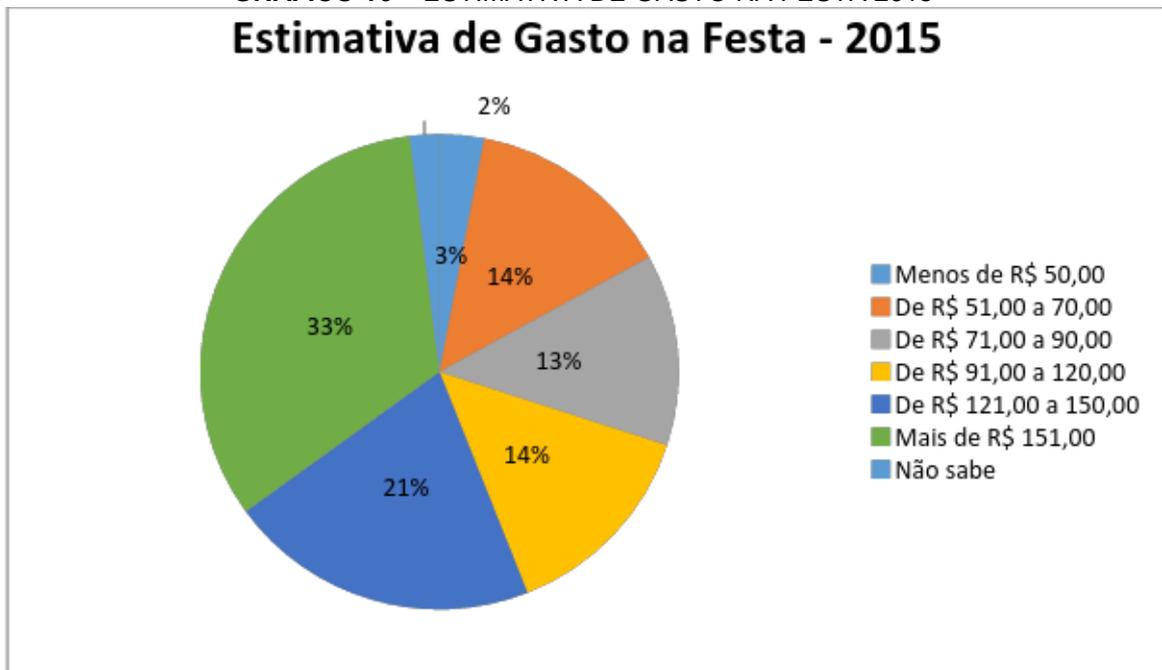
Em 2012 e 2013 não havia informações de estimativa de gastos dos visitantes na festa. No ano de 2014 (gráfico 15) 22% dos participantes com gastos de R\$ 91,00 à R\$ 120,00 tem o mesmo percentual de participantes com gastos acima de R\$ 151,00. Em 2015 (gráfico 16) destaca-se 33% com gastos acima de R\$ 151,00.

GRÁFICO 15 – ESTIMATIVA DE GASTO NA FESTA 2014



FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ

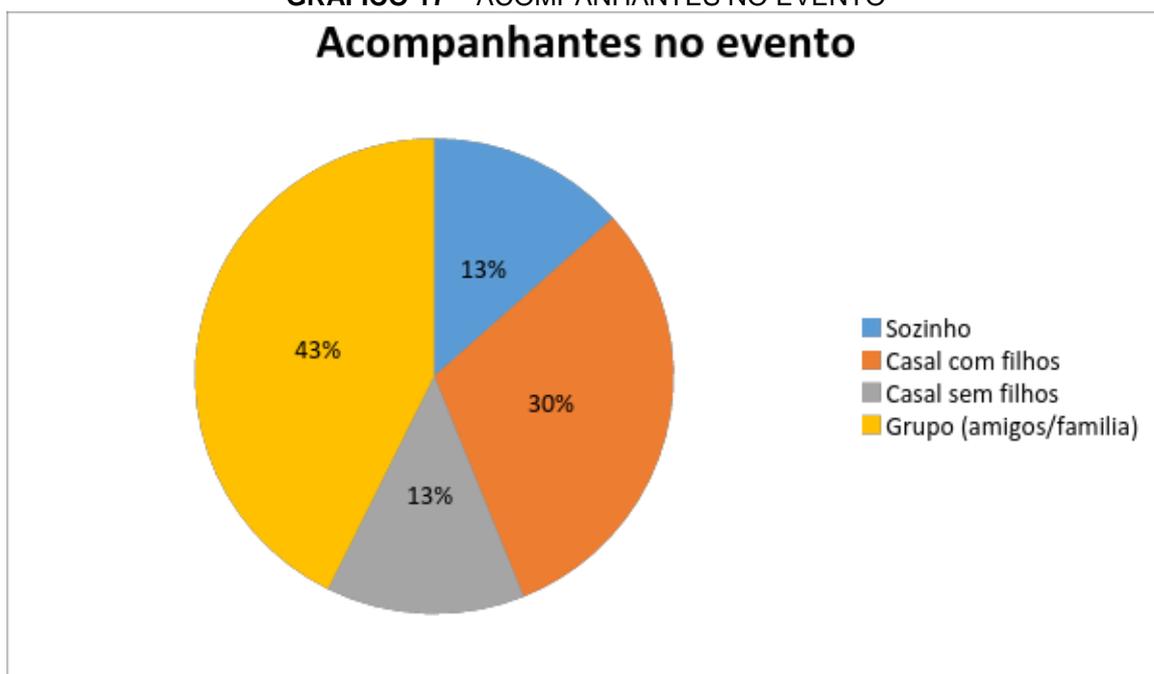
GRÁFICO 16 – ESTIMATIVA DE GASTO NA FESTA 2015



Fonte: SEBRAE PR

Em relação aos acompanhantes no evento não havia informações nos anos de 2012, 2013 e 2015. No ano de 2014 (gráfico 17) nota-se que 71% dos visitantes vem acompanhados de familiares. O que revela um público constituído por famílias.

