



## A Gastronomia enquanto atrativo Turístico e Cultural: uma Análise do III Festival Gastronômico de Caldas Novas

Amanda Passos Caetano  
Olívio José da Silva Filho

**Resumo:** A gastronomia na atualidade é um dos principais motivadores do turismo, o aspecto regional em torno da culinária local vem ganhando destaque nacionalmente a partir de festivais gastronômicos. O presente artigo visa investigar a gastronomia como atrativo turístico e cultural através do III Festival Gastronômico de Caldas Novas, ocorrido em 2016. Os métodos utilizados foram a revisão bibliográfica, a análise e discussão de dados das entrevistas realizadas pelo IPTUR e a observação participante do pesquisador. O festival mostra seu caráter local onde 75,3% dos turistas são residentes de Caldas Novas, tendo como principal motivador de sua participação a gastronomia goiana. Apesar de 89,6% dos entrevistados terem o interesse de retornar em um próximo festival, é necessária políticas de divulgação que sejam motivadoras para que os turistas não residentes participem do evento.

**Palavras-chave:** festival gastronômico; culinária regional; Caldas Novas; atrativo turístico

**Abstract:** Gastronomy is one of the major incentives to tourism nowadays and the local aspect of regional cuisine has gained prominence with gastronomic festivals being held nationwide. The aim of this paper is to explore the 3rd Gastronomic Festival of Caldas Novas and investigate if Gastronomy can be considered a touristic and cultural attraction. The used methods of investigation were bibliographic review, the analysis of data from interviews conducted by IPTUR as well as the researcher's observations and personal experiences. The attendance at the festival under scrutiny was markedly local: 75,3% of the tourists came from Caldas Novas and their main motivation was the goiana gastronomy. Although 89.6% of the interviewed said they were interested in returning to future editions of the festival, it is still necessary to reach out non-resident tourists by promoting proper advertising campaigns.

**Key words:** gastronomic festival; regional cuisine; Caldas Novas; touristic attraction.

### 1 Introdução

A sociedade contemporânea busca cada vez mais novos tipos de entretenimento, conhecimento e lazer e cultura. A gastronomia tem sido uma importante ferramenta, devido sua protagonização em diversos meios de comunicação, como motivadora para o deslocamento de pessoas. O turismo tem como objetivo nesse caso conciliar esses interesses em busca de novas experiências oferecendo alternativas para essa demanda.

A gastronomia goiana tem cada vez mais sendo procurada não apenas na região assim como nacionalmente e internacionalmente, devido a utilização de produtos regionais do cerrado, que são consideradas exóticas pelo seu sabor e aromas peculiares.

O presente estudo propõe observar, registrar e descrever as características principais do III Festival Gastronômico de Caldas Novas, buscando compreender o perfil do público que busca este tipo de evento, suas motivações e os resultados atinvidos pelo festival.



A revisão da literatura de diversos autores na área do turismo, cultura e gastronomia foram utilizados por entender que o objeto de estudo é complexo e dinâmico, sendo necessária a articulação do conhecimento científico juntamente com a observação participante do autor. A análise documental das entrevistas feitas pelo Instituto de Pesquisas Turísticas (IPTUR), através do Observatório de Turismo do Governo do Estado de Goiás, foram utilizadas por seu caráter quantitativo em relação ao evento estudado.

A pesquisa de abordagem qualitativa e quantitativa visa compreender os processos e explicar os fenômenos, garantindo tanto um aprofundamento e compreensão do que é estudado como os aspectos numéricos com perguntas objetivas que vem a reafirmar as impressões do caráter qualitativo. (GERHARDT 2009)

## **2 Cultura e Turismo**

O conceito de cultura não é um consenso, ele vem se transformando ao longo do tempo na antropologia, que é uma ciência que tem sua centralidade no estudo desse conceito, mas seu significado também é debate de outras áreas, como a sociologia, a história, a comunicação, a política, a geografia, a economia, o turismo entre outras. A constante transformação do conceito a partir de discussões e reelaborações, gera imprecisões e dificuldades. Por isso essa abundância de conceitos relacionados à palavra e a escassez de consenso de seu significado (OLIVEIRA, 2002, p. 25).

“Vale nesta linha de continuidade a incorporação da dimensão antropológica da cultura, aquela que, levada às últimas consequências, tem em vista a formação global do indivíduo, a valorização dos seus modos de viver, pensar e fluir, de suas manifestações simbólicas e materiais, e que busca, ao mesmo tempo, ampliar seu repertório de informação cultural, enriquecendo e alargando sua capacidade de agir sobre o mundo. O essencial é a qualidade de vida e a cidadania, tendo a população como foco” (BOTELHO, 2001, p.110).

