

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E TURISMO.  
CURSO DE TURISMO  
DEPARTAMENTO DE TURISMO

ALEXANDRE ASSUNÇÃO DAS NEVES

**VIABILIDADE DO USO DA GASTRONOMIA COMO ATRATIVO TURÍSTICO.  
ESTUDO DO FESTIVAL DA LULA EM ARRAIAL DO CABO, RJ.**

NITERÓI  
2012

ALEXANDRE ASSUNÇÃO DAS NEVES

**VIABILIDADE DO USO DA GASTRONOMIA COMO ATRATIVO TURÍSTICO.  
ESTUDO DO FESTIVAL DA LULA EM ARRAIAL DO CABO, RJ.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de graduação em Turismo da Universidade Federal Fluminense – UFF como requisito parcial de avaliação para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Msc. Manoela Carrillo Valduga.

NITERÓI  
2012

**VIABILIDADE DO USO DA GASTRONOMIA COMO ATRATIVO TURÍSTICO.  
ESTUDO DO FESTIVAL DA LULA EM ARRAIAL DO CABO, RJ.**

Por

Alexandre Assunção das Neves

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de graduação em Turismo da Universidade Federal Fluminense – UFF como requisito parcial de avaliação para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Presidente: Prof<sup>a</sup> MSc. Manoela Carrillo Valduga – Orientadora, UFF.

---

Membro: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Karla Estelita Godoy – Departamento de Turismo, UFF.  
Convidada

---

Membro: Prof<sup>a</sup> MSc. Cláudia Mesquita Pinto Soares – Departamento de Turismo, UFF.

Niterói, 06 de junho de 2012.

Ao meu pai Joel Lídio e à minha mãe Marise Pereira, por todo o apoio  
que forneceram para que eu chegasse a mais esta vitória em  
minha vida.

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus por estar sempre ao meu lado em todos os momentos me dando sabedoria para seguir com a minha jornada.

A meus pais por toda a paciência, compreensão e todo o amor, me fortalecendo a cada passo que dou.

À minha orientadora, Prof<sup>a</sup> Manoela Carrillo Valduga, por toda a ajuda e zelo que teve ao me instruir neste trabalho.

À professora Erly por me apoiar na estrutura deste trabalho, me esclarecendo sobre todas as dúvidas e nas sugestões para a melhoria do mesmo.

À professora Karla Godoy, por proporcionar o início da minha relação com o tema deste trabalho ao me incentivar a escrever um artigo científico sobre a gastronomia.

Aos meus amigos e colegas da faculdade, em especial à minha grande amiga Heloísa, por ter-me dado a honra de compartilhar comigo momentos inesquecíveis durante nossa trajetória acadêmica.

E a todas as pessoas que ao entrarem em meu caminho tornaram mais agradável e prazerosa toda essa grande experiência que vivi na universidade.

“Os hábitos culinários de uma região são o melhor caminho para conhecer sua herança cultural.”

Michael DeVidts

## RESUMO

O presente trabalho apresenta a problemática da viabilidade do uso da gastronomia como um atrativo turístico, demonstrando como exemplo o Festival da Lula que acontece anualmente no município de Arraial do Cabo, no Estado do Rio de Janeiro. Para este trabalho, foram feitos levantamentos bibliográficos que abordassem a atividade turística e o patrimônio da gastronomia, além da parceria entre ambos. Além disso, foram utilizados métodos de investigação de natureza qualitativa através da aplicação de formulários de pesquisa e entrevistas semiestruturadas, realizadas com a comunidade local, visitantes e os principais agentes sociais participantes da organização deste festival. Como resultado, infere-se que uma região que conta com uma gastronomia rica pode apropriar-se dela como um novo recurso na geração de empregos e divisas e, conseqüentemente, melhorar a qualidade de vida de seus habitantes.

**Palavras-Chave:** Turismo. Turismo Gastronômico. Festas Populares. Festival da Lula. Arraial do Cabo, RJ.

## ABSTRACT

This study presents the problematic of the viability of using gastronomy as a tourist attraction showing as an example the Festival of Lula that happens yearly at the town of Arraial do Cabo. To this work, it was made a literature review involving the partnership between the tourism activity and the heritage of gastronomy. Moreover, it was used methods of qualitative research through application of formularies and semi-structured interviews with local community, visitors and social agents participating at the organization of this festival. As result, it was noticed that a local that accounts with a rich gastronomy, can appropriate of it as a new resource capable of generating jobs and economic benefits and, consequently, improve the quality of life of its inhabitants.

**Key Words:** Tourism. Gastronomic Tourism. Festivals. Festival of Lula. Arraial do Cabo, RJ

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
<b>1 TURISMO E GASTRONOMIA</b> .....	<b>13</b>
1.1 TURISMO.....	13
1.2 TURISMO GASTRONÔMICO .....	22
1.3 FESTAS POPULARES.....	26
<b>2 O FESTIVAL DA LULA EM ARRAIAL DO CABO</b> .....	<b>30</b>
2.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	30
2.2 RELATOS DE CAMPO.....	35
2.3 HISTÓRICO DO FESTIVAL .....	37
<b>3 VIABILIDADE DO USO DA GASTRONOMIA COMO ATRATIVO TURÍSTICO</b> ..	<b>44</b>
3.1 A CONSTRUÇÃO DO FESTIVAL E O GRAU DE PARTICIPAÇÃO DOS PRINCIPAIS AGENTES SOCIAIS .....	44
3.2 MOTIVAÇÃO DOS VISITANTES E OS FATORES CRÍTICOS PARA O SUCESSO DO FESTIVAL.....	48
3.3 CONTRIBUIÇÕES DO FESTIVAL DA LULA PARA O DESENVOLVIMENTO DO MUNICÍPIO DE ARRAIAL DO CABO.....	57
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>62</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>65</b>
<b>APÊNDICE</b> .....	<b>68</b>
<b>APÊNDICE A – FORMULÁRIO APLICADO AOS AGENTES SOCIAIS</b> .....	<b>68</b>
<b>APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO AOS VISITANTES DO 14º FESTIVAL DA LULA</b> .....	<b>71</b>

## INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão de curso versa sobre a importância do turismo gastronômico para o planejamento adequado da atividade turística como premissa possível para que os destinos turísticos possam proporcionar um meio mais sustentável no modo de vida de uma comunidade local, em termos econômicos, culturais e sociais.

A abordagem do tema também pretende mostrar que a implementação da gastronomia, um bem imaterial que aos poucos vem ganhando espaço como mais um tipo de atrativo turístico potencial, tem a capacidade de auxiliar na revitalização e valorização da identidade cultural. Nesse caso, pode ser considerado como um recurso inovador, na medida em que consegue romper as barreiras de estilos de vida globalizados e conhecimentos padronizados que as sociedades têm vivido há algumas décadas.

O turismo gastronômico tem como ferramenta essencial para sua promoção os festivais e eventos gastronômicos, que divulgam comidas e bebidas tradicionais atraindo, significativamente, pessoas que enxergam os alimentos como algo mais do que a satisfação de uma necessidade fisiológica, a busca pelo prazer.

A união entre a gastronomia e o turismo já é existente no município de Arraial do Cabo, sendo assim, a intenção dessa pesquisa consiste em investigar uma comunidade que já se vale do uso da gastronomia como atrativo turístico identificando quais mudanças ocorreram desde sua fundação e descrever, principalmente, até que ponto o turismo gastronômico é relevante para o crescimento do turismo local.

O pesquisador acredita que o estudo do tema será útil para esclarecer e conscientizar aos órgãos públicos e privados, assim como a comunidade local, que uma região onde conta com uma gastronomia rica, porém inutilizada, pode apropriar-se dela como um novo recurso na geração de empregos e divisas e, conseqüentemente, melhorar a qualidade de vida de seus habitantes.

Sendo assim, propõe-se com este trabalho encontrar resposta para a seguinte questão: Qual vem sendo a contribuição do Festival da Lula para o desenvolvimento do município de Arraial do Cabo? Como base empírica, será analisado o Festival da Lula, um evento gastronômico que ocorre no município de Arraial do Cabo, descrevendo as transformações que foram provocadas na cidade a partir da utilização de sua gastronomia habitual neste evento.

A partir desta problemática, o objetivo geral deste trabalho consiste em investigar o potencial da gastronomia como um recurso para a atividade turística e apresentar o Festival da Lula de Arraial do Cabo como produto turístico específico de uma comunidade local. Tem como objetivos específicos: registrar o surgimento e as modificações e inovações do festival no decorrer de suas edições, que será visto no subtítulo 2.3 deste trabalho; investigar a motivação dos participantes para a realização do Festival da Lula e identificar os fatores que levaram um prato local a ser reconhecido e transformado em um evento turístico, presente no subtítulo 3.2; e enumerar os resultados promovidos pelo Festival da Lula como atrativo turístico do município de Arraial do Cabo, apresentado no subtítulo 3.3.

Como pressuposto inicial, acredita-se que a promoção de festivais gastronômicos como atrativo cultural pode significar uma diversificação na oferta turística e contribuir para os impactos socioeconômicos e culturais positivos, se bem explorados pelas comunidades locais.

