

# A gastronomia como instrumento de desenvolvimento socioeconômico e do turismo de Minas Gerais: uma revisão sistemática

## RESUMO

A gastronomia é um campo rico que se relaciona com o turismo, marketing, criatividade, cultura, desenvolvimento regional e políticas públicas econômicas. O objetivo deste estudo foi avaliar a importância da gastronomia para a sociedade, turismo e economia do estado de Minas Gerais. Foi realizado uma revisão sistemática de artigos publicados sobre o tema, através das plataformas Google Scholar e Periódicos CAPES. Os artigos foram selecionados pelo critério de elegibilidade utilizando-se os artigos que contivessem no título, resumo, palavras-chave ou conteúdo uma ou mais das expressões pesquisadas, bem como pela leitura dos resumos, buscando-se os estudos que tratavam da temática da gastronomia desenvolvidas no estado de Minas Gerais. Os textos foram analisados seguindo métodos de análises de conteúdo. Os resultados demonstraram que os estudos relacionam estratégias de desenvolvimento de uma região considerando os vários agentes locais de produção e as características inerentes do meio físico e socioeconômico. Conclui-se a necessidade de planejar o desenvolvimento gastronômico e turismo regional para criar oportunidades de negócio para empreendedores e comunidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Políticas Públicas; Desenvolvimento territorial; Turismo Gastronômico; Gastronomia Mineira; Empreendedorismo Gastronômico.

**Altair Nogueira Canela**[altaircanela@yahoo.com.br](mailto:altaircanela@yahoo.com.br)Universidade do Estado de Minas Gerais.  
Passos, Minas Gerais, Brasil.**Suelen Daiana Oliveira Canela**[suelencanela@yahoo.com.br](mailto:suelencanela@yahoo.com.br)Universidade do Estado de Minas Gerais.  
Passos, Minas Gerais, Brasil.**Rita de Cássia Ribeiro Carvalho**[rita.carvalho@uemg.br](mailto:rita.carvalho@uemg.br)Universidade do Estado de Minas Gerais.  
Passos, Minas Gerais, Brasil.**Eliel Alves Ferreira**[eliel.ferreira@uemg.br](mailto:eliel.ferreira@uemg.br)Universidade do Estado de Minas Gerais.  
Passos, Minas Gerais, Brasil.**Eduardo Meireles**[eduardo.meireles@uemg.br](mailto:eduardo.meireles@uemg.br)Universidade do Estado de Minas Gerais.  
Passos, Minas Gerais, Brasil.

## 1 INTRODUÇÃO

Além de ser um campo empírico fértil de investigação, a gastronomia é bastante abrangente e apresenta-se de diversas formas pelo mundo, assim como nas diferentes regiões brasileiras, de norte a sul do país (VASCONCELOS; ANDRADE, 2020). Dialoga com o turismo, pesquisa, inovação, tecnologia, desenvolvimento territorial, geração de emprego e renda, preservação e valorização cultural, saúde, bem-estar, qualidade de vida, políticas públicas e desenvolvimento econômico (SECULT, 2020).

A gastronomia não pode ser reduzida à cozinha e à comida, ela mobiliza todo um repertório de maneiras de se relacionar com ela que se materializa na cerimônia da refeição, ritual que só pode ser compreendido em sua ligação com a dinâmica dos estilos de vida; envolve o aparato material das refeições – a comida, os vinhos, assim como a decoração dos pratos, da mesa e da sala de refeições (BUENO, 2016), o que possibilita a quem está participando dessa celebração uma experiência, que do ponto de vista do marketing e do turismo pode ser única, trazendo recordações para toda a vida.

Em Minas Gerais, cada vez mais, a gastronomia está assumindo espaço de destaque, tanto por sua história e características, quanto por abranger um setor gerador de oportunidades de negócio e de desenvolvimento econômico (SECULT, 2020). O estado apresenta diversos produtos gastronômicos, sendo considerada uma região com expressividade para o setor gastronômico (PEREIRA; ASSIS; BRITO, 2020).

A visita à locais de produção, aos festivais, aos roteiros ofertados e lugares ícones da gastronomia mineira se harmonizam com a grande tendência mundial em busca de vivências pelos turistas, que relatam as atividades locais e permitem a troca de experiências e conhecimento, tendência essa, que se espera com a retomada das atividades turísticas após o período mais crítico da pandemia causada pela Covid-19 que trouxe impactos inimagináveis para o turismo (SECULT, 2020).

O estado de Minas Gerais instituiu, desde 2015, a Política Estadual de Desenvolvimento da Gastronomia com a finalidade de fomentar e valorizar a cadeia produtiva da gastronomia, reconhecendo-a como setor estratégico para o desenvolvimento sustentável do Estado e está em constante busca de realização de iniciativas, projetos e propostas que fomentem, fortaleçam e posicionem esta cadeia produtiva, com foco a alcançar este objetivo.

Assim, o objetivo deste estudo foi avaliar a importância da gastronomia para a sociedade, turismo e economia do estado de Minas Gerais, utilizando a revisão sistemática do período de 2015 a 2021 como ferramenta para avaliar a importância da temática para o desenvolvimento socioeconômico da região.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 A política estadual de desenvolvimento da gastronomia

Em 2015, o Estado de Minas Gerais por meio da Lei 21.936, de 23 de dezembro, instituiu a Política Estadual de Desenvolvimento da Gastronomia – PDG para nortear a elaboração e a implementação do Plano Estadual de Desenvolvimento da Gastronomia – PEDG (MINAS GERAIS, 2015). Esta política foi posteriormente regulamentada e denominada “Mais Gastronomia”, pelo Decreto 47.192, em 25 de maio de 2017, que busca fomentar e valorizar a cadeia produtiva da gastronomia, reconhecendo-a como setor estratégico para o desenvolvimento sustentável do Estado (MINAS GERAIS, 2017).

A Política Estadual de Desenvolvimento da Gastronomia é sem dúvida uma grande ferramenta de desenvolvimento territorial, e que projeta o estado como destino gastronômico de reconhecimento nacional e internacional. Dentro dos objetivos destacam-se a revitalização e diversificação do turismo; criação de oportunidades produtivas para o setor primário; proteção a qualidade e a autenticidade da gastronomia local; posicionamento da gastronomia como indústria criativa; e dar proteção ao patrimônio gastronômico do estado em toda sua diversidade e origem; garantir a sustentabilidade das atividades dos setores da cadeia produtiva da gastronomia; conectar a produção gastronômica à demanda turística; construindo e reforçando modelos de negócios e parcerias públicas e público-privadas na perspectiva de desenvolver estratégias inovadoras para promoção e marketing; através de boas práticas de produção artesanal (MINAS GERAIS, 2015).

### 2.2 As relações da gastronomia com o turismo e o desenvolvimento socioeconômico dos municípios

O turismo é uma atividade econômica em constante crescimento, e com isso chama a atenção de diversos setores públicos e privados, devido à potencialidade para a geração de renda (PEREIRA; ASSIS; BRITO, 2020).