A cultura está relacionada ao modo de vida, ao cotidiano de um povo, seus gostos, suas preferências, suas tradições, sua gastronomia, manifestações artísticas, danças, artesanato, religião, etc. Há a necessidade de valorização dos aspectos ligados a cultura pelo turismo, mostrando e evidenciando suas autenticidades, identidades, histórias, pessoas, patrimônio



são demandas atuais dentro do turismo, a cultura e o turismo estão intimamente conectados para atender o mercado. “O interesse das pessoas pela história, a arte e a cultura em geral tem gerado grandes projetos integrando turismo e cultura” (TRIGO, 2000, p.112)

“O turismo cultural está relacionado atualmente com a atração exercida pelo que “as pessoas fazem” (SINGH, 1994), incluindo a cultura popular, a arte e as galerias, a arquitetura, os eventos festivos individuais, os museus e os lugares patrimoniais e históricos, além da vivência de práticas e estilo de vida que diferem dos próprios. Para satisfazer tais desejos, procuram participar do intangível das culturas visitadas, observar o que se considera que as distinguem fisicamente e atingir pela combinação de ambos os elementos um acúmulo de sensações que conformam a experiência.” (SANTANA, 2009, p.127).

O turismo cultural no Brasil já tem aspectos bem desenvolvidos como a questão do artesanato, as crenças, as tradições, atividades de lazer, gastronomia e arquitetura. O Brasil não tem uma única cultura preestabelecida e sim uma diversidade de culturas que se relacionam entre si, essa diversidade é um dos principais fatores do crescimento do turismo cultural no país (SANTOS, 2004)

“Quando se decide utilizar o aparato cultural de uma localidade como recursos turísticos, tem-se o que se pode denominar turismo cultural, que consiste em trabalhar com os aspectos sociais e históricos que caracterizam uma determinada localidade, entre eles: hábitos, costumes, gastronomia, manifestações populares, arquitetura, edificações, artesanatos, entre outros.” (PANOSSO; ANSARAH, 2009, p. 121).

## 2.1 Gastronomia goiana e o turismo

A gastronomia quando analisada como um produto ou mesmo um atrativo cultural de uma localidade ou região, o turismo se torna uma importante possibilidade tanto para a valorização desse patrimônio local quanto para a economia e desenvolvimento. Podemos entender que

“[...] a gastronomia é o conhecimento fundamentado de tudo o que se refere ao homem, na medida em que se alimenta. Seu objetivo é zelar pela conservação dos homens, por meio da melhor alimentação possível. Ela atinge esse objetivo dirigindo, mediante princípios seguros, todos os que pesquisam, fornecem ou preparam as coisas que podem se converter em alimentos”. (SAVARIN, 1995 p. 57)



No Brasil, os hábitos alimentares foram se moldando a partir dos diferentes povos que viveram e vivem em seu território (MACIEL,2004). A influência dos colonizadores portugueses, os indígenas e dos africanos são notáveis em todas as regiões. Em Goiás, seus hábitos foram fortemente influenciados pelos tropeiros, que saíram de Minas Gerais para a região em busca de terras para a criação de gado. O milho, o pequi, o feijão, a carne seca, a galinha e os frutos do cerrado são os principais elementos da gastronomia regional.

“A diversidade da cultura brasileira e o desejo de conhecer o outro em suas características étnico- cultural será o principal fator motivacional do turismo cultural. Constituir-se-á como o atrativo turístico responsável pela procura e realização de um turismo cultural.” (SANTOS, 2004, p. 129 e 130).

Entre os pratos típicos mais conhecidos são o frango com pequi acompanhado de angu de milho verde, empadão goiano, pamonha, arroz com suã, a carne de lata, a chica doida, o peixe na telha, o tutu de feijão, o feijão tropeiro, a paçoca de carne seca, paçoca de amendoim, o biscoito de queijo, a peta entre outros.

No intuito da valorização da gastronomia regional e de uma maior participação do Goiás nos roteiros gastronômicos, o Governo do Estado de Goiás criou o Circuito Gastronômico Goiás a partir das experiências de festivais das cidades de Pirenópolis e Nova Veneza. Em 2016 o circuito promoveu festivais nos principais destinos turísticos como Pirenópolis, Cidade de Goiás, Alto Paraíso, Caldas Novas e São Simão. O incentivo público através dos festivais tem demonstrado grandes avanços na qualidade dos festivais e atraindo turistas que buscam esse tipo de atividade.