GRÁFICO 17 – ACOMPANHANTES NO EVENTO

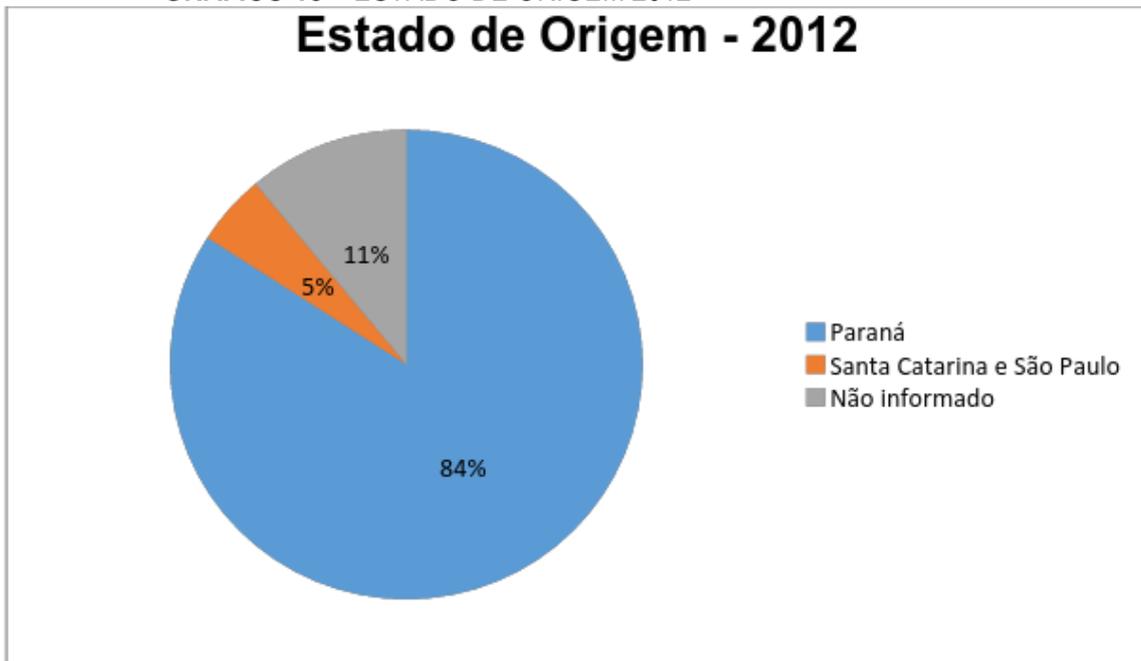


FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ

Estado de Origem

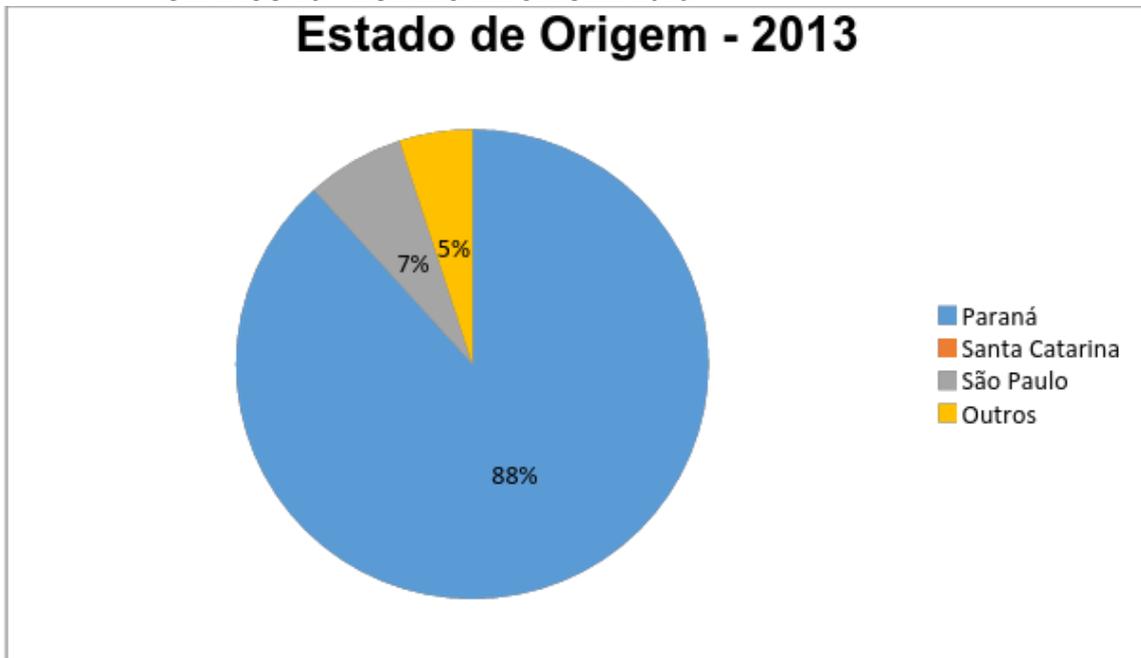
Em ambos os gráficos percebe-se que a procedência da maioria dos visitantes provém do estado do Paraná. Em 2012 (gráfico 18) 84% e em 2013 (gráfico 19) 88% são do Paraná. No ano de 2014 (gráfico 20) destaca-se 90% dos visitantes sendo paranaenses. E em 2015 (gráfico 21) com uma queda de 3% em relação aos participantes do Paraná do ano anterior.