Ao viajar, as pessoas têm contato com a gastronomia local, seja intencionalmente (turismo gastronômico) ou não, e esta, pode influenciar significativamente o modo como os turistas experimentam um destino, podendo ser também um recurso viável para que novos destinos que não dispõem dos atrativos naturais ou culturais se estabeleçam como destino promissor (AGUIAR; MELO; EUSÉBIO, 2020). Os restaurantes, bares e diversos tipos de empreendimentos gastronômicos influenciam a experiência do visitante e a percepção do destino e a comida do lugar é um atrativo turístico, fonte de valor simbólico e diferencial competitivo para a localidade (CASTRO; CAVALCANTI; RABELO, 2020).

Deste modo, torna-se interessante e estratégico o planejamento turístico que envolva o estudo das características de determinado espaço e quais atrativos irão se distinguir para este desenlace, assim tem-se desenvolvido no país Rotas e Roteiros Turísticos (SILVEIRA; CÉSAR, 2020).

O turismo gastronômico se configura como um importante elo entre trabalho e empregabilidade e por estar no setor de serviços, existe a possibilidade de inserção do micro empreendedorismo individual e uma proposta de empreendedorismo gastronômico pode permitir a ampliação da oferta de serviços de alimentação tanto para comunidade como para os visitantes (CASTRO; CAVALCANTI; RABELO, 2020).

Se faz necessário valorizar a junção da gastronomia e desenvolvimento turístico, de modo a oferecer um produto que se ajuste ao consumidor turístico, sendo eficaz oferecer um produto que atenda às necessidades do consumidor contemporâneo, sobretudo com o novo cenário pós-pandemia COVID-19, o que vai requerer que os territórios adotem medidas eficazes e diferenciadas para atrair a confiança dos turistas (AGUIAR; MELO; EUSÉBIO, 2020).

Percebe-se a importância de iniciativas de empreendedorismo gastronômico para o movimento da economia local, o desenvolvimento da atividade turística e a empregabilidade, ou seja, solução dos mais variados problemas (CASTRO; CAVALCANTI; RABELO, 2020).

### 3 METODOLOGIA

A metodologia adotada neste estudo foi a revisão sistemática e a meta-análise dos dados.

A revisão sistemática consiste em uma série de critérios usados para selecionar pesquisas sobre uma determinada questão, obtidas de fontes abrangentes com estratégias explícitas de forma organizada, com a função de responder, apanhar e avaliar dados de pesquisas incluídos na revisão, constituindo-se em uma busca exaustiva que se finaliza com o estado da arte da questão norteadora. E a Meta-análise, é um método quantitativo e científico que objetiva combinar os resultados de pesquisa realizados de forma independente, normalmente extraídos de pesquisas publicadas, e sintetizar conclusões ou extrair novas, com efeito revolucionário em muitos campos científicos (COGO, 2020).

Assim, o estudo foi realizado através das bases de dados eletrônicas constantes no Periódicos CAPES e na plataforma de pesquisa Google Scholar. A escolha das bases de dados aconteceu pela relevância da plataforma Periódico CAPES no meio acadêmico, por esta oferecer facilidades para o usuário realizar levantamentos sobre a produção científica gerada por pesquisadores em todo o mundo e pelo Google Scholar ser útil como uma ajuda para os autores, pesquisadores e editores na busca rápida, fácil e direta de documentos de texto completo, e em identificar as citações dos trabalhos (GARCIA, 2014).

A primeira etapa se fez pela pesquisa na plataforma Periódicos CAPES por meio da aplicação de filtros adequados na pesquisa, sendo utilizados os critérios: A) estudos publicados entre 2015 e 2021; B) que apresentassem os seguintes descritores, selecionados de acordo com o objetivo da pesquisa: “Gastronomia” ou “Gastronômico”, “Mineira”, “Minas Gerais” e “MG”. No total foram encontrados 79 artigos.

A segunda etapa se fez pela pesquisa na plataforma Google Scholar com os critérios na pesquisa avançada: A) artigos publicados entre 2015 e 2021; B) que apresentassem também os seguintes descritores, “Gastronomia” ou

“Gastronômico”, “Mineira”, “Minas Gerais” e “MG”. No entanto, optou-se nesta plataforma, pela seleção de busca dos descritores apenas no título do artigo, visto a pesquisa “em qualquer lugar do artigo” resultar em número superior a 7000 artigos e não ser possível a análise detalhada deste quantitativo, para esta pesquisa.

A busca foi refinada utilizando como critérios de elegibilidade: artigos que contivessem no título, resumo, palavras-chave ou conteúdo uma ou mais das expressões pesquisadas, bem como pela leitura dos resumos, buscando-se os estudos que tratavam da temática da gastronomia desenvolvidos no estado de Minas Gerais.

Como hipótese desta pesquisa foi definida a seguinte questão norteadora: “A gastronomia pode ser compreendida como instrumento de desenvolvimento socioeconômico e do turismo no estado de Minas Gerais?”

Posteriormente os estudos foram analisados na íntegra excluindo-se aqueles que não se encontravam alinhadas com o tema desta pesquisa. Como critérios de exclusão, foram retiradas as produções que não se encontravam conforme os objetivos propostos para este estudo.

Para auxiliar nesta análise foi utilizado o aplicativo EndNote da Clarivate Analytics.

Após a realização destas etapas foram selecionados 07 trabalhos da plataforma periódicos CAPES e 08 trabalhos do Google Scholar.

A terceira etapa foi a realização de uma análise descritiva e temporal dos artigos, verificando-se os anos de publicação, palavras-chaves utilizadas, principais investigações da área, metodologias utilizadas na pesquisa.

Para a elaboração da nuvem de palavras foi utilizada a ferramenta “Wordcloud generator”.

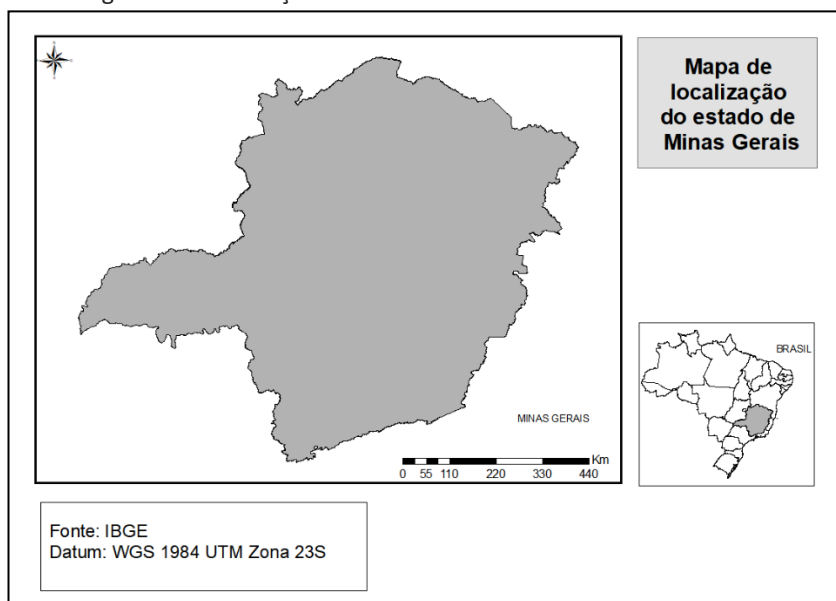
A quarta e última etapa, correspondeu a pesquisa qualitativa dos trabalhos, onde foi realizada a análise do conteúdo dos mesmos, com verificação dos principais temas investigados e conclusões. A análise de conteúdo, possibilita que o pesquisador realize uma imersão mais profunda com o intuito de promover uma análise perante os textos, ou como podemos chamar, comunicações de modo a realizar inúmeros sentidos presentes no material a ser analisado, sendo duas as funções de destaque dentro deste método: uma relacionada à verificação, ou seja, à condição de verificabilidade de hipóteses encontradas no instrumento de pesquisa utilizado, e a outra associada à descoberta, que relaciona-se com o olhar mais apurado ao que está por trás da manifestação daquele conteúdo, buscando uma interpretação mais minuciosa e significativa para o fenômeno em questão. Ambas as funções podem se tornar complementares na prática e podem ter sua aplicabilidade associada aos interesses dos princípios tanto da pesquisa qualitativa, quanto da pesquisa quantitativa (SILVA; OLIVEIRA; BRITO, 2021)

Para esta etapa foram seguidas as fases de Análises de conteúdo conforme descritas no estudo de Silva, Oliveira e Brito (2021), das fases previstas por Bardim (1977).