O primeiro capítulo deste trabalho aborda conceitos e definições sobre o fenômeno do turismo e os efeitos gerados por essa atividade e a compreensão sobre um dos segmentos que pode atuar como um produto diferencial nos destinos turísticos: o turismo gastronômico. Também são vistos alguns apontamentos acerca das festas populares devido a sua importância como forma de divulgação e promoção da gastronomia local. Para tratar destes temas, são utilizados principalmente autores como Marília Ansarah e Alexandre Netto, Mario Beni, Chris Cooper *et al*, Regina Schlüter, entre outros.

No segundo capítulo, é feita uma abordagem sobre quais procedimentos metodológicos foram utilizados para a obtenção dos dados necessários a realização deste trabalho e relatos de campo explicando como foi a condução (o que ocorreu) destes métodos nas pesquisas realizadas em Arraial do Cabo.

Para facilitar a compreensão dos formulários com perguntas abertas, a execução das entrevistas semiestruturadas e os demais procedimentos metodológicos utilizados neste trabalho, aproveitaram-se das palavras dos autores Antonio Chizzotti, Uwe Flick, Mirian Goldenberg, Eva Lakatos e Marina Marconi, Gilberto Martins e Alexandre Lintz, Augusto Trivinões e Robert Yin.

Ainda no segundo capítulo, focaliza-se, de maneira geral, a trajetória do Festival da Lula através de levantamento documental e comunicação direta ocorrida a partir de entrevistas realizada com os membros da Secretaria de Turismo e moradores participantes do festival no município.

No terceiro capítulo, são apresentados os resultados obtidos nas entrevistas com alguns dos principais agentes sociais que fazem parte deste evento social, o que inclui desde entidades públicas e privadas até visitantes e a comunidade inserida no festival.

Através das preleções destas pessoas, puderam-se obter respostas para as indagações presentes neste trabalho como: a composição da estrutura e do grau de participação dos associados ao festival, a motivação dos visitantes e o quão proveitoso este evento gastronômico se torna para o desenvolvimento do turismo no município de Arraial do Cabo.

## 1 TURISMO E GASTRONOMIA

Neste capítulo, procura-se discorrer sobre a atividade turística, dialogando com os autores que tratam de tal assunto e seus principais conceitos e definições. Também aborda-se o turismo gastronômico, um segmento do turismo que apresenta a gastronomia de uma comunidade local como o atrativo principal de determinado destino turístico. Finalmente, de forma breve e objetiva, tecem-se algumas considerações sobre os festivais gastronômicos e sua importância na promoção e divulgação das tradições culinárias.

A partir da explicação destes temas, deverá ser possível entender melhor o que ocorre em um festival gastronômico e analisar os sujeitos que fazem parte do meio ambiente que o envolve, como os alimentos e bebidas tradicionais, a comunidade local, as entidades públicas e privadas e os visitantes.

Nesse sentido, os conceitos também se fazem necessários para descrever as características que definem e se assemelham a esses elementos e compará-los com os resultados obtidos nas pesquisas de campo.

### 1.1 TURISMO

Qualquer região que deseje impulsionar o crescimento de sua estrutura mercadológica, onde já ocorra a saturação de seus produtos e serviços locais, pode se utilizar do turismo como um novo recurso capaz de gerar desde novos empregos a divisas. No entanto, para que a atuação se dê de forma correta, assim como de forma bem sucedida, deve-se compreender seu verdadeiro significado em meio a tantas definições abordadas desde sua origem.

A atividade turística é um acontecimento relativamente novo e, devido a seu complexo caráter que abrange vários setores da economia e disciplinas acadêmicas, torna difícil um entendimento claro e objetivo sobre a mesma.

Sendo assim, cabe destacar algumas dessas diferentes formas de visão acerca de tal fenômeno pelos autores que se depararam com a ousadia de defini-lo ao longo de sua história.

A definição mais antiga acerca do fenômeno do turismo é a do economista Hermann Von Schullern, que em 1910 definiu turismo como um conjunto de diferentes intervenções, sobretudo a econômica, causadas pelas viagens realizadas por estrangeiros para dentro ou fora de determinada localidade (*apud* BENI, 2003).

O turismo se tornou um assunto de interesse para as universidades no período entre as duas grandes guerras mundiais (1919-1938). Desde então, economistas europeus passaram a realizar pesquisas e trabalhos acadêmicos na chamada Escola de Berlim, além de algumas reflexões. Uma delas, escritas por Bormann, conceituava o turismo como os deslocamentos temporários com fins de lazer ou negócios, excetuando-se as locomoções feitas para se chegar ao local de trabalho (*apud* ANDRADE, 1998).

Pode-se perceber uma ligação entre o conceito de Bormann com os de Hunziker e Krapf (1942) que, além de defenderem a atividade turística também como as viagens realizadas por determinado período de tempo, acrescentam que esses visitantes não devem possuir qualquer residência fixa ou atividade remunerada no destino (*apud* OMT, 2001).

Nota-se que ambas as definições estão de acordo com o fato de a atividade turística envolver um deslocamento voluntário ou não para determinada localidade.

Mathieson e Wall (1982), por sua vez, utilizaram uma definição muito semelhante à anterior, porém acrescentando que as atividades encontradas no destino possuem a função de atender às necessidades dos visitantes (OMT, 2001).

Finalmente, há de se destacar a definição adotada pela Organização Mundial de Turismo em 1994, como segue:

O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes de seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outras (*apud* OMT, 2001, p.38).

A definição apresentada pela OMT (2001) é ampla, porém flexível, e concretiza as características mais importantes do turismo. São elas:

- As motivações que fizeram o turista realizar a viagem: Lazer, negócios e outros;
- Demarcação do tempo contínuo máximo de viagem que o turista pode passar no destino: “um ano”;
- Definição do momento em que as atividades desenvolvidas passam a ter um cunho turístico: “antes e durante o período de estada”;
- Os limites ligados à localização para determinar uma viagem turística: “fora de seu entorno habitual”.

Diante das definições apresentadas, pode-se perceber que uma das motivações principais para a realização da atividade turística está envolvida diretamente com o despertar inconsciente, ou não, do ser humano que se dispõe a sair de sua rotina habitual para se submeter a uma espécie de aventura rumo a um ambiente desconhecido e inusitado, enfim, que lhe desperte o desejo de desvendá-lo.

A atividade turística é uma das áreas do conhecimento humano que mais cresce e se desenvolve gerando oportunidades variadas para atender as suas segmentações de mercado. Sendo alavancado pelo mundo globalizado, o turismo se tornou uma tendência mundial, fazendo parte quase que de uma obrigação da vida moderna.

O turismo, como atividade econômica, enquadra-se no setor de serviços, e atualmente vem ocupando uma posição bastante significativa na economia brasileira, possibilitando o desenvolvimento socioeconômico de cidades e regiões e melhorando a qualidade de vida de seus habitantes através da geração de renda e empregos diretos e indiretos (CUNHA; PRADO, 2002).

Complementarmente, o Departamento Australiano de Turismo e Recreação apresenta uma definição econômica quando diz que o “turismo é uma importante indústria nacionalmente identificável. Compreende um amplo corte transversal de atividades componentes, incluindo a provisão de transporte, alojamento, recreação, alimentação e serviços afins” (BENI, 2003, p. 34).

Pelo que se entende, as viagens de cunho turístico induzem, ao menos, nos gastos com serviços que supram suas necessidades mais comuns, ligadas ao fenômeno, como transporte, alimentação e hospedagem e, estando dentro da localidade desconhecida, pode ainda despertar o interesse dos turistas em explorar a região e provocar novos gastos ligados ao comércio local, equipamentos de lazer e serviços complementares.

De acordo com Dias (2005), o turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupo de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. Inclui um conjunto de bens e serviços que tornam possíveis estes deslocamentos. Todo o equipamento receptivo que o núcleo deve habitar para atender a demanda (hotéis, agências de viagens), assim como o conjunto das organizações públicas ou privadas que surgem para fomentar a infraestrutura local e, principalmente, compreende atrativos capazes de despertar o interesse dos turistas.

O parágrafo anterior resume o processo que faz parte do sistema turístico, porém, cabe destacar que o turismo de negócios, não citado pelo autor, abrange igualmente todos esses componentes necessários para a realização dessa atividade, com uma diferença na motivação da viagem que está voltada para um pretexto profissional.

Desse modo, é possível perceber que o turismo está intimamente ligado ao movimento das pessoas, sendo capaz de desenvolver lugares e promover a inter-relação entre ambos. Diz respeito à geografia, cultura, política, religião, dentre outros elementos que fazem parte de um sistema maior ligado ao meio ambiente. É fruto do imaginário do ser humano e do atendimento de suas necessidades e é definido ou selecionado pelas escolhas individuais ou em grupo.

Essa conectividade não poderia deixar de contribuir com alguns impactos, sejam positivos ou negativos, nas regiões onde se encontravam a atividade turística em ascensão. Afinal, tal fenômeno repercute nas atividades econômicas, culturais e sociais das regiões nas quais se desenvolve.