GRÁFICO 18 – ESTADO DE ORIGEM 2012



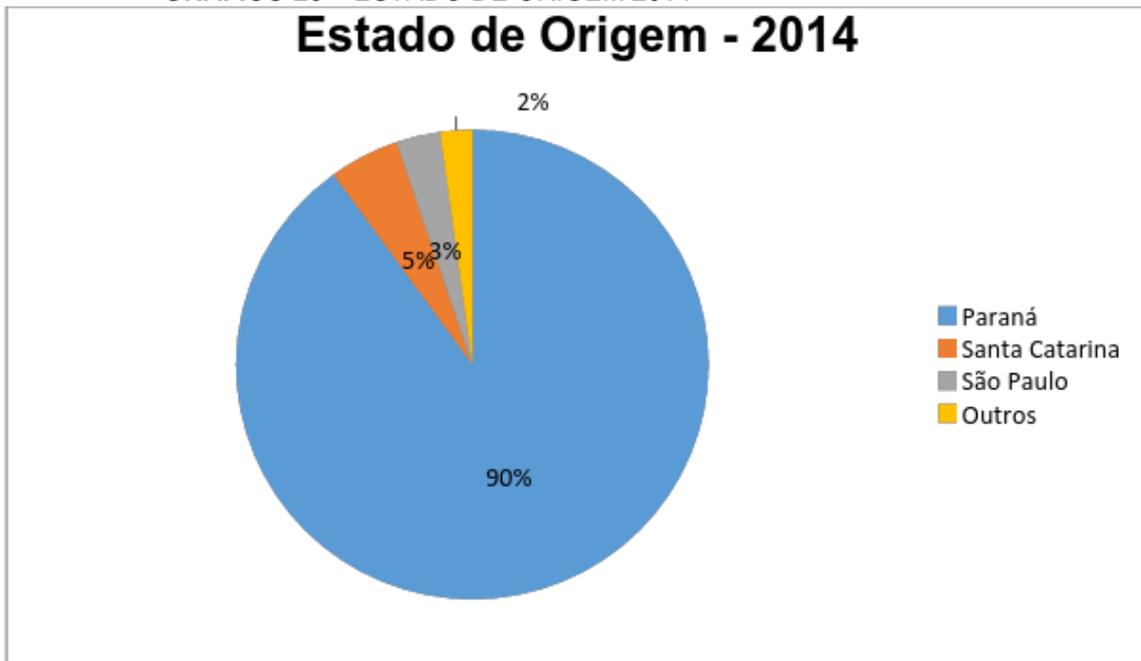
FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ

GRÁFICO 19 – ESTADO DE ORIGEM 2013



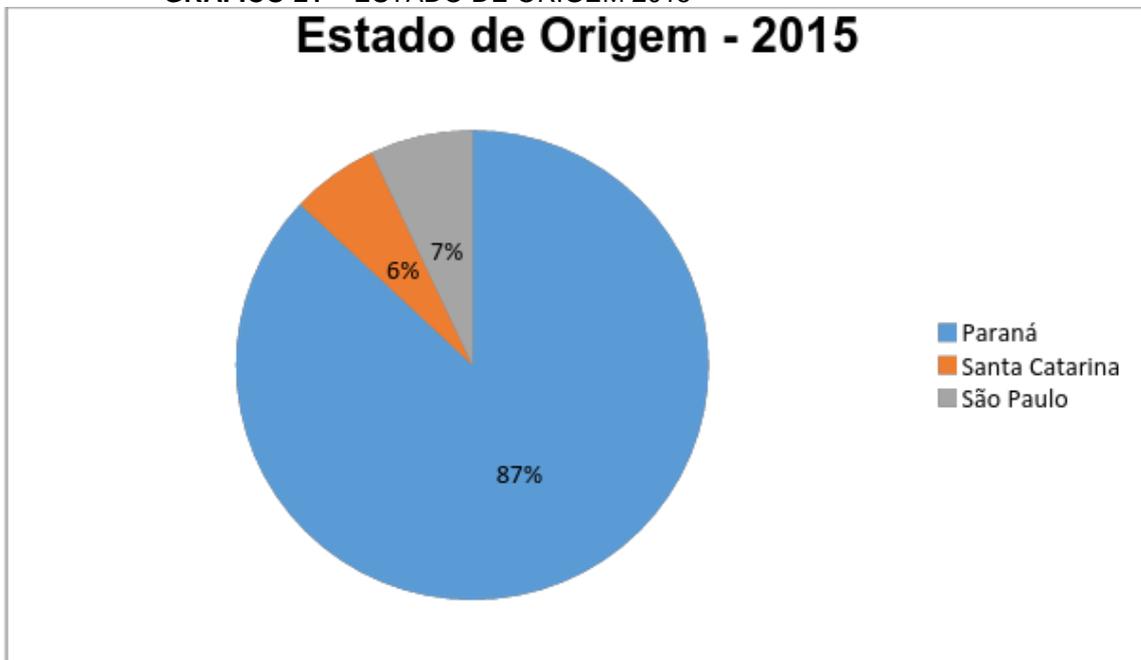
FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ

GRÁFICO 20 – ESTADO DE ORIGEM 2014



FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ

GRÁFICO 21 – ESTADO DE ORIGEM 2015

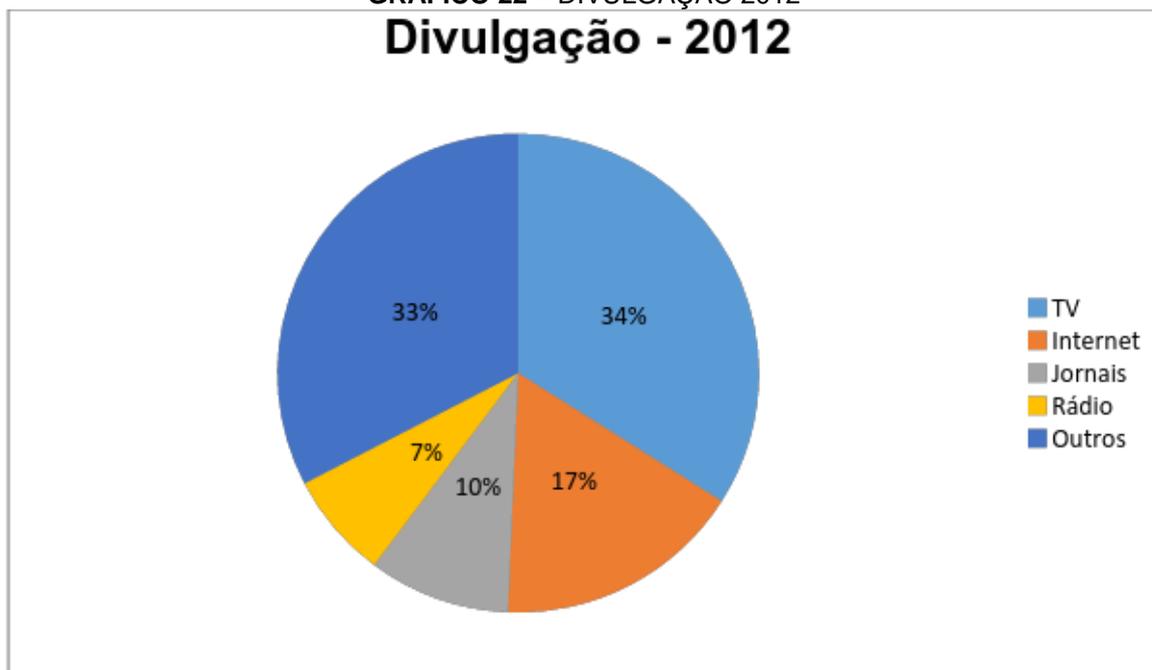


Fonte: SEBRAE PR

Como soube da Festa da Tainha?