#### 4 RESULTADOS

O processo de busca foi realizado por dois autores havendo consenso entre ambos para seleção dos artigos. Foram definidos como critérios de elegibilidade os estudos que abrangiam a temática da gastronomia como instrumento de desenvolvimento socioeconômico e do turismo, com delimitação apenas dos estudos desenvolvidos no estado de Minas Gerais, conforme figura 1.

Figura 1 –Delimitação da área de estudo: estado de Minas Gerais

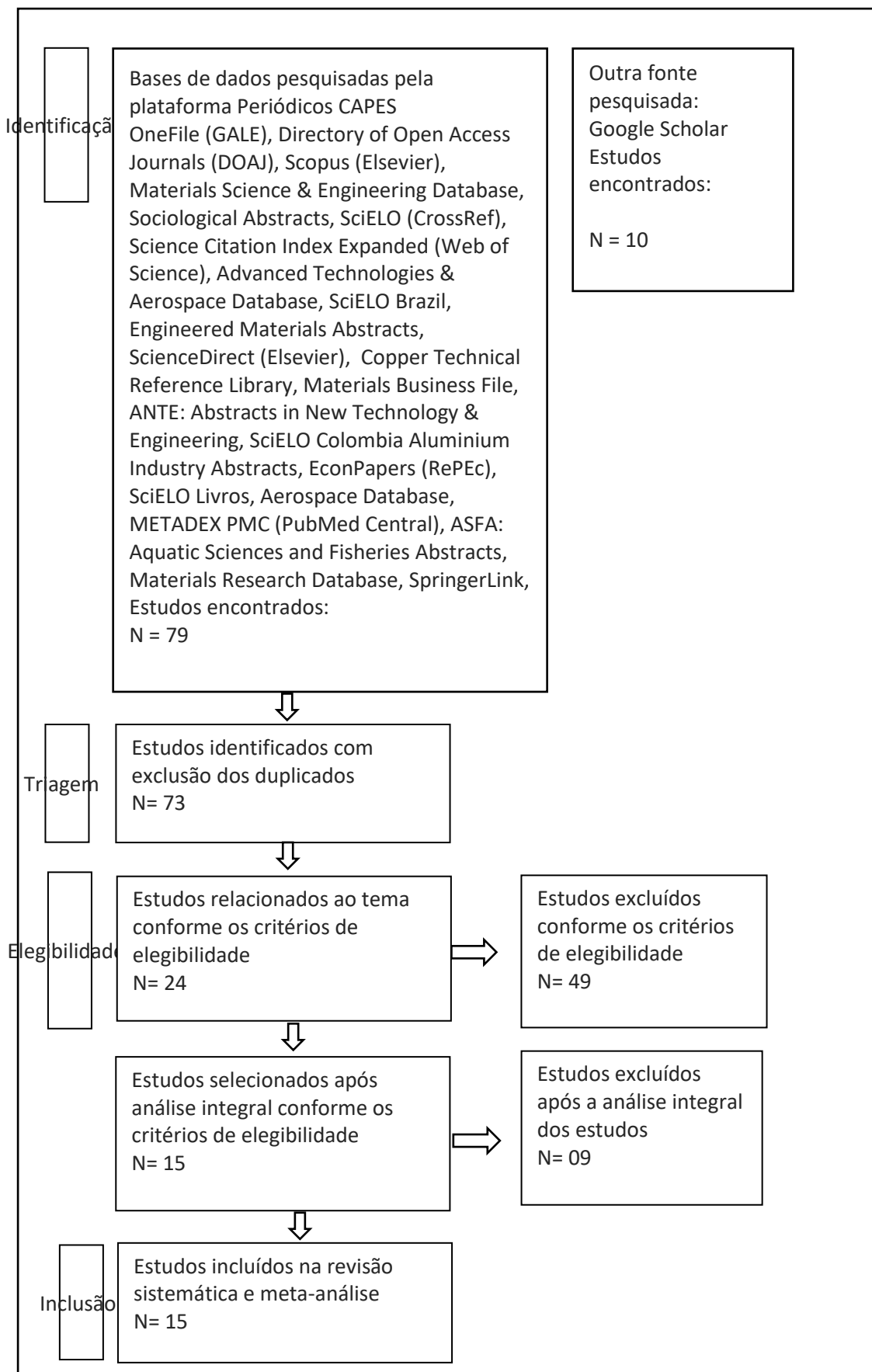


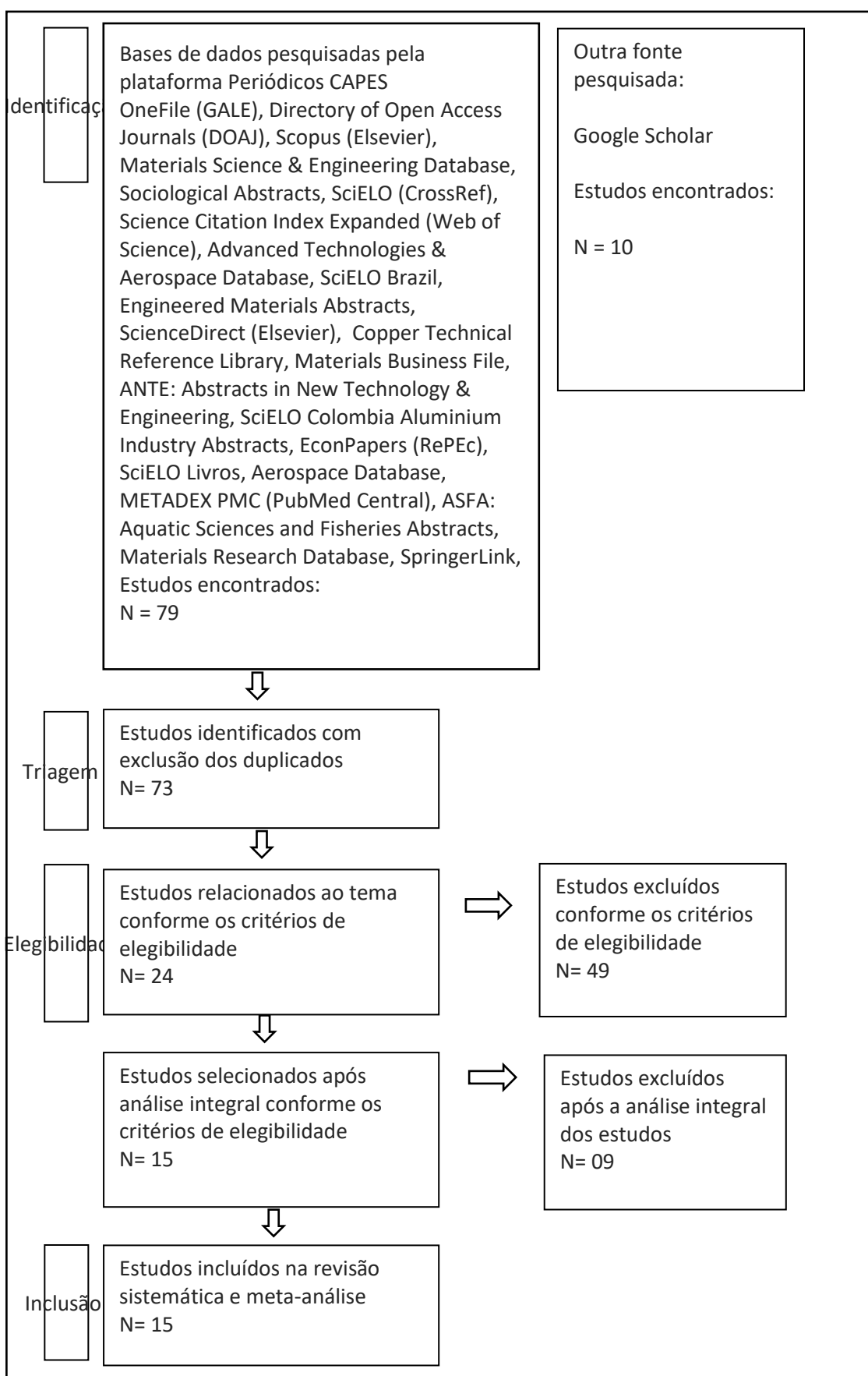
Fonte: Elaborado pelos autores.