Economicamente falando, o turismo representa o movimento de pessoas e divisas. Compreende os gastos dos turistas com hospedagem, alimentos e bebidas, comunicações, serviços de entretenimento, dentre outros estabelecimentos turísticos. Por fim, esse ciclo de despesas se converterá em renda seja em forma de salário, distribuição de lucros, aluguéis ou juros (COOPER *et al*, 2001).

Por outro lado, o produto principal do turismo não está exatamente nas facilidades que podem ser encontradas no destino turístico, mas se trata do próprio destino. O tipo de pessoa que reside no lugar, seu idioma, sua gastronomia, seus hábitos e costumes. A cultura em si é o que diferencia uma localidade de outra e constitui a essência do planejamento e execução da atividade turística e da motivação dos futuros visitantes.

A atividade turística é em seu maior aspecto formada pelas inter-relações entre o turista e a comunidade local e o seu entorno habitual, não deixando de incluir também o seu ambiente natural. Afinal, trata-se de um componente potencial na formação da paisagem e identidade do lugar ou faz parte de um recurso de lazer e entretenimento.

Segundo considerações da OMT (2001), os ambientes econômico, natural e cultural começam a sofrer mudanças a partir do momento em que o turismo entra em ascensão, gerando três importantes impactos:

- Impactos socioeconômicos: diz respeito a qualquer mudança na economia gerada pela atividade turística no país ou região que a desenvolve;
- Impactos socioculturais: modificação dos modos de vida provocados pelo choque cultural entre o turista e o morador local.
- Impactos socioambientais: toda a alteração no ambiente natural do destino causado pelo uso de seus recursos para a realização do turismo.

Dependendo da forma como são administradas as atividades turísticas, esses impactos podem provocar reações positivas ou negativas na região. A seguir são apresentados alguns exemplos (Figura 1):

Impactos	Positivos	Negativos
<b>Socioeconômicos</b>	<p>A contribuição do turismo para o equilíbrio da balança de pagamentos seja através de seus efeitos primários (gastos realizados pelos visitantes internacionais num país), secundários (gastos com o marketing da atividade turística) e terciários (gastos turísticos iniciais relacionados com a atividade turística);</p> <p>O significado dos gastos turísticos por meio de sua contribuição ao Produto Interno Bruto (PIB) de um país;</p> <p>Criação de empregos de forma direta (estabelecimentos turísticos: hotéis, agências de viagem) ou indireta (empresas de apoio: mercados, bancos) e geração de renda para população local.</p>	<p>Possível inflação derivada da atividade turística provocando aumento significativo nos preços e criando rivalidades por sua utilização entre os diferentes grupos de interesse (turista, população local);</p> <p>Competição do turismo com outros setores econômicos, por exemplo, quando o desenvolvimento turístico se concentra numa única região, deixando outras regiões isoladas sem possibilidade de se desenvolverem economicamente em qualquer outro sentido;</p> <p>Efeito multiplicador: é o produto da interdependência existente entre os diversos setores econômicos. No caso do turismo, à medida que as empresas da indústria turística recebem a renda, a mesma flui para outras empresas através da reposição de seus estoques, pagamento de salários, impostos, contas de luz, água, seguros, etc.</p>
<b>Socioculturais</b>	<p>Revitalização das artes tradicionais, festivais e línguas: percepção e valorização dos hábitos e costumes locais para os moradores e preocupação quanto a preservação desse patrimônio para as futuras gerações;</p> <p>Diminuição de desigualdades sociais: tal intercâmbio cultural se faz eficaz quando a percepção do visitante em direção a outras culturas e maneiras de viver gera a compreensão e o respeito às diferenças;</p> <p>Aceleração das mudanças sociais (o emprego proporcionado pela atividade turística tem permitido maior mobilidade na escala social em</p>	<p>As diferenças sociais podem provocar certas tensões entre visitantes e moradores;</p> <p>O turismo de massa não permite o intercambio cultural, mas a imagem estereotipada sobre determinados países e seus habitantes;</p> <p>Descaracterização da cultura do lugar visitado: a cultura dos turistas notada pelos moradores como superior a sua pode, por exemplo, provocar a</p>

	comunidades muito hierarquizadas).	adaptação de costumes ocidentais a culturas indígenas.
<b>Socioambientais</b>	<p>Revalorização do entorno natural através da adoção e expansão de medidas de conservação;</p> <p>Proteção a flora e fauna nativas a partir da criação de parques naturais;</p> <p>Criação de modelos de qualidade para conscientização da importância dos recursos naturais.</p>	<p>O congestionamento em lugares saturados (praias ou montanhas) afeta o entorno residencial e natural como: a qualidade do ar, das águas, a poluição sonora e a erosão da região;</p> <p>Os resorts criam barreiras entre as zonas residenciais e os atrativos principais provocando, além de impactos estéticos e paisagísticos;</p> <p>A segregação dos moradores locais que não dispõem de recursos para ceder às facilidades turísticas nos países não desenvolvidos.</p>

Figura 1: Impactos positivos e negativos provocados pela atividade turística.

Fonte: Elaboração própria a partir de Organização Mundial do Turismo, 2001, p. 201 à 240.

A partir do momento em que se percebe o real efeito que o turismo pode causar se adotado em uma localidade, deve-se pensar se sua aplicação será benéfica ou não, se trará um maior número de impactos positivos, se as possíveis perdas poderão ser recuperadas ou mesmo dispensáveis as pessoas e o seu entorno habitual.

Havendo uma colocação positiva a este questionamento, caberá aos gestores e parceiros de um determinado projeto averiguar a possibilidade de sua realização no local desejado através de um planejamento turístico, que proporcione, além dos objetivos e metas dos agentes participantes, o desenvolvimento de uma atividade turística sustentável.

O planejamento está ligado à definição de políticas e regras, enfim das decisões tomadas pelos agentes participantes de um determinado projeto. Envolve diferentes políticas, valores e negociações. Seus objetivos consistem em encontrar a melhor maneira para alcançar benefícios através dos objetivos definidos por cada integrante. Sendo assim, deve-se pensar em estabelecer um acordo mútuo onde todos concordem com as perdas e ganhos que irão se submeter (HALL, 2001).

Em relação ao turismo, seu planejamento deve levar em consideração também os anseios da comunidade local e dos turistas, assegurando que o estabelecimento da atividade turística poderá contribuir para o desenvolvimento sustentável da região.

A OMT (2001) afirma que o desenvolvimento sustentável está relacionado ao planejamento, de modo a não prejudicar ou evitar ao máximo que se degradem e esgotem os recursos, seja natural, econômico ou cultural. Desse modo, é possível fazer com que os produtos turísticos possam ter qualidade, diversidade e um ciclo de vida maior. A preservação desses recursos é o que vai garantir com que as gerações presente e futura possam ter a chance de desfrutá-los.

O turismo sustentável deve ser capaz de promover a “qualidade, continuidade e equilíbrio” (OMT, 2001, p.246) em suas atividades desenvolvendo de forma econômica, cultural e ambiental os destinos turísticos. Para tanto, foram estabelecidos alguns princípios que devem fazer parte dos objetivos do planejamento sustentável:

- Certificar-se que o morador faz parte do desenvolvimento econômico através dos empregos e rendas gerados pela atividade turística, dando-lhe a chance de melhorar de vida;
- Fornecer aos turistas serviços e produtos de qualidade, além de experiências únicas;
- Conscientizar os visitantes e a população local sobre os cuidados com o meio ambiente, como forma de assegurar que o local não sofra alterações bruscas e irreversíveis em seu ambiente natural;
- Melhorar a infraestrutura local, garantindo uma melhor qualidade de vida para a população residente;
- Garantir aos investidores e patrocinadores que o planejamento turístico de forma sustentável trará maiores benefícios e lucros. Desse modo, assegure-se que esses agentes possam permanecer no negócio turístico sem que prejudique aos mesmos e a localidade (OMT, 2001).

Ainda conforme a OMT (2001), a conjunção dos três fatores de sustentabilidade (ecológica, econômica e sociocultural) se relaciona de forma

dinâmica com o objetivo de conseguir um equilíbrio final: a sustentabilidade do sistema turístico. Segue abaixo:

<b>Sustentabilidade econômica</b>	Assegura um crescimento turístico eficiente; o emprego e os níveis satisfatórios de renda, junto com um controle sobre os custos e benefícios dos recursos, que garante a continuidade para as gerações futuras (MCINTYRE, 1993).
<b>Sustentabilidade ecológica</b>	Assegura que o desenvolvimento turístico é compatível com a manutenção dos processos biológicos.
<b>Sustentabilidade sociocultural</b>	Garante o desenvolvimento turístico compatível com a cultura e os valores das populações locais, preservando a identidade da comunidade.

Figura 2: Os tipos de sustentabilidade do sistema turístico.

Fonte: Elaboração própria a partir de Organização Mundial do Turismo, 2001, p.247.

Sendo assim, a prática do conceito de sustentabilidade na organização de uma atividade turística será igual ao seu sucesso em longo prazo, pois poderá suprir as necessidades econômicas, sociais e estéticas do lugar, sem prejudicar seu entorno cultural e natural. Significará ainda a satisfação dos organizadores, moradores e visitantes atuais e garantia da preservação desses benefícios às gerações futuras.