### **3. Turismo de Eventos**

O turismo de eventos leva em consideração o objetivo da atividade turística, em um festival gastronômico por exemplo, sua principal motivação para seu deslocamento é o próprio evento. Esse tipo de turismo é praticado por interesses profissionais, técnico-científicos e culturais através de congressos,

feiras, simpósios, feiras, festivais, reuniões, entre outros, e é uma das atividades que mais tem crescido nos últimos anos.

Segundo Ignarra (1999, p.37), as viagens em sua maioria são frutos de uma motivação. Para o autor em uma viagem de família podem ter múltiplas motivações, como por exemplo, o pai motivado por uma reunião de negócios, a mãe por compras e os filhos pelo lazer. Outro exemplo, um turista pode decidir participar de um congresso ou simpósio em um local onde ele ainda não conhece motivados pelos fatores culturais ou naturais de onde será o evento.

Os lugares pequenos ou rurais tiveram seu turismo geralmente começado pelos festivais que será seu caráter identitário (KOTLER, REIN, 1995, p.223). Para Lemos (2000, p.130) o turismo não deve somente estar baseado no lazer, sua redução a apenas esse tipo de atividade reduz outras potencialidades de oferta e produção turística.

Outra questão importante quando analisamos o turismo é sua sazonalidade, onde existe uma grande demanda em certas datas e a pouca procura fora dos feriados, recessos e período de férias. Os eventos são uma iniciativa que visa preencher as lacunas da baixa temporada, aproveitando a infraestrutura da cidade que e aumento a economia local, possibilitando que as comunidade tenham ganhos fora da época de alta temporada.

#### **4 O III Festival Gastronômico de Caldas Novas**

O III Festival Gastronômico de Caldas Novas teve como tema central a sustentabilidade, trazendo o acafrão da terra como destaque. Assim como nos outros evento do Circuito Gastronômico Goiás, o tema da sustentabilidade buscou promover a cultura regional e local através de seus produtos e costumes, buscando envolver a cadeia produtiva da gastronomia, visando uma relação íntima e parcerias entre todo o processo produto da gastronomia desde os agricultores até os empresários do ramo.

O evento aconteceu entre os dias 03 e 06 de novembro de 2016 no Casarão dos Gonzaga, imóvel construído na década de 20, totalmente restaurado, é considerado um patrimônio histórico caldasnovense, o local

abriga diversos acervos históricos e é um centro de promoção do artesanato e eventos.

O festival contou com *chefs* renomados no cenário nacional e internacional e também *chefs* de Caldas Novas, que através de aulas *show* ensinaram os visitantes técnicas e preparações diversas. Além das aulas *show*, o evento contou com espaço para crianças, oficinas, shows, praça de alimentação e bebidas.

#### 4.1 Programação das aulas *show*

Horário	<i>Chefs</i>	Tema
03/11 às 19h	Carlos Pinheiro (GO)	Frutos do Cerrado na Gastronomia dos Hotéis
04/11 às 14h	Lilian Matos (GO)	Mitos e verdades sobre a alimentação saudável
04/11 às 15h30	Talento UEG- Yan Luiz (GO)	<i>Opéra</i> de frutas vermelhas e chocolate branco
04/11 às 17h	Cumpade João (PB)	Sangue Branco: uma fonte inesgotável de vida
04/11 às 18h30	Luiz Camargo (SP)	Ideias, Negócios e Empreendedorismo Social na Alimentação.
05/11 às 14h	André Rabelo (DF)	Associação Goiana de Suinocultores
05/11 às 15h30	Stella Romanholli (GO)	Tacho ou no forno? Todas as falácias do açafraão
05/11 às 17h	Dario Vianna (SP)	Valentina: Composição de morangos e coco – utilizando técnica de silk screen com cacau em pó
05/11 às 18h30	Roberto Raviolli (SP)	<i>Porchetta</i>





06/11 às 9h	Cleber Sena (GO)	<i>Verrine</i> de frutas e chocolate
06/11 às 10h30	Márcio Zago (GO)	Saberes e sabores de Goiás: uma nova visão da gastronomia regional
06/11 às 12h	Tereza Paim (BA)	Cozinha Baiana

Fonte: arquivo pessoal

A programação demonstra uma diversidade de preparações doces e salgadas, a utilização de técnicas sofisticadas, clássicas francesas e italianas e regionais. A cozinha goiana foi destaque nas preparações assim como a valorização do conhecimento técnico e científico da região onde 50% dos chefs da programação das aulas *show* atuam no estado de Goiás.