Após a verificação dos critérios de elegibilidade e análise integral do texto dos estudos 09 artigos foram excluídos pelas seguintes razões: 03 estudos foram excluídos pela cidade/região do estudo não ser do Estado de Minas Gerais, 01 pelo estudo ter foco apenas na parte nutricional dos alimentos, 01 por tratar somente de desenvolvimento de ciência através da utilização de técnicas de gastronomia molecular, 01 por tratar somente de análise do julgamento de gosto e das imagens de jornalista produzidas em revistas gastronômicas, 02 por tratar principalmente de turismo, não relacionando a gastronomia e 01 por tratar especificamente do empreendedorismo de um estabelecimento específico.

Com o seguimento da metodologia acima descrita, após a seleção pelos critérios de elegibilidade e a análise completa dos artigos foram selecionados 15 estudos para a revisão sistemática, conforme o fluxo de informações para a obtenção dos dados (Figura 2).

Figura 2 – Fluxo de informações para a obtenção dos dados







Os estudos selecionados após análise integral dos textos, conforme os critérios de elegibilidade, foram descritos conforme o Quadro 1.

Quadro 1 - Descrição dos artigos selecionados para a análise sistemática

Ano	Autores	Título	Cidade/ região estudada	Instrumento de avaliação utilizado no estudo
2015	Suzuki; Burkowski e Mesquita	Eventos Gastronômicos e Estratégias de Marketing: O Festival Comida Di Buteco em Belo Horizonte, MG.	Belo Horizonte	Avaliação do Retorno Sobre Investimento (ROI) conforme Phillips, 2008. Entrevistas com os gestores e proprietários de bares participantes do festival e análise dos dados através do método discurso do sujeito coletivo (DSC)
2015	Furtado (tese de doutorado)	Indústrias criativas: Festival de cultura e gastronomia de Tiradentes/ Minas Gerais/ Brasil	Tiradentes	Levantamento bibliográfico e análise do campo em estudo, observação etnográfica, aplicação de questionários e realização de entrevistas
2016	Ribeiro, Marques e Flores Filho	A criatividade dos chefes de cozinha e o consumo moderno da gastronomia	Belo Horizonte	Entrevistas e análises de conteúdo conforme Bardim (2011)
2016	Zaidan e Ottoni	A culinária tradicional diamantinense como atrativo turístico: uma nova possibilidade	Diamantina	Pesquisa teórica, entrevistas semiestruturadas e método de avaliação participativa em grupo.
2017	Medeiros, Horodyski e Passador	Souvenirs gastronômicos na percepção do turista: o caso do queijo minas artesanal do Serro.	Região produtora do Queijo do Serro: Alvorada de Minas, Conceição do Mato Dentro, Dom Joa-quim, Materlândia, Paulistas, Rio Vermelho, Sabinópolis, Santo Antônio do Itambé, Serra Azul de Minas e Serro	Questionário aplicado online conforme Horodyski <i>et al.</i> (2014) e pesquisa de campo.
2017	Santos e Oliveira	Turismo e gastronomia: reflexões sobre o patrimônio imaterial alimentar em Minas Gerais, Brasil	Minas Gerais	Pesquisa de dados oficiais legislação
2017	Rodrigues, Araújo e Dias.	Festival de gastronomia Frango Caipira de São Gonçalo do Rio das	São Gonçalo do Rio das Pedras	Entrevistas semiestruturadas.

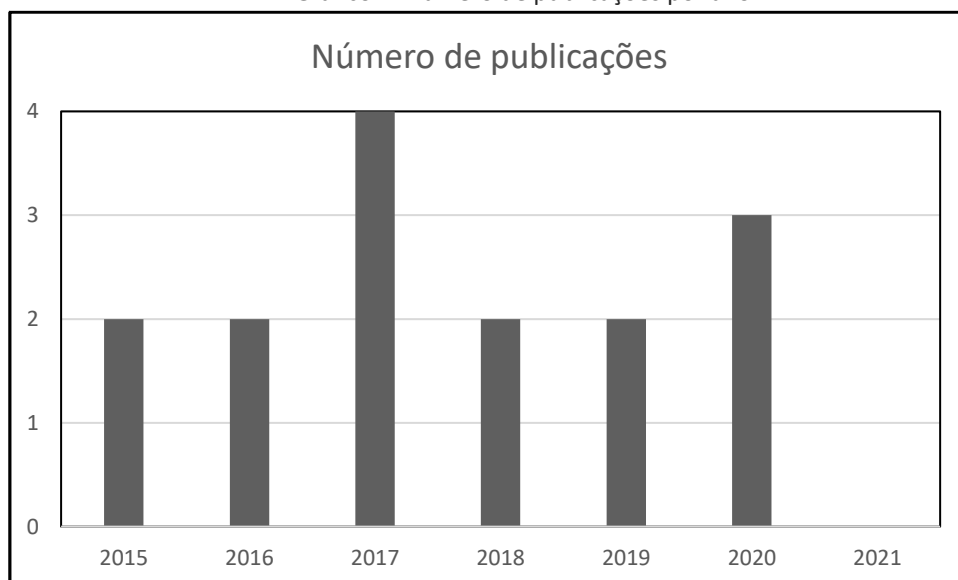
		Pedras, Serro—Minas Gerais: perfil socioeconômico e percepções dos participantes.		
2017	Marinho, Lima, Santos e Nobre	Gastronomia e patrimônio imaterial: um estudo sobre o queijo Minas Artesanal na região da Serra da Canastra - Minas Gerais	Região da Serra da Canastra: municípios Bambuí, Delfinópolis, Medeiros, Piumhi, São Roque de Minas, Tapiral e Vargem Bonita	Pesquisa bibliográfica e documental
2018	Brito e Botelho	La gastronomía como marca de destino: Propositiones en Minas Gerais – Brasil	Minas Gerais	Revisão de literatura
2018	Delabrida e Carvalho	Turismo e gastronomia: uma análise do potencial gastronômico de São Bartolomeu, distrito de Ouro Preto/MG.	São Bartolomeu, distrito de Ouro Preto/MG	pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo através de aplicação de questionários e entrevistas
2019	Pedron	Festival Gastronômico em cidade da Zona da Mata de Minas Gerais: Impactos nos empreendimentos envolvidos	Município da Zona da Mata	Levantamento bibliográfico e estudo de caso através de realização de entrevista e aplicação de questionários
2019	Macedo e Gosling	Motivación hedónica, motivación eudaimónica y apego al lugar un estudio en el festival cultura y gastronomía de Tiradentes - Brasil	Tiradentes	Entrevistas e análises de conteúdo conforme Bardim (2011)
2020	Brito, Botelho e Baeta.	Elementos que influyen en el apego al destino por parte de los turistas en Minas Gerais (Brasil)	Minas Gerais	Entrevistas e análise de dados através do software Iramuteq (Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires) conforme Bardim (2011); Mozzato & Grzybovski, (2011); (Debenedetti <i>et al.</i> , 2013 e Paulauskaite <i>et al.</i> , 2017).