Para isso, acredita-se que a figura do turismólogo se torna essencial, uma vez que poderá utilizar de seu conhecimento e domínio para executar a parte técnica do estudo da região apresentando, posteriormente, um diagnóstico da mesma. E, por fim, auxiliará na tomada de decisões e acordos entre os envolvidos cuidando para que todos cheguem a um denominador comum.

## 1.2 TURISMO GASTRONÔMICO

Para este trabalho, a gastronomia é inserida como um recurso cultural de determinada localidade que pode ser aproveitada para promover um evento tradicional, tanto divulgando turisticamente a localidade quanto auxiliando na sustentabilidade cultural, na medida em que estimula a manutenção das tradições gastronômicas.

O produto gastronômico, se bem explorado, pode ser considerado um recurso importante e relevante para a atividade turística, pois dispõe de um atrativo cultural capaz de proporcionar uma experiência particular, que desperte o interesse de futuros visitantes ao local onde está inserido.

Diante de um mercado cada vez mais competitivo, a comida local pode atuar como um recurso diferencial no destino turístico, uma vez que possui um alto grau de peculiaridade, característica frequentemente buscada pelos turistas.

O público que adota a gastronomia como motivo principal para a realização de viagens está ligado à busca por novas experiências culturais. Nesse caso, novos produtos turísticos são elaborados para atender a esta demanda e desenvolver a atividade turística de forma sustentável (SCHLÜTER, 2003).

O interesse do turismo pela gastronomia pode ajudar a resgatar antigas tradições que estão prestes a desaparecer. Atualmente, a cozinha tradicional não só foi afetada pela globalização, que padroniza tudo, mas também sofreu os efeitos de uma pós-modernidade, que às vezes representa um sincero esforço de renovação imaginativa. Dessa forma, receitas e até mesmo livros com antigas declarações de receitas e antigos modos de preparo, vão retornando aos poucos e trazendo novamente aquela cultura novas formas, novos valores (REVOLUÇÃO GASTRONÔMICA, 2008) *apud* CAMPOS (2008, p. 8).

São esses artefatos da cultura encontrados nos meios gastronômicos que fazem parte dos recursos potenciais que podem ser utilizados por uma comunidade local para a promoção e desenvolvimento de seu legado e patrimônio através do turismo cultural.

O turismo cultural possui o objetivo de proporcionar aos visitantes todo um acesso aos bens materiais ou imateriais existentes dentro de uma comunidade. Esse tipo de turismo está além de uma simples viagem a lazer, porém se preocupa em

apresentar toda a história, hábitos e costumes de determinado povo, através de suas manifestações culturais (MOLETTA, 2004).

A gastronomia se insere nessa temática como um bem cultural que é integrante na questão de reconhecimento de uma comunidade, definindo seus hábitos e costumes e se transformando em um patrimônio imaterial de significativa importância turística. Está inserida no comportamento, pensamento e expressão de sentimentos dos diferentes grupos culturais acerca dos modos e costumes alimentares (Schluter, 2006).

O alimento e a prática cultural alimentar, sua história e desenvolvimento, podem proporcionar uma possibilidade de interação com outros povos. Compartilhar o cotidiano local e realizar um intercâmbio entre culturas suavizando as fronteiras físicas originárias do deslocamento (Furtado; Vieira, 2011).

Nesse caso, as pessoas que preferem se arriscar e viver uma experiência única do contato com a diversidade cultural, não apenas conhecendo seus alimentos, mas também o seu local e a sua cultura estão, individualmente, participando e promovendo o então chamado turismo gastronômico.

O turismo gastronômico é um tipo de turismo baseado nos fazeres culinários de determinada comunidade, que se caracterizam como bens imateriais, já que se tratam de hábitos e modos locais. Como objetivo deste segmento está o transporte de conhecimentos e sensações do paladar através das comidas tradicionais para os visitantes. Nesse caso, o prazer da viagem se torna especificamente a busca pela alimentação desconhecida (DIAS *et al*, 2009).

É considerado mais um segmento que pertence à prática do turismo cultural, ou seja, a motivação está baseada em um costume particular de determinada localidade, como o preparo de pratos típicos. São diversas as opções que o turista encontra para estar em contato com esses alimentos. Restaurantes e hotéis que ofereçam os pratos típicos locais, feiras e festivais populares, rotas e circuitos gastronômicos (ANSARAH; NETTO, 2009).

Para Hall e Sharples (2003) *apud* Schlüter (2006, p. 148) só se pode definir o turismo gastronômico como a visita a produtores primários e secundários de alimentos, festivais gastronômicos, restaurantes e lugares específicos onde a degustação dos pratos e/ou a experimentação dos atributos de uma região

especializada na produção de alimentos é a razão principal para a realização de uma viagem<sup>1</sup>.

Pouco a pouco se tem visto que a gastronomia está ganhando seu espaço como um atrativo turístico potencial para o desenvolvimento do turismo local. Percebe-se que cada vez mais as pessoas, além da busca pelo produto diferenciado e personalizado querem investir seu tempo e dinheiro em experiências genuínas e ao mesmo tempo simbólicas, passando a optar por um estilo de vida diferente do padronizado. Assim, como parte integrante desse grupo alternativo, o turismo gastronômico vem ganhando forças e se destacando ao redor do mundo (AZAMBUJA *apud* SCHÜLTER, 2006).

Podemos perceber que o consumo, não só dos pratos típicos, mas do surgimento e adaptação da cozinha local são os principais fatores motivacionais da viagem dos que buscam o turismo gastronômico.

Combinando as características individuais e estilos de vida elaborados por Plog, Mitchell e Hall (2003) *apud* Schlüter (2006), pôde-se realizar a seguinte tipologia a respeito dos consumidores dos produtos gastronômicos:

<p><b>Gourmet</b></p>	<p>Possui um elevado interesse por assuntos que envolvam a gastronomia, são os denominados “amantes” dos festivais gastronômicos. Geralmente, antes de viajarem, realizam uma importante investigação sobre a comida que encontrará no destino e provam diferentes pratos.</p> <p>São membros de grupos e sociedades gastronômicas e costumam cozinhar como forma de passatempo, podendo ser também profissionais de cozinha.</p> <p>Uma vez no destino, podem participar de cursos de culinária e se interessarem pela produção local.</p> <p>Sobre a experiência de férias, buscam recompensa, explorar, relaxar e desfrutar de momentos de romance.</p> <p>Quando retornam ao seu lugar de residência habitual buscam novas experiências gastronômicas e utilizam os conhecimentos adquiridos para desenvolver suas próprias receitas.</p>
	<p>Possui um moderado interesse e participação</p>

<sup>1</sup> Tradução Livre.

<p><b>Gourmets locais</b></p>	<p>por assuntos que envolvam a gastronomia, caracterizados como os “observadores”. Antes da viagem, analisam a cultura local.          Geralmente comem em restaurantes étnicos e freqüentemente comem fora de casa.          No destino, podem visitar escolas de culinária, restaurantes locais e de comida rústica.          Buscam a recompensa pessoal, a exploração e o romance.          Quando voltam para casa, preparam pratos típicos do lugar onde visitaram, adotam novos ingredientes e freqüentam regularmente restaurantes e mercados populares.</p>
<p><b>Turistas gourmet</b></p>	<p>Possui um baixo interesse e participação por assuntos que envolvam a gastronomia, são os “curiosos”.          No destino, preferem os menus ocidentalizados. Não pretendem conhecer aspectos relacionados a cozinha local.          Podem participar de um evento gastronômico, mas unicamente porque faz parte da experiência da viagem ou significa um atrativo importante no destino.          Não se interessam pelo processo de elaboração do prato típico, porém apenas observam, tiram fotos e compram elementos de merchandising para mostrarem que passaram pelo lugar</p>

Figura 3: Tipos de consumidores do turismo gastronômico.

Fonte: Elaboração própria baseado em Plog, Mitchell e Hall (2003) *apud* Schlüter (2006, p. 154-156)<sup>2</sup>.

A atividade gastronômica não se abstém da oferta de conhecimento e desfrute dos alimentos, mas agrega valor a cultura tradicional e contribui para o desenvolvimento da população local.

Scarpato (2002) *apud* Schlüter (2006, p. 160)<sup>3</sup> observa que o turismo gastronômico reflete aspectos de sustentabilidade do turismo em geral, mas vindo a desempenhar um conjunto de elementos adicionais, tais como:

- Sobrevivência da produção local de alimentos, pontos de venda e mercados de produto fresco;
- Viabilidade de preparar refeições caseiras;
- A transmissão de conhecimentos culinários e a educação do paladar das crianças;

<sup>2</sup> Tradução Livre.

<sup>3</sup> Tradução Livre.

- Direito ao prazer e a diversidade;
- Impacto do turismo sobre a autenticidade gastronômica e o bem estar comunitário.

Para a comunidade local, vale ainda destacar benefícios como: ajudam a renovar a vida das pessoas e a regeneração de sua cidade; estimulam o desenvolvimento econômico através do aumento de emprego, incentivando os consumidores a apoiar as empresas locais e, portanto, manter o dinheiro dentro da comunidade local; atraem negócios para o varejo ao redor; podem incentivar os desempregados ou subempregados para que desenvolvam novas habilidades, autoconfiança e geração de oportunidades de renda (SCHLÜTER, 2006).