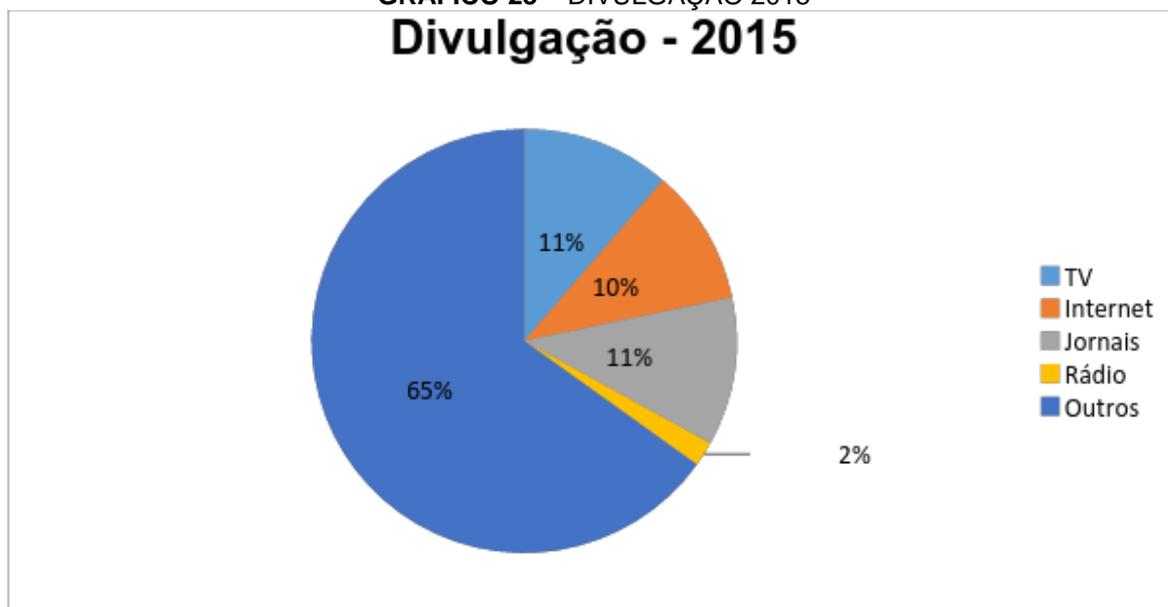
Em 2012 (gráfico 22) a opção TV resultou em 35 %, se sobressaindo das outras divulgações como internet, jornais, rádios e outros. Enquanto em 2015 (gráfico 23) a opção “outros” teve resultado de 69%. Nos anos de 2013 e 2014 não havia informações de divulgação da festa.

GRÁFICO 22 – DIVULGAÇÃO 2012



FONTE: OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE PARANAGUÁ

GRÁFICO 23 – DIVULGAÇÃO 2015

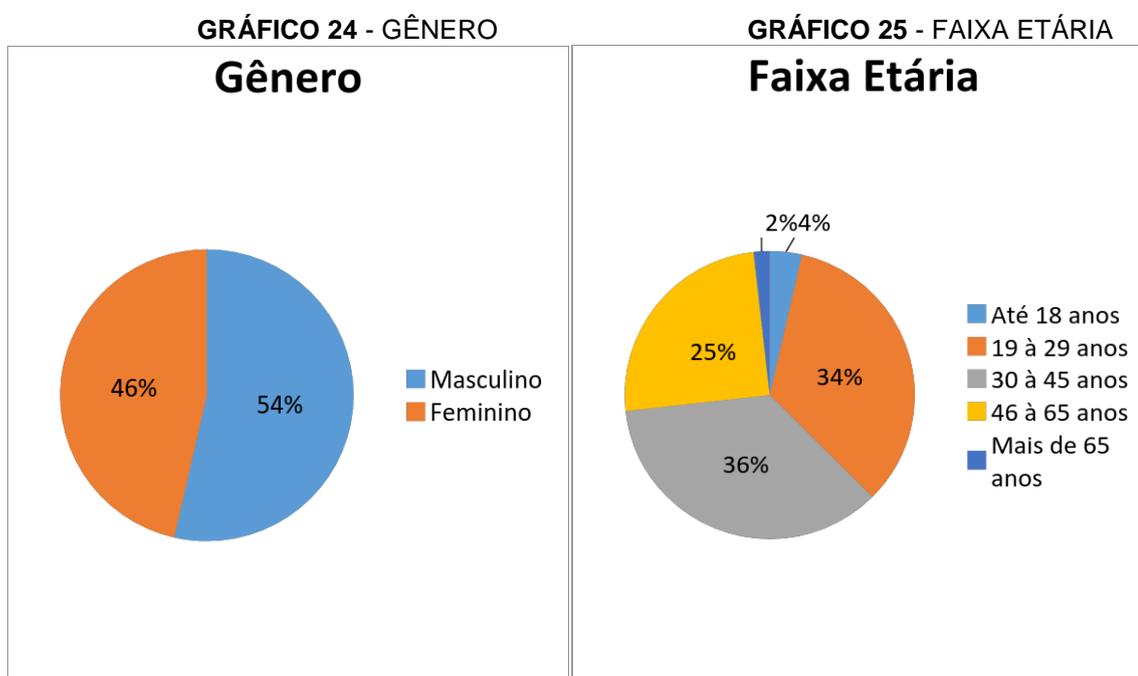


Fonte: SEBRAE PR

6 RESULTADO DAS ENTREVISTAS – FESTA DA TAINHA 2016

Nos dias 8 e 9 de julho de 2016 foram aplicados 56 questionários destinados aos turistas que frequentaram a Festa da Tainha. Os questionários foram aplicados em períodos alternados.