2020	Pereira, Assis e Brito	Gastronomia como estratégia da promoção turística de Minas Gerais	Minas Gerais	Revisão bibliográfica e análise de dados conforme Bardim, 2011.
2020	Hanson e Sabino	Turismo e Gastronomia em Minas Gerais sob a ótica do desenvolvimento de produto	Minas Gerais	Pesquisa empírica, do tipo observação participante assistemática conforme Richardson (1999)

Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme o ano de publicação foi verificado, maior concentração de estudos do ano de 2017, seguidos de 2020. Não foi encontrado estudos na temática desta pesquisa, nas bases pesquisadas, referente ao ano de 2021. O número de publicações por ano pode ser verificado no Gráfico 1.

Gráfico 1: Número de publicações por ano



Fonte: Elaborado pelos autores.

As palavra-chave conforme descritas no artigo foram agrupadas por temas semelhantes para melhor análise, conforme a tabela 1. Todas as palavras-chave encontradas se encontram na figura 3.

Na busca das ideias que mais se repetem, verificou-se destaque para: Gastronomia, Turismo, Eventos, Festivais gastronômicos, Patrimônio cultural imaterial e Minas Gerais.

Tabela 1 - Frequência das palavras-chave

Palavras-chave	Quantidade
Gastronomia	08
Turismo/ Turismo no Brasil	07
Eventos/ Eventos gastronômicos/ Organização de Eventos	04
Festival gastronômico/ Festivais de gastronomia/Festival Comida de buteco	04
Patrimônio cultural/ Patrimônio cultural imaterial/ Patrimônio imaterial	04
Minas Gerais	04
Turismo gastronômico/ Gastroturismo	02
Apego ao lugar	02

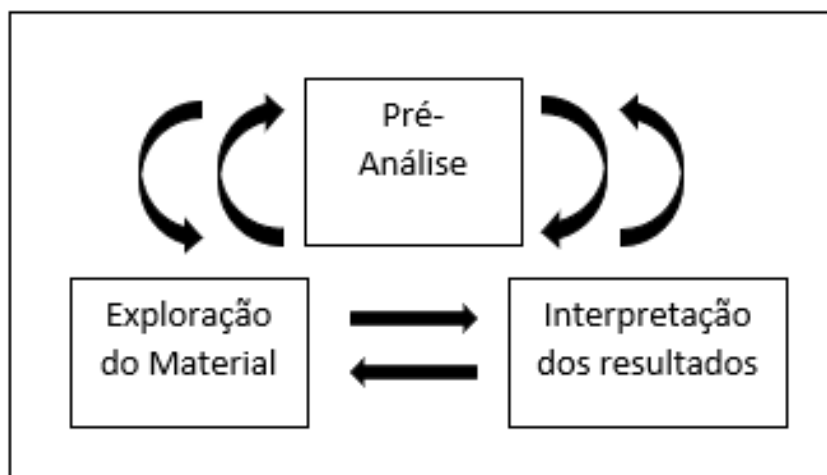
Figura 3- Nuvem de palavras com as palavras-chave de todos os artigos



Fonte: Elaborado pelos autores.

A próxima etapa foi a realização da análise de conteúdo, sendo esta realizada conforme as fases propostas pelo estudo de Silva, Oliveira e Brito (2021) (Figura 4).

Figura 4- Fases da Análise de Conteúdo



Fonte: Silva, Oliveira e Brito (2021).

Com a análise integral dos estudos selecionados pode-se verificar que a gastronomia está cada dia mais presente na pesquisa acadêmica e que os estudos corroboram sobre haver importante relação da gastronomia com o desenvolvimento social econômico e do turismo.

Os principais temas pesquisados foram agrupados (Tabela 2).

Tabela 2: Descrição das publicações conforme principais temas discutidos

<b>Temas investigados</b>	<b>Número de publicações/ Frequência (%)</b>
Gastronomia como atrativo para o turismo	8 (53 %)
Investigações sobre festivais gastronômicos	7 (47 %)
Impactos para desenvolvimento socioeconômico local/regional	7 (47 %)
Valorização da culinária tradicional	7 (47 %)
Reconhecimento de produtos gastronômicos como Patrimônio cultural imaterial	5 (33 %)
Marketing de relacionamento, de produtos e serviços	4 (27 %)
Design de produtos e serviços gastronômicos	2 (13 %)
Política Estadual da Gastronomia	2 (13%)

Foi verificado que somente Brito e Botelho (2018) e Pereira, Assis e Brito (2020), citaram em seus estudos a Política Estadual da Gastronomia. Brito e Botelho (2018), descrevem que o estado de Minas Gerais possui uma legislação específica para a regulamentação e desenvolvimento de políticas públicas em favor de sua gastronomia. Neste contexto, uma iniciativa pioneira que busca orientar e sistematizar as ações governamentais permanentes a serem estabelecidas, conciliando o interesse pelo desenvolvimento econômico e a salvaguarda da identidade sociocultural do estado. Já Pereira, Assis e Brito (2020), relacionam que o Programa + Gastronomia é um programa governamental que apesar de recente, figura como uma tentativa de valorização dos modos de fazer da cultura por trás de um prato típico mineiro e que nesse sentido, acredita-se que a proposta de fortalecer a gastronomia mineira enquanto produto turístico é crucial para incentivar o turismo do estado. Além disso, citam que é passível de ser um elemento de diferenciação com potencial de promover melhorias na qualidade de vida da comunidade.

Constatou-se que 07 estudos trataram sobre investigações sobre o tema Festivais gastronômicos. Tal tema gastronômico assume um importante papel na sociedade, pois se apresenta como uma oportunidade de negócio, um incentivo ao resgate de técnicas de cozinha, possibilidade de valorização de produtos e conhecimentos tradicionais, ao mesmo tempo em que se abre como campo de investigação científica, em especial para a área de marketing (SUZUKI; BURKOWSKI; MESQUITA, 2015).