Sendo assim, o produto gastronômico pode agir como alicerce na construção de um turismo saudável, comunitário e étnico, pois tange a identificação da comunidade local com sua gastronomia, sua importância na disseminação e participação nas práticas culinárias e aumento de sua fonte de divisas e do crescimento de seu ambiente habitual.

### 1.3 FESTAS POPULARES

A oferta de comidas e bebidas geralmente aparece nas celebrações feitas por um grupo de pessoas que se reúnem para comemorar algum tipo de episódio ou apenas com o intuito de socializarem entre si e com forasteiros caso lhes convenha. São as denominadas festas.

Comemorar uma data em especial é uma tradição realizada desde o início da história da humanidade dentro das sociedades agrícolas. Os festejos traduziam as ocasiões em que as comunidades se reuniam para confraternizarem uns com os outros de acordo com os costumes de sua região. Esses momentos são importantes para distinguir as culturas locais e as pessoas que pertenciam as mesmas (FERREIRA, 2005)

As festas são vistas como uma forma de revelar a interação do ser humano com o ambiente que o cerca, tornando-se mais uma ferramenta para a compreensão da evolução humana, pois demonstram de maneira geral as culturas das

civilizações. São diferentes aspectos como a comida, as vestimentas, as danças, o comportamento individual e coletivo realizados em diferentes espaços e tempos que ajudam na distinção e caracterização de cada sociedade (RIBEIRO, 2002).

Nesse caso, as festas se tornam um forte aliado da atividade turística, uma vez que apoiam os recursos turísticos, como as manifestações culturais, de maneira dinâmica e promocional.

A cultura expressada nas festas passa a funcionar como um produto que pode ser comercializado, caso das comidas e bebidas tradicionais, artesanato, manifestações artísticas.

Complementarmente, de acordo com Amaral (2001, p. 16),

[...] além de ser uma linguagem capaz de expressar simultaneamente múltiplos planos simbólicos é, ainda, uma mediação capaz de tornar compreensível a vida num país em que as contradições de todos os tipos são realçadas diariamente. E, finalmente, a festa pode ser entendida até mesmo como um modo de ação coletiva que pode responder à necessidade de superação das dificuldades dos grupos e das regiões onde se inserem e, mais ainda, tem se revelado um grande e lucrativo negócio, razão para que as festas cresçam mais e mais.

Além disso, podem atuar também como motivadores quando proporcionam aos indivíduos um momento de distração da vida cotidiana traduzido em diversas formas através do sentido de harmonização, entretenimento, conhecimento.

Os visitantes, ao estarem em contato com o festejo, devem sentir o prazer que pensaram encontrar ao realizar a viagem. Viver momentos de alegria e diversão ao confraternizarem com a comunidade local e trocarem informações culturais. Essas experiências devem surpreender o turista a ponto dele se sentir especial no ambiente apresentado, garantindo maiores chances de retorno do mesmo (RIBEIRO, 2002).

Como um dos alicerces na divulgação do turismo gastronômico encontram-se as festas populares. Essas festividades são responsáveis pela exposição do preparo das comidas e bebidas tradicionais e, conseqüentemente, criam um ambiente de consumo e compartilhamento entre as identidades culturais locais com os interesses e costumes dos visitantes.

De acordo com Negrine (2008, p. 122) o vocábulo *feira* significa “evento que objetiva celebrar um fato; *popular* seria aquilo que é do agrado do povo, das pessoas que vivem em um determinado lugar, que ocorre, há algum tempo, num determinado contexto sociocultural”.

A festa popular é um termo característico das festas locais ou tradicionais realizadas em determinado lugar definindo a cultura na qual pertence. Nesse caso, diz respeito as festas realizadas temporariamente e que acontecem, geralmente, seguindo o início da história de uma população demonstrados através das crenças e costumes que fazem parte da cultura local. Isso não exclui o fato de que novas festas ou festivais adaptados, caso que ocorre quando há uma mudança nos fazeres habituais da festa, possam se tornar futuras festas tradicionais (NEGRINE; BRADACZ, 2006).

MeléndeZ (2001) *apud* Baccon (2009, p.22) afirma que as festas tradicionais “constituem-se na interpretação da estrutura da comunidade e de suas expressões de identidade, de modo que se deve ressaltar a importância da educação e do conhecimento para garantir a preservação do patrimônio cultural local”.

Vimos que tanto os bens materiais ou imateriais podem ser a razão principal para a realização de uma festa, que se tradicional, é transformada em festa popular. E os alimentos tradicionais têm total capacidade e oportunidade para se incluírem nesse meio.

De acordo com Schlüter (2003, p.66) “a gastronomia também pode se constituir no centro de um evento por si mesmo ou associada a alguma festividade [...]”. Um exemplo será o Festival da Lula em Arraial do Cabo, caso primordial deste projeto, e que será apresentado e estudado nos capítulos a seguir.

Porém, para que uma festa se transforme em um ambiente social, deve-se levar em conta, além da simbologia representada pela festividade, a forma como será organizada e quais pessoas farão parte dessa organização.

Ferreira (2005, p. 30) reforça que as festividades apresentam três características essenciais que se diferenciam, apenas, de acordo com a identificação cultural de cada sociedade, afirmando que,

No exame de uma festa é possível observar pelo menos três componentes básicos: a preparação, a execução (conjunto de atividades mais ou menos tradicionais, ritualísticas e formalizadas) e a ideologia presente na festa (isto

é, o conjunto de símbolos, valores e crenças que explícita ou implicitamente são repetidos pela festa).

A partir desta colocação, pode-se considerar que são os agentes sociais os responsáveis pela peculiaridade dos festivais uma vez que devem definir a estrutura e o funcionamento do evento de acordo com seus objetivos e com o tipo de público que irá apreciá-lo.

Desse modo, cabe aos integrantes do evento manter a peculiaridade das manifestações culturais e encontrar a melhor maneira de apresentá-las de forma clara e objetiva.

Com a intenção de pontuar alguns elementos importantes na composição das festas, vale ressaltar a consideração feita por Meléndez (2001) *apud* Silva (2007, p.29) que considera o calendário festivo,

Em primeiro lugar, para marcar e divulgar informações a respeito da festa. Em segundo lugar, vem facilitar a integração entre as pessoas e os costumes festivos, integrando diferentes culturas e, em terceiro lugar, auxiliar no esforço institucional para organizar e manter os interesses comunitários, trabalhando em benefício da continuidade do processo.

O bom funcionamento de uma festa popular só acontecerá mediante um planejamento prévio sobre o entorno do lugar estabelecido. Deve-se ainda contar com a participação e apoio das prefeituras e secretarias do município nas etapas do processo de criação do festival. Por fim, é necessário que todos os envolvidos estejam em pleno acordo com as condições estabelecidas pelos mesmos na gestão da festividade. Só assim, pode-se ter maior possibilidade de criar um evento social sustentável para determinada localidade.

Pode-se considerar que o turismo gastronômico aliado às festas populares pode significar uma solução para as comunidades locais carentes de recursos financeiros e culturais. Uma resposta para a utilização de um bem cultural que precisa ser valorizado e reconhecido como a identidade da população local. Uma maneira de se desenvolver o turismo local melhorar a infraestrutura da região e a qualidade de vida de seus moradores.

## **2 O FESTIVAL DA LULA EM ARRAIAL DO CABO**

No capítulo atual, fez-se uma abordagem sobre a metodologia utilizada para a realização deste estudo. Foi feita uma descrição sobre o tipo de pesquisa e o grau de importância de um estudo de caso para o trabalho acadêmico com o auxílio de considerações advindas de autores como: Yin, Trivínos, Lakatos e Marconi, entre outros.

Houve ainda breves relatos de campo sobre as viagens e entrevistas realizadas no município de Arraial do Cabo, com entidades públicas, comunidade local e turistas. Na última seção foram relatadas a história da cidade, a vida dos pescadores locais e como estas se encaixaram com a criação do Festival da Lula. Informações oriundas de documentos oficiais e das falas de pessoas que participam da festa foram utilizadas no texto com a função de registrar o surgimento e as modificações e inovações do festival, ocorridas no decorrer de suas edições.

### **2.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

De acordo com Lakatos e Marconi (1996), os procedimentos metodológicos são definidos como o conjunto das atividades racionais e sistemáticas que auxilia o pesquisador a encontrar e seguir, de forma segura e econômica, o caminho mais apropriado para chegar ao resultado de sua pesquisa.

Para o presente trabalho, foi utilizada a metodologia do estudo de caso, sendo o objeto desse estudo o Festival da Lula em Arraial do Cabo, RJ.

O estudo de caso é uma estratégia de pesquisa usada em muitas situações, pois é capaz de fornecer ao seu usuário uma contribuição com o conhecimento que o mesmo já possui sobre fenômenos individuais, organizacionais, sociais, políticos e outros (YIN, 2005).

A importância de sua utilização está implícita no desejo do ser humano em compreender fenômenos sociais complexos, pois o mesmo permite a compreensão como um todo sobre qualquer acontecimento que ocorra no dia a dia do ser

humano, “tais como ciclo de vidas individuais, processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais e a maturação de setores econômicos” (YIN, 2005, p.20).