As aulas *show* foram a principal atividade do festival, os *chefs* elaboraram preparações a partir da temática principal do evento, com uma diversidade de produtos regionais, como o pequi, o jiló, o açafrão, o milho, a galinha e a jabuticaba. Outro destaque no evento foi a utilização da carne de porco, produto ainda desvalorizado no cenário gastronômico que no festival foi incorporado a pratos elaborados e tradicionais.

Além da programação das aulas *shows*, o evento contou com a Ação Kids entre os dias 04 e 06 de novembro, das 15h às. Comandado pela chef goiana Lorena Caixeta, a Ação Kids foi pensada para a diversão de crianças através da montagem de cenários utilizando doces.

A programação cultural foi composta por *shows* de Guilherme e Santiago, Eddy e Brunno, Liga Joe, Maria Eugênia e Kleiton Moog, garantindo uma maior visibilidade para o evento e uma grande movimentação de visitantes que impulsionou a venda da praça de alimentação, bebidas e artesanato.

#### 4.2 Discussão e resultados das entrevistas realizadas pelo IPTUR

A análise dos resultados do III Festival Gastronômico de Caldas Novas visa legitimar a observação participante dos pesquisadores, nele são



encontrado além dos resultados, detalhes sobre a programação do evento. As entrevistas foram realizadas através de questionários semi-estruturados, com perguntas sobre origem no turista, renda, motivações, sobre a cidade e sobre o evento.

Neste trabalho, será analisado os principais aspectos relacionados ao festival, como a origem dos turistas, sexo, faixa etária, escolaridade, principais motivações da viagem e os resultados referentes as impressões e realização do evento.

#### 4.2.1 Resultado dos perfis dos turistas entrevistados pelo IPTUR

A pesquisa traçou dados relevantes sobre o perfil dos turistas que participaram do Festival, traçando assim um perfil de qual é o público alvo que o evento alcançou. Os dados a seguir são referentes a esse estudo.

##### 4.2.1.1 Origem dos entrevistados pelo IPTUR

Origem	Respondentes	%
Caldas Novas	101	75,4%
Goiânia	12	9,0 %
Rio Quente	7	5,2%
Outras cidades de Goiás	7	5,3 %
Cidades fora de Goiás	5	3,6%
Não respondeu	2	1.5%
Total	134	100,0%

Fonte: OBSERVATÓRIO (2017) (adaptado)

##### 4.2.1.2 Sexo dos entrevistados pelo IPTUR

Sexo	Respondentes	%
Feminino	82	61,2%
Masculino	46	34,3%
Não Respondeu	6	4,5%
Total	134	100,0%

Fonte: OBSERVATÓRIO (2017)





## 4.2.1.3 Faixas de idade dos entrevistados pelo IPTUR

Faixas de Idade	Respondentes	%
18 a 24 anos	17	20,5%
25 a 31 anos	21	25,3%
32 a 40 anos	19	22,9%
41 a 50 anos	16	19,3%
51 a 59 anos	9	10,8%
60 anos ou mais	1	1,2 %
Total Geral	134	100,0%

Fonte: OBSERVATÓRIO (2017)

## 4.2.1.4 Renda mensal individual dos entrevistados pelo IPTUR

Renda Mensal Individual	Respondentes	%
Sem Renda	6	4,5%
Até 2 salários mínimos	27	20,1%
De 2 até 4 salários mínimos	22	16,4%
De 4 até 6 salários mínimos	8	6,0%
Mais de 6 salários mínimos	4	2,9%
Não respondeu	67	50,0%
Total	134	100,0%

Fonte: OBSERVATÓRIO (2017) (adaptado)

## 4.2.1.5 Escolaridade dos entrevistados pelo IPTUR

Escolaridade	Respondentes	%
Até o Ensino Fundamental I	7	5,2%
Ensino Médio Completo	68	50,7%
Superior Completo	25	18,7%
Pós-Graduação	29	21,6%
Não Respondeu	5	3,7%
Total	134	100,0 %

Fonte: OBSERVATÓRIO (2017)

#### 4.2.2 Discussão do perfil dos turistas do evento

Os turistas que participaram do evento em sua maioria são residentes de Caldas Novas, o que demonstra uma intensa participação da comunidade local em eventos turísticos que tem a gastronomia como seu foco. Os turistas de outras cidades de Goiás e de outros estados tiveram uma participação reduzida, apesar do evento ser realizado próximo a um feriado, o festival não foi uma das motivações que levaram os turistas não residentes a viajarem à cidade. Apesar do número reduzido, entre os turistas não residentes entrevistados a maior motivação para a sua viagem à Caldas Novas foi o evento (5,2% do total de entrevistados).