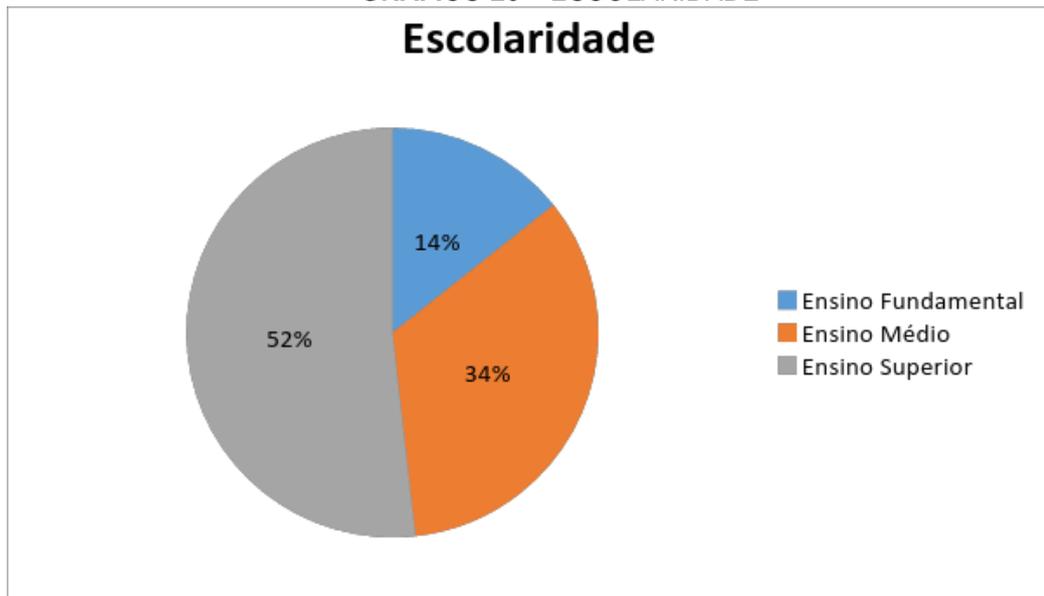
O resultado do questionário demonstra que o sexo masculino é maioria entre os visitantes da festa, obtendo resultado de 54% (gráfico 24). Quando se trata da idade desses visitantes 36 % (gráfico 25) deles tem entre 30 à 45 anos de idade.



FONTE: AS AUTORAS (2016).

Em relação à escolaridade (gráfico 26) dos entrevistados sua maioria possui ensino superior resultando em 52 %.

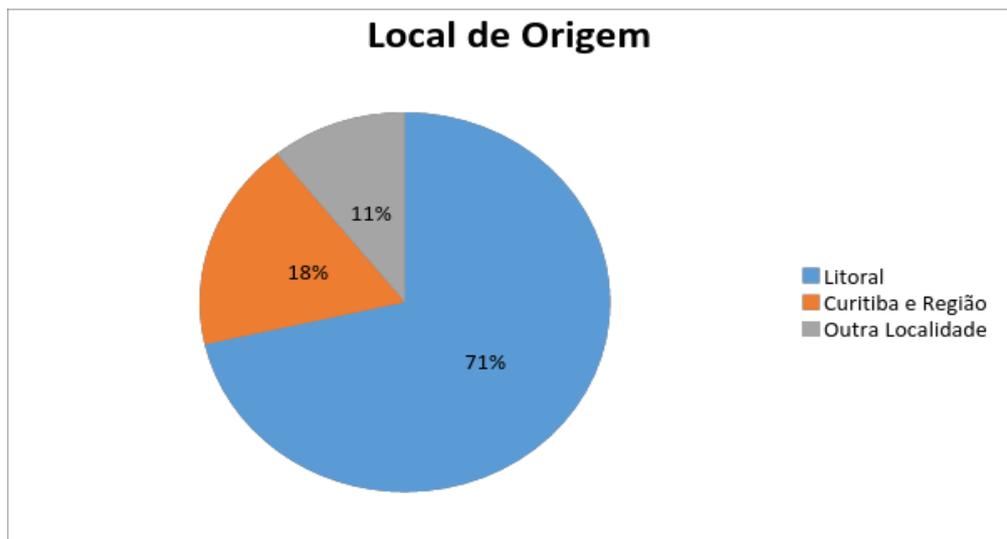
GRÁFICO 26 – ESCOLARIDADE



FONTE: AS AUTORAS (2016).

No gráfico abaixo observamos que em relação à origem dos visitantes 89% provém do estado do Paraná, sendo do litoral 71% e 18% de Curitiba e região, enquanto 11% vieram de outros estados.

GRÁFICO 27 – LOCAL DE ORIGEM



FONTE: AS AUTORAS (2016).

Dos entrevistados quando questionados se já haviam visitado a festa anteriormente 93% responderam que sim e 7% que não. Conforme o gráfico 33% dos

entrevistados já haviam visitado a festa 2 vezes. E em relação ao tempo de permanência a maioria respondeu 1 dia com 57 %.

GRÁFICO 28 – JÁ VISITOU A FESTA?