Goldenberg (2005, p. 33) afirma que:

O estudo de caso não é uma técnica específica, mas uma análise holística, a mais completa possível, que considera a unidade social estudada como um *todo*, seja um indivíduo, uma família, uma instituição ou uma comunidade, com o objetivo de compreendê-los em seus próprios termos<sup>4</sup>. O estudo de caso reúne o maior número de informações detalhadas, por meio de diferentes técnicas de pesquisa, com o objetivo de apreender a totalidade de uma situação e descrever a complexidade de um caso concreto.

Seguindo a linha de pensamento dos autores citados, o estudo de caso pode ser considerado uma ferramenta de investigação capaz de analisar determinado “objeto”, porém de maneira geral. Estudar todas as partes que o compõe, entendendo o funcionamento do processo de cada uma dessas partes e como são sintetizadas, correspondendo e dando um sentido ao mesmo “objeto”.

Trata-se de um método de pesquisa eficaz para a captação, registro e estudo de qualquer tipo de dados que possa haver em determinada situação, podendo, posteriormente, realizar experimentos e relatórios a partir dessas informações, ser arquivado ou modificar o seu quadro através de alguma ação transformadora, se parte dos objetivos da pesquisa (CHIZZOTTI, 2001).

O estudo de caso se faz eficaz para este trabalho, pois pode proporcionar um entendimento real sobre determinada sociedade, seus hábitos e costumes. Apresentar as razões que deram origem e continuidade a uma manifestação popular e a capacidade de adequá-lo e aperfeiçoá-lo através de estudos acerca dos resultados obtidos.

Para Martins e Lintz (2000), o estudo de caso é composto por três fases distintas: exploratória, delimitação do estudo e análise sistemática e redação do relatório.

---

<sup>4</sup> Uma das dificuldades do estudo de caso decorre do fato de a totalidade pesquisada ser uma abstração científica construída em função de um problema a ser investigado. Torna-se difícil traçar os limites do que deve ou não ser pesquisado já que não existe limite inerente ou intrínseco ao objeto.

A fase exploratória começa quando se pensa em determinado assunto que, aos poucos, vai sendo reformulado e delineado por questionamentos e críticas até que o objeto de estudo seja definido. Esse processo auxilia o pesquisador a determinar os procedimentos e ferramentas adequadas para o sucesso da investigação.

A fase seguinte corresponde ao momento em que o pesquisador irá delimitar o campo de estudo, estabelecendo até onde a pesquisa pode chegar e determinar as técnicas que serão utilizados para recolhimento dos dados como: oral, escrito, filmado, gravado, etc. esse processo, facilitará na busca das informações mais relevantes e significativas para a investigação.

Na terceira fase, o pesquisador irá organizar as informações colhidas na pesquisa de campo, separando a partir dos critérios definidos anteriormente, transformando-os em documentos que demonstrem as descrições e análises de caso. Posteriormente, será feito um relatório em estilo narrativo, descritivo e analítico representando a relevância da pesquisa e o resultado encontrado. A partir dessas informações o pesquisador também poderá lançar ideias para que o quadro apresentado possa ser modificado, se parte dos objetivos da pesquisa.

O estudo de caso investigado neste trabalho trata do quão proveitoso pode ser a utilização da gastronomia tradicional como atrativo turístico para complementar a atividade turística de certa localidade.

Para tal, houve a necessidade de se realizar uma pesquisa de campo que, por sua vez, contou com técnicas específicas para alcançar determinado resultado. A partir dessas ferramentas puderam-se obter informações que auxiliassem na compreensão do problema em questão.

Para Lakatos e Marconi (1996, p.186), a pesquisa de campo “consiste na observação de fatos e fenômenos tal como ocorre espontaneamente, na coleta de dados a eles referentes e no registro de variáveis que se presumem relevantes, para analisá-los”.

A coleta de dados em uma pesquisa qualitativa não se limita ao tempo ou ao espaço, mas é determinada através do problema que será averiguado. São diversas as etapas que o pesquisador poderá seguir, desde a observação, de maneira que o

pesquisador possa fazer parte do experimento, até entrevistas com questões de livres respostas com outros participantes (CHIZZOTTI, 2001).

Sendo assim, cabe ressaltar passo a passo a trajetória e os procedimentos metodológicos que serão utilizados neste trabalho, assim como o porquê de sua importância para o mesmo de acordo com os autores envolvidos com estas temáticas.

Em um primeiro momento, para se obter os principais fatores que levaram um prato típico local a se tornar uma celebração aberta ao público e um futuro atrativo turístico para o município de Arraial do Cabo, foram realizados levantamentos bibliográficos que envolvessem a parceria entre a atividade turística e o patrimônio da gastronomia.

A pesquisa bibliográfica, também denominada de “fontes secundárias”, diz respeito a qualquer tipo de documento contendo informações sobre determinado assunto e que tenha se tornado público, como livros, revistas, jornais, monografias, ou mesmo gravações em áudio, filmagens e outros. Tem como objetivo oferecer ao pesquisador um conhecimento claro e direto sobre tal objeto de estudo (LAKATOS; MARCONI, 1996).

Com o objetivo de descrever o histórico do Festival da Lula e seus efeitos gerados em Arraial do Cabo foi feita uma pesquisa exploratória envolvendo levantamento documental e comunicação direta com os membros da Secretaria de Turismo e moradores participantes do município.

De acordo com Triviños (2008, p. 109),

os estudos exploratórios permitem ao investigador aumentar sua experiência em torno de determinado problema. O pesquisador parte de uma hipótese e aprofunda seus estudos nos limites de uma realidade específica, buscando antecedentes, maior conhecimentos para, em seguida, planejar uma pesquisa descritiva ou de tipo experimental.

Neste trabalho, foi utilizado um tipo de estudo descritivo, denominado estudo de caso, técnica comentada no início deste capítulo.

O levantamento documental, também denominada de “fontes primárias”, é formado por registros realizados através da escrita, gravações, ou outras formas de

armazenamento de dados sobre determinado fenômeno, seja durante ou após a sua ocorrência (LAKATOS; MARCONI, 1996).

Além do registro da trajetória ocorrida pelo Festival da Lula, este método auxiliou na aquisição dos resultados obtidos por este evento no município de Arraial do Cabo, seja de maneira econômica, cultural ou social, positivos ou não.

Foram utilizados dados adquiridos pela Secretaria de Turismo do município de Arraial do Cabo para análise dos efeitos gerados pelo Festival da Lula à cidade.

Foram ainda aplicadas entrevistas semiestruturadas apoiadas em um formulário com perguntas abertas aos participantes do Festival da Lula, o que incluiu desde representantes de entidades públicas até a comunidade inserida no festival. Esses métodos foram utilizados nas pesquisas qualitativas que, neste trabalho, tem a função de identificar o grau de inserção de cada uma delas na organização do festival.

De acordo com Flick (2009, p. 37), a pesquisa qualitativa “dirige-se à análise de casos concretos em suas peculiaridades locais e temporais, partindo das expressões e atividades das pessoas em seus contextos locais”.

A entrevista semiestruturada com perguntas abertas é a ferramenta mais importante em uma pesquisa de enfoque qualitativo, pois, além de estimular a participação direta do investigador, é a forma mais natural e livre de se realizar um estudo, ajudando a compreendê-lo em sua totalidade e enriquecendo ao máximo a investigação (TRIVIÑOS, 2008).

A entrevista semiestruturada é definida por Triviños (2008, p. 146) como,

aquela que parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses, que interessam à pesquisa, e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, fruto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que se recebem as respostas do informante. Desta maneira, o informante, seguindo espontaneamente a linha de seu pensamento e de suas experiências dentro do foco principal colocado pelo investigador, começa a participar na elaboração do conteúdo da pesquisa.

Já a aplicação dos formulários ao permitir que o investigador estabeleça um contato real com o entrevistado, traz algumas vantagens como: a facilidade para esclarecer aos entrevistados sobre o objetivo da pesquisa e conseqüentemente

obterem dados mais precisos e a adaptação das perguntas de acordo com cada participante (LAKATOS; MARCONI, 1996).

Segundo Goldemberg (2005, p. 53), os dados qualitativos “não são padronizáveis como os dados quantitativos, obrigando o pesquisador a ter flexibilidade e criatividade no momento de coletá-los e analisá-los”.

Nesse caso, após a aquisição das informações através das entrevistas, o pesquisador fez sua análise e avaliação, primeiramente, transcrevendo as falas dos principais participantes responsáveis pelo planejamento e execução do Festival da Lula e, posteriormente, utilizando as informações consideradas mais relevantes pelo mesmo para descrição das participações dos membros.

Por fim, contou-se com a formulação de questionários com perguntas abertas e fechadas que ajudassem a compreender as principais motivações que levavam as pessoas a conhecerem e fazerem parte do festival.

## 2.2 RELATOS DE CAMPO

A escolha por realizar a pesquisa no município de Arraial do Cabo e um estudo sobre o Festival da Lula ocorreu em função da necessidade de encontrar um evento gastronômico que se utilizasse de costumes locais para sua realização.