A média etária dos participantes entrevistados é de 34,6 anos. Percebe-se que o público do evento é mais jovem, que buscam novas tendências na gastronomia a partir dos festivais. O público em sua maioria foi composto por mulheres, a média de salário foi de R\$2.241,40 e a maior parte do público tem ensino entre o médio completo e a pós-graduação. Os resultados obtidos são motivados pela intensa participação de discentes e docentes da Universidade Estadual de Goiás, campus Caldas Novas, na qual oferece o Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia, outra motivação foi a intensa participação dos trabalhadores da rede hoteleira que foram em busca de novas técnicas e receitas.

#### 4.2.3 Resultado das entrevistas feitas pelo IPTUR em relação ao evento

##### 4.2.3.1 Canais de divulgação que motivaram os entrevistados pelo IPTUR a participarem do evento

Canal de Divulgação	Respondentes	%
UEG (divulgação interna)	32	23,9%
Amigos e parentes	27	20,1%
Programas de TV e Rádio	15	11,2%
Internet/ Instagram	8	6,0%
Anúncios, Campanhas publicitárias	7	5,2%



Internet/ Facebook	6	4,5%
Outros	37	27,6%
Não respondeu	2	1,5%
Total		100,0%

Fonte: OBSERVATÓRIO (2017) (adaptado)

#### 4.2.3.2 Motivações dos entrevistados pelo IPTUR a participarem do evento

Principais Motivações	Respondentes	%
Gastronomia Goiana	50	37,3%
Chefes Convidados	33	24,6%
Shows	8	6,0%
Trabalho	6	4,5%
Conhecer o Evento	4	3,0%
Outros	31	23,1%
Não Respondeu	2	1,5%
Total	134	100,0%

Fonte: OBSERVATÓRIO (2017) (adaptado)

#### 4.2.3.3 Avaliação do evento pelos entrevistados pelo IPTUR

Avaliação do Evento	Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Ótimo	Média
Programação	2,0%	3,2%	8,6%	35,3%	50,9%	4,30
Local	0,5%	1,8%	6,9%	34,8%	56,0%	4,44
Palestras/Oficinas	1,0%	3,6%	10,3%	34,1%	51,1%	4,31
Divulgação	1,1%	3,0%	7,9%	31,5%	56,4%	4,39
Degustação	0,0%	1,8%	12,1%	37,9%	48,2%	4,33
Data do Evento	1,3%	2,7%	9,0%	34,9%	52,1%	4,34
Lixeiras no evento	1,3%	3,1%	9,7%	33,8%	52,2%	4,32
Shows	1,3%	2,5%	8,6%	32,2%	55,4%	4,38
Equipe Organizadora	1,7%	3,0%	8,7%	34,8%	51,9%	4,32
Avaliação Geral	1,3%	2,7%	9,1%	36,0%	50,9%	4,33
Média Geral						4,35

Fonte: OBSERVATÓRIO (2017)



#### 4.2.3.4 Participação dos entrevistados pela IPTUR em outros festivais

Participação em outro Festival	Respondentes	%
Sim	59	44,0%
Não	63	47,0%
Não Respondeu	12	9,0%
Total	134	100,0%

Fonte: OBSERVATÓRIO (2017)

#### 4.2.3.5 Pretensão de retorno ao festival pelos entrevistados pelo IPTUR

Pretensão de Retorno ao Festival	Respondentes	%
Sim	120	89,6%
Não	6	4,5
Não Respondeu	8	6,0%
Total	134	100,0%

Fonte: OBSERVATÓRIO (2017)

#### 4.2.4 Discussão em relação ao evento

A Universidade Estadual de Goiás foi o principal canal de divulgação do evento, além de ser parceira na sua construção, disponibilizou estagiários para o auxílio dos *chefs* durante todos os dias na elaboração e distribuição das degustações e também no auxílio no palco durante a cozinha *show*. O discente Yan Luiz Fernandes Barbosa foi selecionado pela Universidade para a representar como “Talento UEG” onde preparou sua versão da tradicional *opéra*, doce clássico francês, um dos principais motivos da intensa divulgação pela UEG foi sua participação.

A cozinha goiana foi o principal motivador para a participação durante as aulas *show*, isso demonstra que a gastronomia regional goiana vem sendo resgatada e valorizada pela sua própria comunidade. A gastronomia goiana foi destaque na programação do evento, com a presença de 06 chefs que atuam em Goiás, sendo que 04 atual localmente, atendendo as expectativas dos participantes em sua maioria. A participação dos chefs locais também foi um



dos motivadores da intensa participação da comunidade, amigos e família no evento.