Macedo e Gosling (2019), descrevem como as contribuições de marketing podem proporcionar aos gestores um maior entendimento das motivações e do comportamento dos consumidores turísticos, e que os gestores poderão atuar estrategicamente na promoção de eventos e serviços que atendam diretamente a esse público. Citam que entre as medidas a serem implementadas estão a possibilidade de levantamento de outros atrativos culturais complementares da gastronomia, a existência e necessidade de recursos humanos capacitados para

atender a demanda e a intenção de promover, junto a órgãos públicos e privados, novas pesquisas e promoção de eventos.

Desenvolver políticas públicas e ações de marketing que reforcem o contexto histórico local, atributos como gastronomia, a paisagem natural, a hospitalidade e a idealização de um lugar autêntico são alternativas para motivar turistas em busca de experiências diferentes. Essas ações podem ser desenvolvidas a partir do redes sociais e turistas considerados formadores de opinião, possibilitando a divulgação de informações sobre o local de acordo com as necessidades e desejos dos turistas (BRITO; BOTELHO; BAÊTA, 2020).

Conforme Pedron (2019), os festivais gastronômicos são eventos que possibilitam o fomento da economia local, sendo que, nas baixas temporadas de movimentação, é uma forma de fazer com que o comércio de uma localidade eleve a sua produtividade.

Suzuki, Burkowski e Mesquita (2015), destacaram também que os festivais estão sendo utilizados como estratégia de comunicação/atração de clientes locais para os empreendimentos gastronômicos. Em seus estudos evidenciaram a importância destes eventos para além do foco de atração de turistas. Verificou-se ainda que a comunicação feita pelo evento, Festival Comida de Buteco de Belo Horizonte, trouxe retorno o ano todo para os bares, e que assim a participação apresentou outro benefício, a economia com publicidade e propaganda durante o ano. A participação também captou novos clientes, seja na época do festival, seja nos meses seguintes com a repetição do consumo e que assim, os bares tiveram novos clientes retidos ou fidelizados.

Já Zaidan e Otoni (2016), em seus estudos sobre o I Festival de Gastronomia de Diamantina e Distritos, constataram que o Festival beneficiou diretamente as famílias de moradores dos distritos da zona rural do município, que possuem aptidão e prática na produção de alimentos da culinária típica local e agricultores familiares com a comercialização de produtos alimentícios, destacando que a renda foi gerada em comunidades com poucas opções de trabalho e renda, que intensifica a importância do desenvolvimento de atividade geradoras de recursos. Entretanto destacaram que a geração de renda apesar de positiva ocorreu de forma pontual em um período do ano.

Furtado (2015), realizou sua pesquisa de tese de doutorado, buscando analisar o Festival de Cultura e Gastronomia de Tiradentes em Minas Gerais e correlacionou ao Festival Nacional de Gastronomia de Santarém e ao Festival de Doçaria Conventual de Alcobaça em Portugal; inserindo-os no contexto do debate sobre as indústrias criativas, com ênfase para a gastronomia. Em seus estudos comprovou que a economia criativa estimula a geração de renda, a criação de empregos e de ganhos, ao mesmo tempo em que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano e econômico para a comunidade local. Frisou também que a economia criativa abrange aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo.

A valorização da culinária regional também foi destacada no estudo de Ribeiro, Marques e Flores Filho (2016), que evidenciou que o chefe cria os cardápios a partir das características sociais e culturais de seu público-alvo e por Santos e Oliveira (2017), que destacou que as interações entre as políticas de patrimonialização imaterial de regionalização do turismo e valorização da culinária

tradicional como atrativo turístico, têm desencadeado ações para preservação do saber fazer.

No entanto, Rodrigues et al. (2017), relataram que o evento estudado possuía potencial para se tornar um forte atrativo turístico da comunidade, já que possuía um público que gosta e participa dele há mais de uma edição e o indica para familiares e amigos, mas destacou que os participantes do evento valorizam a gastronomia local, mas gostam também de inovações.

Ainda sobre estudos que relataram sobre patrimônio imaterial, o estudo de Marinho, Lima, Santos e Nobre (2017), abordaram o modo de fazer queijo artesanal como um fator preponderante na sustentabilidade da agricultura familiar e na dinamização da economia dos municípios produtores de queijo na região de Minas Gerais. Contudo, este citou também o alto índice de ilegalidade existente em sua produção e as dificuldades de adequação por parte dos pequenos produtores e a necessidade de assegurar a efetiva valorização e manutenção deste patrimônio.

Medeiros (2017), em seu estudo na região produtora de queijo minas artesanal do Serro, verificou que os turistas respondentes demonstraram atitude favorável ao pagamento de valor superior por este souvenir gastronômico estudado, caso tivesse: identificação de indicação geográfica, embalagem que facilitasse o transporte, identidade destacada por símbolos e signos do local, e selo de inspeção (atestado higiênico-sanitário). Concluíram que esses achados são congruentes com a proposta de Horodyski et al. (2014) de atributos desejáveis aos souvenirs gastronômicos (identidade diferenciadora, identificação da origem, embalagem adequada e transporte facilitado). Este mesmo estudo ainda relata que souvenirs são fundamentais na experiência turística e os alimentos e bebidas tem ganhado grande destaque nessa função e que produtos como o queijo minas artesanal do Serro carregam um valor indissociável ao território e com isso possuem maior potencial de consumo turístico. Entretanto, este autor destaca que o consumo durante a visita pode ocorrer e o pós-visita não, devido a aspectos desejáveis aos souvenirs gastronômicos não contemplados na oferta alimentar e que pesquisas com relação a essa questão são relevantes em termos mercadológicos, bem como acadêmicos.

Foram verificados que 05 estudos trataram sobre o tema patrimônio imaterial e 07 sobre a valorização da culinária tradicional.

Já sobre o turismo, verificou-se que 08 estudos trataram da importância da gastronomia para turismo dos municípios.

Delabrida e Carvalho (2018), relatam que a gastronomia tem papel fundamental no turismo, como elemento principal ou complementar, mas está sempre presente no contexto turístico e que se percebe um amplo leque de possibilidades para o crescimento do turismo gastronômico, que, se bem planejado, pode contribuir para o desenvolvimento de uma determinada localidade.

No entanto, Hanson e Sabino (2020), que em seus estudos discutiram a formatação de produtos no segmento do turismo e da gastronomia citam que a indústria da hospitalidade, na maior parte do Brasil e em Minas Gerais em particular, desconhece ou desconsidera o fato de que as exigências do consumidor mudaram e que o consumidor tem demandas mais sofisticadas do que aquilo que

Ihe vem sendo oferecido, citando que mesmo o turista das classes menos abastadas mudou seus padrões em função do aumento do conforto de sua casa e daquilo que observa na mídia. Estes concluíram que na gastronomia há espaço para se criar para públicos-alvo muito diferenciados, e que a diferenciação porteriana deve nortear a criação de empreendimentos e de pratos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A gastronomia como instrumento de desenvolvimento socioeconômico e do turismo de Minas Gerais possui elementos capazes de promover o desenvolvimento social, econômico e cultural do estado.