Como instrumentos de pesquisa, foram realizadas entrevistas individuais por pauta ou semiestruturadas com os organizadores da festa com o auxílio de formulários. Para abordar os turistas presentes no festival, contou-se com o auxílio de questionários para obter os resultados de forma mais simples e objetiva sobre suas motivações e expectativas.

O início da pesquisa de campo ocorreu no dia 2 de fevereiro de 2012 com a realização de uma entrevista com o secretário de turismo de Arraial do Cabo, Marco Antônio Barreto Simas, 47 anos. No dia 7 de fevereiro, foram realizadas entrevistas com o presidente da Associação de Pescadores de Arraial do Cabo (APAC), Joaquim Rodrigues de Carvalho (Quinzinho), 55 anos, e com a moradora local, Maria Nazareth de Carvalho Gomes, 57 anos. No dia 8 de fevereiro, foi realizada uma entrevista com o tesoureiro da APAC, Manuel Teixeira de Mello, 58 anos. No dia 17 de fevereiro, a entrevista foi realizada com o mediador de pesca da União das

Entidades de Pesca e Aquicultura do Estado do Rio de Janeiro (UEPA – RJ), Francisco da Rocha Guimarães Neto, 40 anos. Por fim, no dia 23 de fevereiro foram realizadas entrevistas com o morador local e historiador Reinaldo Martins Fialho, 82 anos e o jornalista, Marcelo Cortez, 43 anos.

O formulário, que se encontra em anexo no final deste trabalho, foi padrão para a maioria dos entrevistados. As alterações surgiram no decorrer da aplicação, já que algumas dessas pessoas continham um entendimento maior sobre a história do município de Arraial do Cabo e dos pescadores e seu cotidiano.

Além disso, foram selecionadas as respostas mais objetivas e ricas em termos de dados e informações pertinentes a pesquisa em questão. Sendo assim, serão percebidas as falas de alguns dos entrevistados em maior quantidade do que outros. Porém, manifestando sempre que houver uma divergência de opiniões.

Cabe ressaltar que no decorrer dessas três semanas em campo, além das entrevistas, foram realizadas pesquisas bibliográficas na secretaria de cultura e em universidades localizadas no entorno do município, pedidos de documentos e conteúdo sobre o Festival da Lula, assim como notícias e filmagens das edições anteriores.

Nos dias 5 e 6 de abril de 2012 foram feitas entrevistas com sete pessoas presentes no 14º Festival da Lula, das quais seis eram turistas, provenientes de outros municípios, regiões ou países, mais uma moradora local. Os resultados dessas entrevistas serviram para esclarecer sobre as motivações que levaram esses visitantes a frequentarem o evento além de depoimentos sobre o andamento do festival.

E, com o apoio do tesoureiro da APAC, puderam-se obter os resultados acerca dos gastos e ganhos com o festival mais recente.

A seguir, foi elaborada uma breve abordagem sobre a história do município de Arraial do Cabo, a vida dos pescadores locais e como ambos conduziram a criação do Festival da Lula e sua trajetória.

## 2.3 HISTÓRICO DO FESTIVAL

Desde sua descoberta pode-se dizer que o município de Arraial do Cabo sempre teve certa ligação com a gastronomia marítima.

A começar pelos primeiros habitantes desta terra, os índios tamoios, que já incluíam em seu “cardápio”, alimentos como o pescado, os crustáceos e os moluscos. (SOUZA, 2011, p. 28).

“Em 1503, o navegador italiano Américo Vespúcio, chegou a essas terras trazendo a colonização europeia e garantindo que se defrontava com o paraíso” (SOUZA, 2011, p. 28).

Já em 13 de maio de 1985, Arraial do Cabo finalmente se emancipa politicamente de Cabo Frio e se torna mais um município independente com seu próprio poder econômico, impostos, direitos e deveres a serem cumpridos (TALAGARÇA, 2003).

Arraial do Cabo possui uma das mais belas paisagens do litoral brasileiro formada por praias paradisíacas, lagoas, trilhas ecológicas e também sua rica cultura e culinária baseada na biodiversidade marinha local consequência do raro fenômeno da ressurgência<sup>5</sup>. Tais características fizeram da pesca, do turismo e das atividades portuárias, as principais atividades econômicas do local (Secretaria de Turismo de Arraial do Cabo).

De acordo com o historiador, Reinaldo Fialho, a ressurgência é o encontro entre a corrente astral que vem do sul, passando pelas Malvinas e chocando-se com a costa do município fazendo emergir restos de crustáceos, carapaças, plânctons e fitoplânctons, que servem de comida para os alevinos. Os alevinos atraem os peixes maiores, gerando a abundância da pesca no município. Além disso, a Ilha de Cabo Frio fica num dos pontos mais distantes do litoral. Logo, o peixe que vem do sul faz a volta pela ilha e vai para o norte, muitas vezes chegam para desfazer a ova no local.

---

<sup>5</sup> A ressurgência é o nome dado ao fenômeno provocado por uma corrente de água fria, oriunda das Malvinas, que se desloca em um nível profundo e que, ao chegar à costa de Arraial do Cabo, aflora devido a seu aquecimento, resultante dos raios solares e do encontro com outra corrente de água originária do norte. A corrente vinda do sul é rica em nutrientes, fazendo parte da cadeia alimentar de animais microscópicos que, por sua vez, alimentam outros maiores.

Em 1997, criou-se uma Reserva Extrativista Marinha formada pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), representado pelo Instituto Chico Mendes (ICMbio), tendo como co-gestora a Associação da Reserva Extrativista Marinha de Arraial do Cabo (AREMAC). Constituída em Lei Federal, a Resex-Mar tem o intuito de proteger a cultura dos pescadores tradicionais, bem como da utilização sustentável dos recursos naturais existentes (SECRETARIA DE TURISMO DE ARRAIAL DO CABO)<sup>6</sup>.

O município faz parte dos núcleos pesqueiros mais tradicionais do Estado do Rio de Janeiro. O emprego e a renda adquirida através da pesca têm beneficiado os moradores locais que compartilham uma produção pesqueira anual estimada em torno de 2000 t-ano, 3% do desembarque no Estado do Rio de Janeiro (AZEVEDO, 2004).

De acordo com Souza (2011, p. 29),

Mais da metade da população de Arraial do Cabo está ligado direta ou indiretamente à pesca. Águas de vida marinha fértil proporcionaram desde o início a fixação do povo nessa terra. Hoje mais do que sustentar boa parte da economia, a pesca faz parte da cultura do povo cabista. A pesca artesanal é um espetáculo que pode ser visto diariamente em algumas praias. Trata-se da pesca de canoas, na qual os peixes são cercados pelas redes sob as orientações do vigia, um pescador que fica em cima do morro sinalizando como um maestro o posicionamento, a qualidade e a quantidade do pescado que avista a quilômetros de distância. Após o cerco, a rede com os peixes é puxada por dezenas de braços na beira da praia. E quem participa ainda leva um peixe para casa.

Nesse caso, pode-se perceber que a história do município junto às suas características principais nos remeterá sempre aos hábitos e costumes de um pescador.

Segundo Britto (1999) *apud* Azevedo (2004, p. 2), “Arraial do Cabo é tradicionalmente um *lugar de pescaria*, e que, na representação dos pescadores, *ser cabista corresponde a ser pescador*”.

Conforme as palavras do tesoureiro da APAC, Manuel Teixeira de Mello, o pescador local pode ser definido como:

---

<sup>6</sup> Secretaria de Turismo de Arraial do Cabo - Informação recebida via email pelo autor em 17/02/2012.

Um homem sofrido, corajoso, honesto e guerreiro que muitas vezes aparenta ter mais idade do que tem devido às marcas de seu trabalho. Homem guerreiro, que tem hora para sair ao mar, mas não tem hora para voltar, pois pode levar dias ou meses a deriva ou nunca retornar ao enfrentar os ventos fortes e o mar revolto. Porém nunca desiste de ir em busca de um sustento para sua família. O pescador é um herói.

A população cabista era praticamente formada por uma colônia de pescadores, o lugar era privilegiado com o fenômeno da ressurgência atraindo várias espécies de vida marinha e o município já utilizava da pesca como parte de seu sustento. Então, promover um evento que atraísse um maior número de conhecedores dos produtos em abundância da região como no caso a lula, gerando, conseqüentemente, um aumento da economia local, pode ter sido um dos fatores, se não o principal, para a criação do Festival da Lula.

No entanto, ao invés de nos atermos a especulações, veremos as reais intenções para o surgimento de uma festa gastronômica no município através das falas de alguns dos entrevistados. Primeiramente, começaremos com o documento que foi utilizado como apresentação do Festival da Lula para angariar parcerias e apoio das empresas no 12º Festival da Lula que aconteceu no ano de 2010 emitido por *e-mail* pelo mediador de pesca da UEPA – RJ, Francisco Neto.

Segundo o próprio documento, o Festival da Lula foi criado pelos pescadores com a intenção de promover a geração de renda para as comunidades e proporcionar uma inclusão social de várias camadas, seja através da melhora do preço de venda da lula diretamente no evento ou pelos pratos variados de lula encontrados nas barracas do festival.