A avaliação geral reafirma o papel dos festivais do Circuito Gastronômico Goiás na divulgação e valorização da gastronomia, a média geral foi 4,35. Outro resultado de demonstra o interesse pelos eventos gastronômicos foi que 89,6% dos entrevistados pelo IPTUR retornariam na próxima edição do festival. Isso se dá pelo perfil dos turistas que demonstram que 44,0% já participaram de festivais. Esse resultado é alcançado devido a participação tanto em festivais no Estado de Goiás como em outras localidades, os turistas desse tipo de evento costumam acompanhar os festivais devido seu alto nível dos *chefs* convidados e a maior valorização da gastronomia.

## 5 Conclusão

A gastronomia é uma importante aspecto cultural e uma ferramenta para o desenvolvimento do turismo em uma determinada localidade. O crescente incentivo midiático tornou a gastronomia um dos protagonistas dos programas de televisão com *reality shows* especializados no tema, assim como programas turísticos que tem o seu foco a gastronomia regional de um país ou de uma localidade.

O crescente número de festivais gastronômicos no país são reflexo dessa demanda. Onde os turistas buscam esse tipo de evento para conhecer *chefs*, técnicas e lazer. O Governo do Estado de Goiás com a realização do Circuito Gastronômico Goiás, busca atender as expectativas dos turistas tanto de estado como de outras regiões que buscam conhecer os produtos e a gastronomia goiana e os *chefs* da região.

A realização do III Festival Gastronômico de Caldas Novas mostrou sua maturidade em relação as edições que a antecedeu. O festival mostra seu caráter local onde 75,3% dos turistas são residentes de Caldas Novas, tendo como principal motivador de sua participação a gastronomia goiana. A quantidade de *chefs* regionais foi um importante meio de valorizar a produção de alimentos e a qualidade dos profissionais que atuam no Estado.



Apesar de 89,6% dos entrevistados terem o interesse de retornar em um próximo festival, a quantidade de turistas que não residem em Caldas Novas é ainda baixo, sendo necessário uma melhor plataforma tanto de divulgação do evento quanto de infraestrutura para um evento maior. Uma maior participação do evento por pessoas não residentes influenciaria diretamente na economia local, como da rede hoteleira, dos restaurantes e das lojas de produtos regionais.

É importante observar que os turistas do festival, a partir dos resultados obtidos pela IPTUR, já procuram esse tipo de evento e participa de outras edições tanto do circuito quanto em outras regiões, a melhor divulgação tornaria possível que turistas que têm interesse nesse tipo de turismo mas que não conhecem ainda o circuito pudessem participar.

O III Festival Gastronômico de Caldas Novas teve uma avaliação positiva de 4,35 de um total de 5 pontos, esse resultado demonstra que a qualidade do evento em um aspecto geral atenderam as expectativas dos participantes não apenas nas aulas *show*, mas também na qualidade da programação cultural e da praça de alimentação e bebidas.

## Referências Bibliográficas

BOTELHO, Isaura. **Dimensões da cultura e políticas públicas**. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, v. 15, n. 2, 2001.

GERHARDT, Tatiana Engel et al. **Métodos de pesquisa**. [Organizado por] Tatiana Engel Gerhardt e Denise Tolfo Silveira; coordenado pela Universidade Aberta do Brasil–UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica–Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo, Pioneira, 2000.

Lemos, S. (2000). **Fidelidade do turista aos empreendimentos hoteleiros**. *Turismo - Visão e ação*, (5),23-31.

MACIEL, Maria Eunice. **Uma cozinha à brasileira**. *Revista Estudos Históricos*, v. 1, n. 33, p. 25-39, 2004.





OBSERVATÓRIO, do Turismo. **Pesquisa de perfil do público participante (turista e turista cidadão) III Festival Gastronômico de Caldas Novas-2016.** 2017. Disponível em

<[www.observatoriodoturismo.tur.br/paginas/showArq.php?id=673](http://www.observatoriodoturismo.tur.br/paginas/showArq.php?id=673)>

OLIVEIRA, P.C. M. A **organização da cultura na cidade da Bahia.** Tese (Doutorado em Cultura e Comunicação). Universidade Federal da Bahia, 2002

PANOSSO NETO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis.

**Segmentação do mercado turístico:** estudos, produtos e perceptivas. Barueri, SP: Manole, 2009.

SANTANA, Agustín. **Antropologia do turismo:** analogias, encontros e relações. São Paulo: Aleph, 2009.

SANTOS, Carlos Honorato. **Organizações e turismo.** Caxias do Sul, RS: Educs, 2004.