O estado de Minas Gerais desde 2015, através da Lei 21.936, de 23 de dezembro, que instituiu a Política Estadual de Desenvolvimento da Gastronomia, com a finalidade de fomentar e valorizar a cadeia produtiva da gastronomia, reconhece-a como setor estratégico para o desenvolvimento sustentável do estado. Esta política propõe o alinhamento de suas diretrizes com os planos diretores municipais, visando criar oportunidades produtivas em todos os segmentos econômicos, com conexão da produção gastronômica à demanda turística, proteção do patrimônio gastronômico da região em toda a sua diversidade e origem, de forma a garantir a preservação das tradições locais.

Foi verificado que os resultados dos estudos, acima pesquisados, encontram-se alinhados com a política do estado de Minas Gerais. Os festivais gastronômicos, eventos e o marketing, apresentam-se como uma oportunidade de negócio regional, valorizando a tradição da culinária local, produtos artesanais, diversidade cultural, desenvolvimento humano e econômico para a comunidade local. O marketing reforça o contexto histórico local, apresenta a gastronomia de forma autêntica, criando laços entre a paisagem natural, a hospitalidade, a tradição culinária, os produtos registrados como patrimônio imaterial do estado, como a produção de queijo artesanal, para motivar o turista a buscar uma experiência única no estado.

A criatividade na gastronomia é importante para estimular a geração de renda, criação de empregos, inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano e econômico para a comunidade local que interagem com objetivos tecnológicos, propriedade intelectual e turismo.

Deste modo este estudo está alinhado com as pesquisas apresentadas na análise sistemática, visto que esta linha envolve os estudos referentes as estratégias de desenvolvimento de uma região considerando os vários agentes locais de produção e as características inerentes do meio físico e socioeconômico. Assim se faz necessário planejar o desenvolvimento gastronômico e turismo regional para criar oportunidades de negócio para empreendedores e renda para comunidade, aperfeiçoar o planejamento urbano e regional para uso como instrumento de gestão no meio político administrativo e com o propósito de elaborar e colocar em prática planos diretores municipais integrais e participativos, tendo a gastronomia e o turismo como primordial para o desenvolvimento regional.



---

# Gastronomy as an instrument for socioeconomic and tourism development in Minas Gerais: a systematic review

## ABSTRACT

Gastronomy is a rich field that is related to tourism, marketing, creativity, culture, regional development and public policies. The objective of this study was to evaluate the importance of gastronomy for the society, tourism and economy of the state of Minas Gerais. A systematic review of published articles on the topic was carried out, through Google Scholar and CAPES Periodicals platforms. selected, as well as by reading the titles, the studies that are known on the theme of gastronomy developed in the state of Minas Gerais. Texts were analyzed following content analysis methods. The results of the development and development of socioeconomic agents related to the environment of a region considering the various production sites and the socioeconomic resources inherent to the environment. It concludes the need to plan the gastronomic development and regional tourism to create business opportunities for entrepreneurs and the community.

**KEYWORDS:** Public Policies; Territorial development; Gastronomic Tourism; Mining gastronomy; Gastronomic Entrepreneurship.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Eveline Porto Sales; MELO, Stella Maria Carvalho de; EUSÉBIO, Maria Celeste de Aguiar. Gastronomia e Desenvolvimento Turístico: uma revisão sistemática da literatura. *Research, Society and Development*, v. 9, n. 7, p. e254974197-e254974197, 2020. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/4197> Acesso em: 03 jun. 2021.

BRITO, Lélis Maia de; BOTELHO, Delane. La gastronomía como marca de destino: proposiciones en Minas Gerais-Brasil. 2018. Disponível em: <https://www.repositorio.ufop.br/handle/123456789/11281> Acesso em: 16 mai. 2021.

BRITO, Lélis Maia; BOTELHO, Delane; BAÊTA, Odemir Vieira. Elementos que influyen en el apego al destino por parte de los turistas en Minas Gerais (Brasil). *Estudios y perspectivas en turismo*, v. 29, n. 3, p. 905-931, 2020. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7523216> Acesso em: 16 mai. 2021.

BUENO, Maria Lúcia. Da gastronomia francesa à gastronomia global: Hibridismos e identidades inventadas. *Caderno CrH*, v. 29, n. 78, p. 443-462, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ccrh/a/sW9TqXKVJrPKwxMZDHkTpHv/abstract/?lang=pt> Acesso em: 29 mai. 2021.

CASTRO, Fernanda Meneses de Miranda; CAVALCANTI, Lais Moreira; RABELO, Stefanie Amaral da Silva. Transformando vidas: uma proposta de empreendedorismo gastronômico para mulheres em situação de vulnerabilidade social. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, v. 10, n. 2, p. 61-76, 2020. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/10351> Acesso em: 14 dez. 2020.

COGO, Franciane Diniz. Introdução a revisão sistemática e meta-análise aplicadas a agricultura [Recurso eletrônico]. Belo Horizonte: Ed. UEMG, 2020. Disponível em: [http://eduemg.uemg.br/images/livros-pdf/catalogo-2020/revisao\\_sistematica.pdf](http://eduemg.uemg.br/images/livros-pdf/catalogo-2020/revisao_sistematica.pdf) Acesso em: 22 mai. 2021.

DELABRIDA, Narayhane Oliveira Gonzaga; CARVALHO, Alissandra Nazareth de. Turismo e Gastronomia: uma análise do potencial gastronômico de São Bartolomeu, distrito de Ouro Preto/MG. *REVISTA ACADÊMICA OBSERVATÓRIO DE INOVAÇÃO DO TURISMO*, v. 12, n. 2, p. 71-92, 2018. Disponível em: <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/raoit/article/view/5074/2749> Acesso em: 30 mai. 2021

FURTADO, Silvana Mello. Indústrias criativas: Festival de Cultura e Gastronomia de Tiradentes/Minas Gerais/Brasil. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 210 p., 2015. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/3634> Acesso em: 30 mai. 2021

GARCIA, Rodrigo-Moreira. GOOGLE SCHOLAR COMO FERRAMENTA DE ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA EM BIBLIOTECAS ACADÊMICAS: um estudo preliminar. 2014. Disponível em: [http://eprints.rclis.org/22919/1/20140423\\_GARCIA\\_Rodrigo\\_Moreira\\_GoogleScholar\\_Bibliometrics\\_FINAL\\_Paper.pdf](http://eprints.rclis.org/22919/1/20140423_GARCIA_Rodrigo_Moreira_GoogleScholar_Bibliometrics_FINAL_Paper.pdf) Acesso em: 16 mai. 21

GOMES, Ana Paula Wendling; DUARTE, Edivânia Maria Gourete; DIAS, Elisson Silva;

FONSECA, Karla Maria Penido da; GALVÃO, Marília Rodrigues. A importância de festivais de gastronomia como estratégia de desenvolvimento em pequenas comunidades rurais. 2015. Disponível em: <http://www-sre.wu.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa15/e150825aFinal01443.pdf> Acesso em: 29 mai. 2021

HANSON, Dennis; SABINO, José. TURISMO E GASTRONOMIA EM MINAS GERAIS SOB A ÓTICA DO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO. TURyDES, v. 12, n. 28, 2020. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/turydes/28/turismo-gastronomia.html> Acesso em: 30 mai. 2021

MACEDO, Sâmara Borges; GOSLING, Marlusa de Sevilha. Motivación hedónica, motivación eudaimónica y apego al lugar: un estudio en el Festival Cultura y Gastronomía de Tiradentes-Brasil. Estudios y perspectivas en turismo, v. 28, n. 3, p. 652-674, 2019. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6973384> Acesso em: 16 mai. 2021.