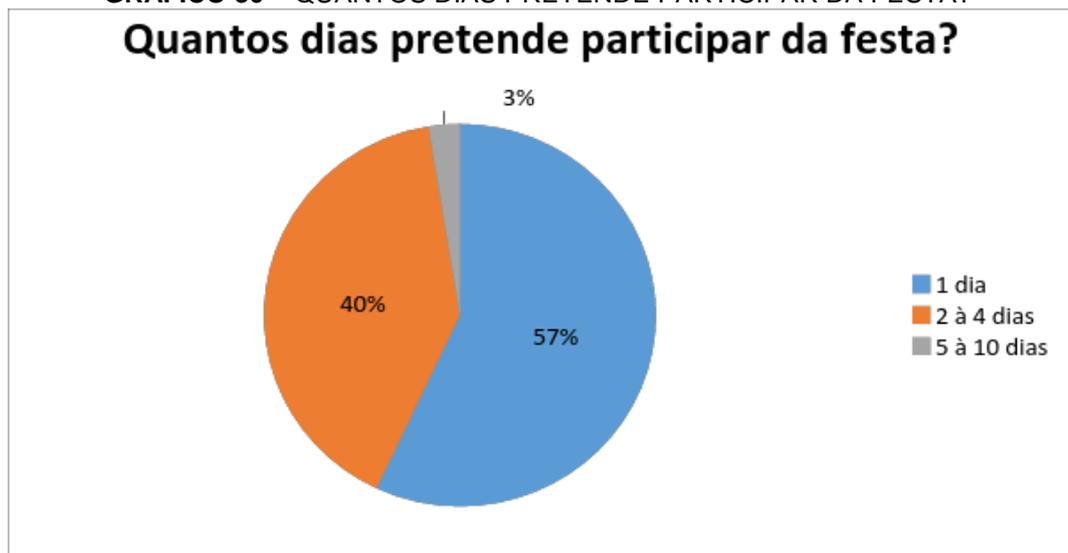


GRÁFICO 29 – QUANTAS VEZES JÁ VISITOU A FESTA?



FONTE: AS AUTORAS (2016).

GRÁFICO 30 – QUANTOS DIAS PRETENDE PARTICIPAR DA FESTA?

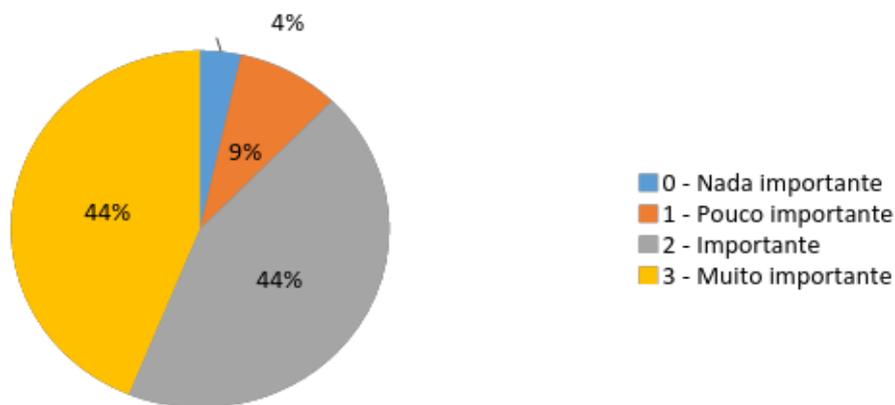


FONTE: AS AUTORAS (2016).

Na opinião dos entrevistados, a importância da gastronomia tradicional para a cidade de Paranaguá, dividem-se opiniões entre importante e muito importante com 44% cada. E 95% consideram a tainha adequada para o desenvolvimento gastronômico da cidade.

GRÁFICO 31 – NÍVEL DE IMPORTÂNCIA DA GASTRONOMIA TRADICIONAL

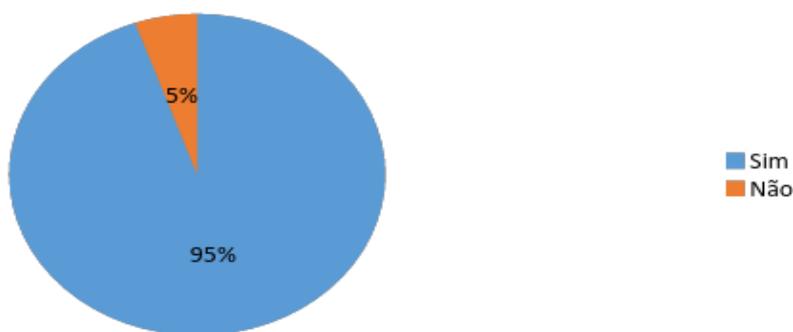
Em uma escala de 0 à 3, qual o nível de importância da gastronomia tradicional para a cidade de Paranaguá, em sua opinião?



FONTE: AS AUTORAS (2016).

GRÁFICO 32 – CONSIDERAÇÃO AO PRATO TRADICIONAL DURANTE O EVENTO

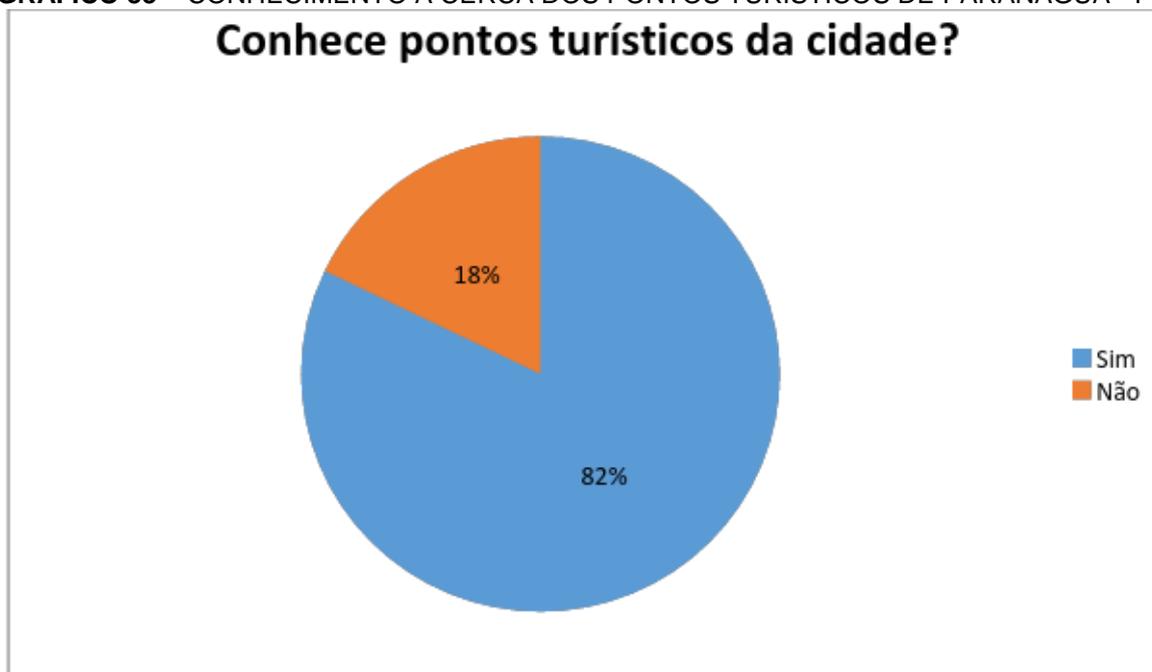
Considera a tainha, tradicional prato oferecido durante o evento, adequado para o desenvolvimento gastronômico da cidade?