SAVARIN, B. (1995). **A fisiologia do gosto.** São Paulo: Companhia das Letras.

TRIGO, Luiz G. G. **Turismo e qualidade:** tendências contemporâneas. 6. ed. Campinas: Papyrus, 2000.



# Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

## 7 Anexo

Segue em anexo o questionário aplicado pela IPTUR.



OBSERVATÓRIO DO TURISMO  
INSTITUTO DE PESQUISAS TURÍSTICAS  
IPTUR



**FORMULÁRIO DE ENTREVISTA**  
DEMANDA TURÍSTICA: CIRCUITO GASTRONÔMICO - III FESTIVAL GASTRONÔMICO DE CALDAS NOVAS  
\*TURISTA CIDADÃO/MORADOR DE CALDAS NOVAS (QUADROS EM BRANCO)\*  
\*TURISTAS (QUADROS EM CINZA E BRANCO)\*

<b>(A) DADOS GERAIS</b>					
Entrevistador:		Período da Pesquisa: ( ) Matutino ( ) Vespertino ( ) Noturno			
Data da Pesquisa: ( ) 03/11/2016 – Quinta ( ) 04/11/2016 – Sexta ( ) 05/11/2016 Sábado ( ) 06/11/2016 Domingo					
Local da entrevista: Casarão do Gonzaga					
<b>(B) PERFIL DO ENTREVISTADO</b>					
Residência Permanente: 1 – País: ( ) Brasil ( ) Outro País: _____		2 – Estado: ( ) Goiás ( ) Distrito Federal ( ) Outra UF: _____			
3 – Cidade: ( ) Caldas Novas ( ) Rio Quente ( ) Brasília ( ) Goiânia ( ) Outro Município:					
4 – Sexo? ( ) Masculino ( ) Feminino			5 – Qual é a sua idade?		
6 – Qual é o principal motivo da viagem: (apenas uma opção)			6.A – Se lazer, qual foi o Principal Atrativo?		
( ) Lazer ( ) Religião ou Peregrinação ( ) Parentes/amigos			( ) Diversão Noturna ( ) Cultura ( ) Outros		
( ) Saúde ( ) Compras ( ) Estudos ou Cursos			( ) Religião ( ) Compras		
( ) Festival Gastronômico ( ) Cultural ( ) Negócios/Trabalho			( ) Viagem de Incentivo (Prêmio)		
( ) Congressos/Feiras ou Convenções ( ) Outros			( ) Esportes		
7 – Renda Mensal Individual:					
8 – Escolaridade: ( ) Até o Ensino Fundamental I ( ) Ensino Médio Completo ( ) Superior Completo ( ) Pós-Graduação					
<b>(C) CARACTERÍSTICAS DA VIAGEM</b>					
9 – É a primeira vez que vem à Cidade de Caldas Novas? ( ) Sim ( ) Não					
10 – E no Festival Gastronômico de Caldas Novas é a primeira vez? ( ) Sim ( ) Não					
11 – Como ficou sabendo do Festival Gastronômico de Caldas Novas? (resposta única)		( ) Feiras, eventos e congressos		( ) Internet/Instagram	
( ) Já conhecia o destino	( ) Anúncios, campanhas publicitárias	( ) Programas de TV e Rádio	( ) Internet/facebook		
( ) Amigos/parentes	( ) Redes sociais da Goiás Turismo	( ) Local onde trabalha			
( ) Folders e brochuras	( ) Site da Goiás Turismo	( ) Agência de Viagem			
( ) Guias Turísticos Impressos	( ) Redes Sociais da Prefeitura/Sec. Turismo	( ) Artigos em revistas e jornais	( ) Outros (especifique)		
( ) Material promocional da Goiás Turismo	( ) UEG (divulgação interna)				
12 – Qual foi a principal motivação para vir ao Festival Gastronômico de Caldas Novas? ( ) Chefs convidados ( ) Gastronomia Goiana ( ) Shows ( ) Outros _____					
13 – Característica do Grupo? ( ) Sozinho ( ) Casal s/ Filhos ( ) Casal c/ Filhos ( ) Grupo Familiar ( ) Amigos ( ) Colegas de Trabalho ( ) Outros: _____ Tamanho do Grupo: _____					
14 – Pernoitou na cidade? ( ) Sim Número de pernoites _____ ( ) Não Horas no destino _____			15 – Viagem organizada por agência de turismo? ( ) Sim ( ) Não		
16 – Meio de Transporte utilizado para chegar ao destino? ( ) Automóvel Próprio ( ) Ônibus de Linha ( ) Ônibus/Van Turismo/Excursão ( ) Ônibus/Van Fretado ( ) Avião ( ) Outros (listar): _____			17 – Qual é o Meio de Hospedagem no Destino? ( ) Motel ( ) Casa Amigos/Parentes ( ) Hotel/Urbano ( ) Pousada ( ) Imóvel Aluguel ( ) Imóvel Próprio ( ) Outros (listar): _____ ( ) Flat		
<b>(D) Detalhe os gastos realizados no município para os seguintes itens:</b>					
1 – Alimentação	( ) Gasto Zero R\$	5 – Compras Pessoais	( ) Gasto Zero R\$		
2 – Transporte Interno	( ) Gasto Zero R\$	6 – Outros (listar)	( ) Gasto Zero R\$		
3 – Hospedagem	( ) Gasto Zero R\$				