MARINHO, Jacilba Freire; LIMA, Daniela Lopes; SANTOS, Rodrigo Carneiro de Carvalho; NOBRE, José Hilton. GASTRONOMIA E PATRIMÔNIO IMATERIAL: UM ESTUDO SOBRE O QUEIJO MINAS ARTESANAL NA REGIÃO DA SERRA DA CANASTRA, MINAS GERAIS. Revista Empreenda UniToledo Gestão, Tecnologia e Gastronomia, v. 1, n. 1, 2017. Disponível em: <http://www.ojs.toledo.br/index.php/gestaoetecnologia/article/view/2640/214> Acesso em: 30 mai. 2021

MEDEIROS, Mirna de Lima; HORODYSKI, Graziela Scalise; PASSADOR, João Luiz. Souvenirs gastronômicos na percepção do turista: o caso do queijo minas artesanal do Serro. Revista brasileira de pesquisa em turismo, v. 11, n. 2, p. 347-364, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v11i2.1307> Acesso em: 29 mai. 2021

MINAS GERAIS. Lei Estadual nº 21.936 de 23 dezembro de 2015. Institui a Política Estadual de Desenvolvimento da Gastronomia. Diário do Executivo de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 24 dez. 2015. p. 1. Col. 2.

MINAS GERAIS. Decreto Estadual nº 47.192 de 25 de maio de 2017. Dispõe sobre a Política Estadual de Desenvolvimento da Gastronomia Mineira e dá outras providências. Diário do Executivo de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, 26 mai. 2017. p. 1. Col. 1.

PEDRON, Maria Luísa Mendes. Festival gastronômico em cidade da Zona da Mata de Minas Gerais: impactos nos empreendimentos envolvidos. Repositório de Trabalhos de Conclusão de Curso, 2019. Disponível em: <http://www.pensaracademico.facig.edu.br/index.php/repositoriootcc/article/view/875> Acesso em: 30 mai. 2021

PEREIRA, Joyce Kimarce do Carmo; ASSIS, Nayane Suelen Maia de; BRITO, Thalita Regina de Souza. Gastronomia como estratégia da promoção turística de Minas Gerais. RITUR- Revista Iberoamericana de Turismo, v. 10, n. 1, p. 68-84, 2020. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/9422/7446>. Acesso em: 10 dez. 2020.

RIBEIRO, Rita Cássia; MARQUES, Rita Cássia; FLORES FILHO, Edgar Gastón Jacobs. A criatividade dos chefes de cozinha e o consumo moderno da gastronomia. DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde, v. 11, n. 2, p. 265-274, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.12957/demetra.2016.15443> Acesso em: 29 mai. 2021

RODRIGUES, Sílvia Das Dores; ARAUJO, Hugo Rodrigues; DIAS, Carlos Alberto. Festival de gastronomia Frango Caipira de São Gonçalo do Rio das Pedras, Serro– Minas Gerais: perfil socioeconômico e percepções dos participantes. CULTUR: Revista de Cultura e Turismo, v. 11, n. 1, p. 62-87, 2017. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6263941> Acesso em: 30 mai. 2021

SANTOS, Denise; OLIVEIRA, Maria. Turismo e gastronomia: reflexões sobre o patrimônio imaterial alimentar em Minas Gerais, Brasil. Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D)/Journal of Tourism & Development, v. 1, n. 27/28, 2017. Disponível em: <http://each.usp.br/turismo/publicacoesdeturismo/ref.php?id=48683> Acesso em: 30 mai. 2021

SECULT, Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais. Plano Estadual de Gastronomia - Cozinha Mineira. Consulta Pública para análise, avaliação e contribuições da sociedade para a realização de iniciativas, projetos e propostas que fomentem, fortaleçam e posicionem a cadeia produtiva da gastronomia, em especial a cozinha mineira, como setor estratégico para o desenvolvimento econômico de Minas Gerais a partir dos pilares da sustentabilidade, ética, transparência e eficiência. Disponível em: <http://www.consultapublica.mg.gov.br/DetalhesConsultaPublica.aspx?cod=42>. Acesso em: 06 dez. 2020.

SILVA, Brunna Alves da; OLIVEIRA, Guilherme Saramago de; BRITO, Ana Paula Gonçalves. ANÁLISE DE CONTEÚDO: UMA PERSPECTIVA METODOLÓGICA QUALITATIVA NO ÂMBITO DA PESQUISA EM EDUCAÇÃO. Cadernos da FUCAMP, v. 20, n. 44, 2021. Disponível em: <http://fucamp.edu.br/editora/index.php/cadernos/article/view/2353/1448> Acesso em: 05 jun. 2021.

SILVEIRA, Carolina Rizzon da; CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt. Alimento orgânico, gastronomia e turismo rural—possibilidade de desenvolvimento econômico local atual? O caso da Rota Via Orgânica em Garibaldi/RS—Brasil. Gastronomia e vinhos: contributos para o desenvolvimento sustentável do turismo Estudos de Caso —Brasil e Portugal, p. 124, 2020. Disponível em: <https://www.ucs.br/educs/arquivo/ebook/gastronomia-e-vinhos-contributos-para-o-desenvolvimento-sustentavel-do-turismo-estudos-de-caso-brasil-e-portugal/> Acesso em: 09 dez. 2020.

SUZUKI, Graziela da Silva; BURKOWSKI, Rodrigo; MESQUITA, José Marcos Carvalho. Eventos Gastronômicos e Estratégias de Marketing: O Festival Comida Di Buteco, em Belo Horizonte, MG/Gastronomic Events and Marketing Strategies: The Fes. ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade, v. 7, n. 2, 2015. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2810> Acesso em: 29 mai. 2021

VASCONCELOS, César Ricardo Maia de; ANDRADE, Thaís Barbosa Ferreira. Gastronomia e vantagem competitiva: um estudo bibliométrico/gastronomy and competitive advantage: a bibliometric study. Revista Eletrônica de Administração e Turismo-ReAT, v. 14, n. 1, p. 75-92, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/AT/article/view/16243> Acesso em: 14 dez. 2020.

ZAIDAN, Mariana Costa; OTTONI, Fernando Guimarães Esteves. A culinária tradicional diamantinense como atrativo turístico: uma nova possibilidade. Marketing & Tourism Review, v. 1, n. 2, 2016. Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/3832> acesso em: 17 mai. 2021

**Recebido:** 29 jun. 2002.

**Aprovado:** 20 jul. 2022.

**DOI:** 10.3895/rbpd.v11n3 esp.14467

**Como citar:** CANELA, A. N.; CANELA, S. D. O.; CARVALHO, R. C. R.; FERREIRA, E. A.; MEIRELES, E. A. gastronomia como instrumento de desenvolvimento socioeconômico e do turismo de Minas Gerais: uma revisão sistemática. **R. bras. Planej. Desenv.** Curitiba, v. 11, n. 03, p. 628-649, set./dez. 2022. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/rbpd>>. Acesso em: XXX.

**Correspondência:**

Altair Nogueira Canela

Av. Juca Stockler, 1130 - Bairro Belo Horizonte - Passos/MG

**Direito autoral:** Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