FONTE: AS AUTORAS (2016).

Sobre conhecer pontos turísticos da cidade de Paranaguá, maior parte dos entrevistados responderam que conhecem os atrativos resultando em 82%, conforme apontado no gráfico, enquanto 18% responderam não conhecer os pontos turísticos do município. Os atrativos turísticos mais citados pelos entrevistados foram aquário, museu e ilhas.

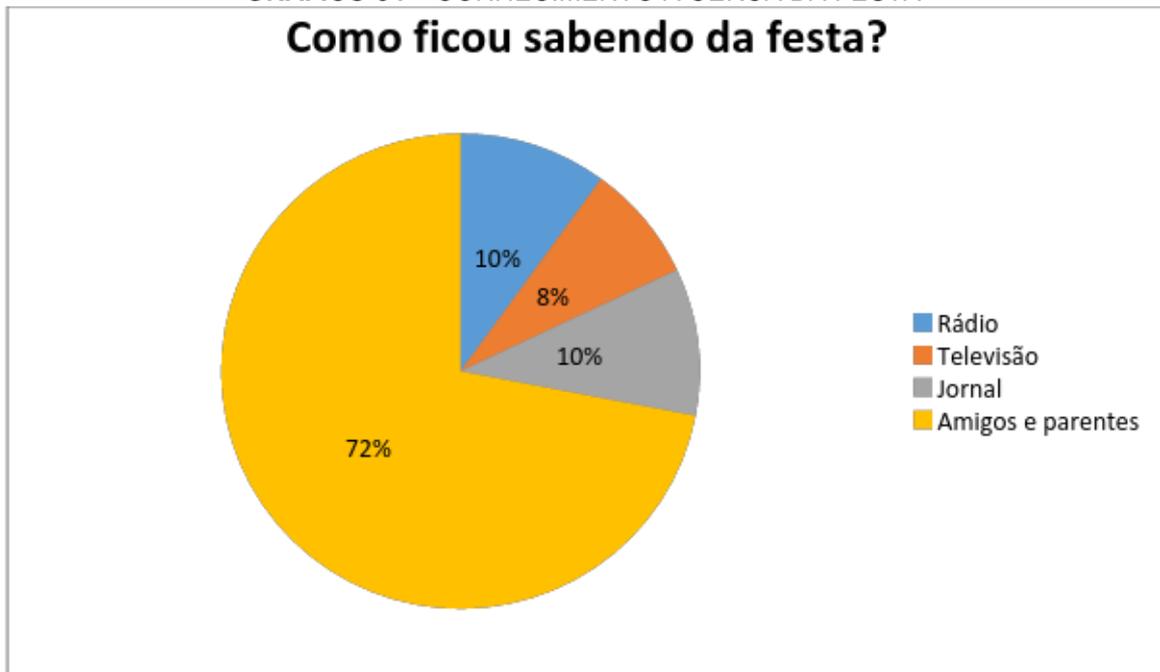
GRÁFICO 33 – CONHECIMENTO A CERCA DOS PONTOS TURÍSTICOS DE PARANAGUÁ - PR



FONTE: AS AUTORAS (2016).

No gráfico seguinte podemos notar que o principal meio de propaganda sobre a festa é através de amigos e parentes, resultando em 72%.

GRÁFICO 34 – CONHECIMENTO A CERCA DA FESTA



FONTE: AS AUTORAS (2016).

Com relação a satisfação com evento (gráfico 35), foi considerado pela maioria dos entrevistados como “bom” resultando em 49%.

GRÁFICO 35 – SATISFAÇÃO COM O EVENTO



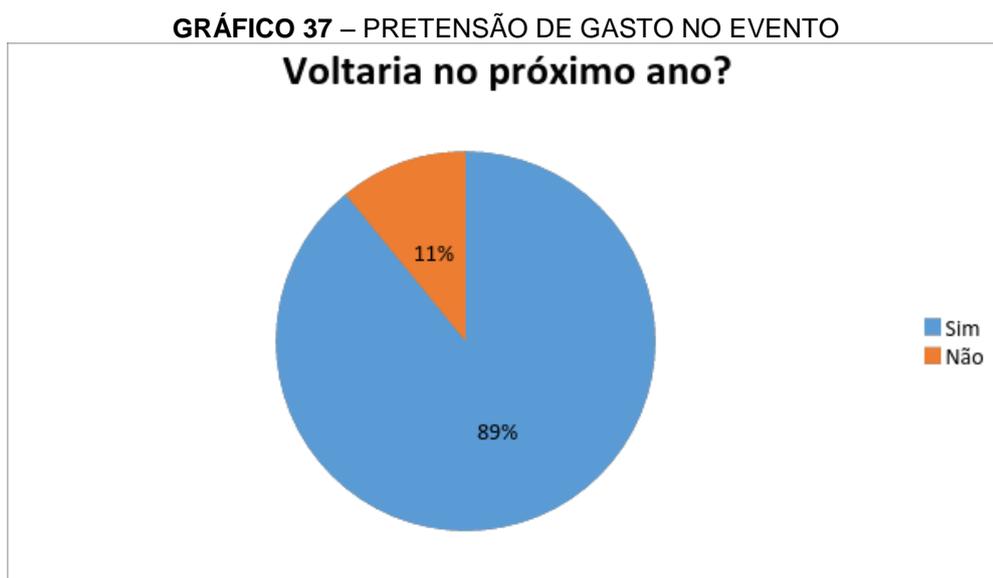
FONTE: AS AUTORAS (2016).

Destaca-se 47% dos entrevistados com estimativa de gastos (gráfico 36) de até R\$ 50,00.



FONTE: AS AUTORAS (2016).

De acordo com o gráfico abaixo, 89% dos entrevistados voltariam a festa no próximo ano e 11 % não voltariam.