# Fórum Internacional de Turismo do Iguassu



OBSERVATÓRIO DO TURISMO  
INSTITUTO DE PESQUISAS TURÍSTICAS  
IPTUR



4 - Atrativos e Passeios	( ) Gasto Zero	R\$	7 - Total de Gastos	( ) Gasto Zero	R\$
8 - Contando com você, quantas pessoas estão incluídas neste gasto?					

**(E) ACESSIBILIDADE PCD (Pessoa com Deficiência)**  
1 - Você ou alguém de seu grupo é pessoa com deficiência? ( ) Não Sim: ( ) Respondente ( ) Membro do grupo  
2- Tipo de necessidade: ( ) Intelectual ( ) Física ( ) Auditiva ( ) Visual ( ) Outros: \_\_\_\_\_  
3 - Qual a principal barreira encontrada: ( ) Arquitetônica ( ) Atendimento inadequado ( ) Falta de Acessibilidade ( ) Visual  
4 - Alguma sugestão para o destino e evento se adequar a PCD? \_\_\_\_\_

#### AVALIAÇÕES

##### (F) INFRAESTRUTURA (Cidade de Caldas Novas)

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não se Aplica
1 - Limpeza Urbana	5	4	3	2	1	0
2 - Segurança pública	5	4	3	2	1	0
3 - Sinalização turística	5	4	3	2	1	0
4 - Serviço de Táxi	5	4	3	2	1	0
5 - Telecomunicações/Internet	5	4	3	2	1	0

##### (G) INFRAESTRUTURA E SERVIÇOS TURÍSTICOS (Cidade de Caldas Novas)

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não se Aplica
1 - Restaurantes/Alimentação	5	4	3	2	1	0
2 - Hospedagem	5	4	3	2	1	0
3 - Atrativos Turísticos Visitados	5	4	3	2	1	0
4 - Diversão Noturna	5	4	3	2	1	0
5 - Informações Turísticas	5	4	3	2	1	0
6 - Preços Praticados	5	4	3	2	1	0
7 - Passeios / City Tour	5	4	3	2	1	0

##### (H) FESTIVAL GASTRONOMICO - (Caldas Novas)

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não se Aplica
1 - Programação do Evento	5	4	3	2	1	0
2 - Local do Evento	5	4	3	2	1	0
3 - Palestras /oficinas	5	4	3	2	1	0
4 - Divulgação do evento	5	4	3	2	1	0
5 - Degustação	5	4	3	2	1	0
6 - Data do evento	5	4	3	2	1	0
7 - Lixeiras no evento	5	4	3	2	1	0
8 - Shows	5	4	3	2	1	0
9 - Equipe organizadora do evento	5	4	3	2	1	0
10 - Avaliação Geral do Evento	5	4	3	2	1	0

##### (I) EVENTOS

1 - Você foi a OUTRO evento no município NESTA VIAGEM? ( ) Não ( ) Sim  
Se sim, quais? \_\_\_\_\_  
2 - Você já participou de outros Festivais Gastronômicos? Se sim, quais? \_\_\_\_\_  
3 - Você já veio a este município especificamente para participar de um evento? ( ) Não ( ) Sim

##### (J) EXPECTATIVAS

1 - Você recomendaria a um amigo ou familiar vir ao Festival Gastronômico - Caldas Novas ( ) Sim ( ) Não  
2- Neste evento, suas expectativas foram:  
( ) Superadas ( ) Atendidas Plenamente ( ) Atendidas em Parte ( ) Não Satisfeitas ou Decepcionadas  
3 - Você pretende voltar a este evento? ( ) Sim ( ) Não Motivo para não voltar: \_\_\_\_\_

Seus comentários são muito importantes para melhorarmos o nosso evento. Você tem alguma sugestão ou crítica adicional?

\_\_\_\_\_