FONTE: AS AUTORAS (2016).

GRÁFICO 38 – SUGESTÃO PARA MELHORAR A VALORIZAÇÃO DA GASTRONOMIA NA REGIÃO



FONTE: AS AUTORAS (2016).

Segundo sugestão dos entrevistados, para a melhoria da valorização do segmento (gráfico 38) a Divulgação obteve 64% como uma forma de valorização da gastronomia na região.

GRÁFICO 39 – SUGESTÃO DE MELHORIA NA FESTA



FONTE: AS AUTORAS (2016).

Para sugestão de melhoria na festa (gráfico 39), os entrevistados mencionaram reajustes dos Preços com 33%, Divulgação com 28%, Organização com 26%, Higiene com 10% e Lazer com 3%.

Os observatórios da FUMTUR (Fundação Municipal de Turismo) foram utilizados com o propósito de diagnosticar o perfil dos visitantes nos anos de 2012, 2013, 2014 e 2015 durante o período da Festa da Tainha. Com o objetivo de observar variações em relação ao perfil dos visitantes durante esse período e realizar uma comparação entre os observatórios realizados nesses cinco anos consecutivos.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos estudos realizados sobre a Festa Nacional da Tainha em Paranaguá, concluímos a importância da mesma para a história e cultura da região. A festa além de importante para o turismo na cidade, é considerada uma das maiores festas gastronômicas da cidade de Paranaguá.

Através dos questionários executados nota-se que o perfil dos visitantes são na maioria homens, com sua faixa etária entre 30 e 45 anos de idade, originários do estado do Paraná. Em relação à escolaridade dos entrevistados sua maioria possui ensino superior, permanecendo 1 dia no local, gastando em média R\$ 50,00 em alimentação. Durante o tempo de pesquisa no evento, foi apontada por grande maioria dos entrevistados a falta de higiene na área de alimentação. Porém, sua satisfação com o evento foi avaliada como “Bom”, resultando em 49%. O valor do prato principal e a divulgação da festa foram apontados como sugestão de melhoria. Esses fatores negativos podem interferir futuramente na desvalorização do atrativo.

Os Observatórios do Turismo da Festa Nacional da Tainha realizados pela FUMTUR (Fundação Municipal de Turismo), fez com que a análise do turismo durante os anos de 2012, 2013, 2014 e 2015 fossem realizados, os mesmos foram utilizados como uma forma de acompanhamento e comparação do desenvolvimento da festa entre 2012 e 2015. Podemos identificar pelos resultados que o gênero masculino foi maioria nos anos de 2012, 2013 e 2015, somente em 2014 o público feminino se sobressaiu. Ao longo dos anos a faixa etária se manteve predominante com visitantes de até 44 anos, e renda em 2012 a média de renda foi de R\$ 623,00 à R\$ 1.866,00, em 2013 e em 2014 a renda familiar de 1 à 2 salários mínimos se totaliza com 73% e 86% com a renda de 3 à 4 salários mínimos. No ano de 2015 a média foi de 36% da renda de até 5 salários mínimos.

Em ambos os gráficos percebe-se que a procedência dos visitantes provém do estado do Paraná e em relação a estimativa de gastos, os anos de 2012 e 2013 não apresentou informações, 2014 e 2015 destacou o gasto acima R\$ 151,00.

Os aspectos culturais por meio da gastronomia da Festa Nacional da Tainha visam o fomento e economia, promovendo a comercialização da tainha, gerando renda às famílias pesqueiras e consequentemente enriquecendo a cultura local.

REFERÊNCIAS

BARROCO, L.M.S.; BARROCO, H.E. **A importância da gastronomia como patrimônio cultural no turismo baiano.** Turismo y Desarrollo, v. 2, n.2, 2008.

BRASIL, Ministério do Turismo, **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais, Brasília, Ministério do Turismo 2006.** Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/Marcos_Conceituais.pdf>. Acesso em: 26/03/2016.

FERNANDES, G.A.; CHAGAS, M.M.; ANDRADE, L.V. **Segmentação do Mercado Turístico: Uma Análise da Realidade do Turismo de Eventos na Capital Portuguesa.** Rio Grande do Norte.

FURTADO, F.L. **A gastronomia como produto turístico.** Revista Turismo, 2004. Disponível em: <<http://revistaturismo.com.br/artigos/gastronomia.html>>. Acesso em: 04/07/2016.

GÂNDARA, J.M.G.; GIMENES, M.H.S.G.; MASCARENHAS, R.G. **Reflexões sobre o Turismo Gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos.** In: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M.G. (ORG) **Segmentação do Mercado Turístico – estudos, produtos e perspectivas.** Barueri: Manole, 2009.

HERNANDEZ, J.C.; M. GRACIA-ARNAIZ. **Alimentação e Cultura: Perspectivas antropológicas.** Barcelona. Ariel 2005.

IPHAN – Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/>> Acesso em: 26/09/2015.

MARINHO, S.V.; ALBERTON, A.; BORTNOWSKA, K. **Cultura e Alimentação: Análise das Festas Gastronômicas na Serra Gaúcha – RS.** UCS Universidade de Caxias do Sul, Revista Rosa dos Ventos Dossiê Turismo e Gastronomia, jul-set, 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização.** Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/PROGRAMA-DE-REGIONALIZAÇÃO-DO-TURISMO_-_DIRETRIZES.pdf> Acesso em: 01/05/2015.

PECCINI, R. **A Gastronomia e o Turismo.** Revista Rosa dos Ventos, abril-jun, 2013.
SAMPAIO, F. (2009) **A gastronomia como produto turístico. Região de Turismo do Alto Minho (RTAM).**

SCHLÜTER, R. ELLUL, D. **Gastronomia y turismo em Argentina Polo gastronômico Tomás Jofré. PASOS.** Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 6 (2), 249-268. Número Especial: Turismo Gastronômico y Enoturismo, 2008.

SETU. **Secretaria do Turismo do Estado do Paraná.** Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/>>. Acesso em: 15/06/2016

UNESCO. **CONVENÇÃO PARA A SALVAGUARDA DO PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL. PARIS, 17 de Outubro de 2003.** Tradução feita pelo Ministério das Relações Exteriores, Brasília, 2006.