O primeiro festival surgiu no ano de 1986 e foi organizado pelos pescadores na Praia Grande.

O evento acontece no verão, entre os meses de dezembro a abril, por ser a estação do pico da pesca na região e importante para a captura da lula já que é nessa época que ocorre o fenômeno da ressurgência. Normalmente são capturadas cerca de 2.000 toneladas, sustento de aproximadamente 5.000 pescadores artesanais.

A APAC, fundada em 1987, é composta por pescadores da Praia Grande, da Praia dos Anjos e Praia do Pontal, perfazendo um total de 400 associados. Há mais de 10 anos esta entidade vem realizando o Festival da Lula, para a concretização

dos projetos da associação. No quadro a seguir estão expostos os objetivos da APAC e os da Secretaria de Turismo acerca do Festival da Lula:

<b>Associação dos Pescadores de Arraial do Cabo</b>	<b>Secretaria de Turismo</b>
<p>Gerar renda para os pescadores que venderão a lula e outros frutos do mar para festival;</p> <p>Arrecadar verbas a fim de realizar melhoria para os seus associados, como reformas institucionais (casa do vigia, cais dos pescadores da Praia Grande, da sede e ambulatório) e compra de um automóvel (bugre) para vigilância de olheiros em defesa do pescado;</p> <p>Auxiliar no desenvolvimento dos projetos da associação, referentes ao turismo da pesca;</p> <p>Fomentar a geração de renda e angariar recursos para novos investimentos;</p> <p>Conscientizar o público do Festival e comunidade do Município para importância de preservar a Reserva Extrativista Marinha de Arraial do Cabo na garantia dos recursos pesqueiros;</p> <p>Divulgar os frutos e o prato típico feito da lula de nossa região, a fim de ganhar mercado e preço do produto;</p> <p>Incentivar o turismo de Arraial do Cabo.</p>	<p>Gerar mais divisas para o município e renda para trabalhadores fixos e temporários a partir do aumento do fluxo de visitação turística na cidade;</p> <p>Utilizar a mídia espontânea em torno do evento auxiliando a promoção do município como destino turístico, divulgando-o, afora outros aspectos, como um importante centro pesqueiro de lula;</p> <p>Contribuir para a consolidação futura do município como referência em eventos de qualidade;</p> <p>Contribuir para a consolidação futura do município como um pólo gastronômico, tendo como principal atrativo os pratos à base de frutos do mar;</p> <p>Criar parcerias entre os setores públicos e privados.</p>

Figura 4: Objetivos da APAC e da Secretaria de Turismo acerca do Festival da Lula  
 Fonte: Elaboração própria a partir de Documentos emitidos pelo mediador de pesca Francisco Neto e pela Secretaria de Turismo<sup>7</sup>.

Vistos os objetivos citados anteriormente, é possível perceber que os expostos pela APAC se relacionam basicamente com a melhoria de vida dos pescadores locais. Já a Secretaria de Turismo obtém uma visão mais ampla dos benefícios que o evento pode gerar, como o desenvolvimento da gastronomia típica e do turismo no município, além de novos investimentos dos setores público e privado na região.

<sup>7</sup> União das Entidades de Pesca e Aquicultura do Estado do Rio de Janeiro – Informação recebida via email pelo autor em 14/02/2012; Secretaria de Turismo de Arraial do Cabo – Informação recebida via email pelo autor em 17/02/2012.

Pode-se perceber que a realização do Festival da Lula realmente começou pelas oportunidades que o local oferecia aliada as tradições de vida dos pescadores. Inicialmente, o festival garantia um lucro a mais principalmente para quem sobrevivia da pesca. No entanto, na medida em que foi se tornando popular, se reconheceu a sua importância para toda a população residente seja na venda de seus produtos, no conhecimento de sua cultura ou na divulgação de seu município.

De acordo com a moradora, Maria Gomes, o festival representa a divulgação da pesca de lula em Arraial do Cabo, que é visto como uma tradição do município. “Não lembro, mas já tem muito anos. Surgiu de repente, quando os pescadores antigos como o senhor Alzimiro, Salvador, Floriano, incluindo o meu pai, em um ano que deu muita lula, resolveram fazer umas barraquinhas na praia e vender a noite”.

Complementarmente, o Secretário de Turismo, Marco Simas, afirma que o Festival da Lula é um festival basicamente do pescador, que surgiu a muito tempo atrás e que foi resgatado pela Associação de Pescadores de Arraial do Cabo. A APAC passou a realizá-la de forma simples e discreta até o ponto em que começou a se popularizar pelo município e pela região, se tornando um evento mais conhecido. Ele aconteceu na década de 80 quando a cidade ainda pertencia ao município de Cabo Frio. Devido ao pouco reconhecimento, o festival não tinha uma data específica, tampouco garantias de sua realização anual. “Durante os dois primeiros anos foi realizado na Praia Grande, depois ele parou de acontecer. Novamente voltou a acontecer, parou e agora retornou de vez.”

Desde 2009, a Secretaria de Turismo em conjunto com a APAC, vem apoiando o evento através do fornecimento de infraestrutura, garantindo que o festival atinja o seu potencial como um atrativo turístico.

A gente tirou ele [sic] da época do verão que acontecia em janeiro/fevereiro, próximo ao carnaval, então a cidade já tava muito cheia e aí colocamos ele [sic] lá mais adiante na Semana Santa que também é um feriado, mas pelo fato de não se comer carne o pescador quis fazer. Então agente não teve como trocar por uma data que não fosse um feriado prolongado. Ele quis justamente que fosse durante a Semana Santa. Então hoje, o Festival é realizado na Semana Santa durante cinco dias com a associação de pescadores em parceria com a Secretaria de Turismo (MARCO SIMAS).

Segundo o presidente da APAC, Joaquim de Carvalho, quando começou o primeiro Festival da Lula, na qual ele participou indiretamente, o mesmo foi

organizado por um grupo de pescadores e com apoio da Igreja Católica. Os motivos para sua criação se baseavam na união dos pescadores locais e divulgação de seus trabalhos de pesca da lula.

Já para o tesoureiro, Manuel Teixeira, as pessoas que idealizaram esse Festival da Lula foram os pescadores antigos, um deles, o senhor Floriano Mendonça que, como objetivo, buscava um rendimento melhor com a venda da lula através do festival, garantindo um “dinheiro a mais”.

Para compreensão do uso da gastronomia local no festival, o Sr. Francisco Neto relata que,

O festival nasceu da própria comunidade com o intuito de melhorar o valor agregado da renda deles com um preço de venda melhor no festival, ou seja, conseguir fazer com que desse melhor saída a quantidade de lula porque como na temporada a quantidade é muito grande e acaba baixando o preço então eles fizeram uma forma deles conseguirem ter um preço melhor, uma saída, um escoamento melhor do produto. A outra pra divulgar realmente o pescado pra que as pessoas possam conhecer melhor, ter o paladar e saber vários pratos que podem ser feitos e assim valorizar mais o preço da lula. Hoje o preço da lula, devido a esse festival, ficou bem melhor do que antes que as pessoas não tinham muito conhecimento. Então, agora já vem milhares de pessoas de outros lugares para visitar o festival, e, com isso, divulgando também o produto.

No decorrer das edições houve modificações tanto na estrutura quanto na programação do festival, começando pelo crescimento no número de frequentadores a cada ano e, posteriormente, pelo reconhecimento por parte da Prefeitura de um novo evento no município com potencial para trazer melhorias a população e atrair novos visitantes.

Antigamente, utilizavam-se madeiras na estrutura do evento, montados tal como um acampamento. Não tinha tenda nem barraca fixa. Os estandes eram feitos com madeiras e plástico. Por ser ao ar livre, tanto as chuvas ou mesmo o sol poderiam afetar a realização da festa (JOAQUIM DE CARVALHO).

Das mudanças que ocorreram e permaneceram desde os primeiros anos de evento podem-se destacar:

- Aumento do espaço e número de barracas (30);
- Tendões de 2.000m<sup>2</sup>;
- Aumento no número de shows (3 a 4 por noite);

- Palco e iluminação;
- Pista de dança;
- Aumento no período de duração (5 dias);
- Participação de chefes de cozinha;
- Camisetas, cartazes;
- Feira de artesanato típica do município

A criação do Festival da Lula começou como um evento pequeno, quase íntimo, e se tornou um dos festivais mais conhecidos e visitados de Arraial do Cabo. No próximo capítulo, será abordada um pouco mais sobre como ocorre a organização e estrutura deste festival e suas mudanças após a intervenção da Secretaria de Turismo, os perfis mais comuns dos visitantes que o frequentam e de que modo contribuem para ampliar o turismo no município.

### **3 VIABILIDADE DO USO DA GASTRONOMIA COMO ATRATIVO TURÍSTICO**

Neste capítulo, são respondidos por meio de informações obtidas nas pesquisas de campo questões como: o grau de participação dos agentes sociais na organização do festival, os fatores que levaram um prato local a ser reconhecido e transformado em um evento turístico, a motivação dos turistas em participarem da festa e os resultados promovidos pelo Festival da Lula como atrativo turístico para o município de Arraial do Cabo.

Nas seções seguintes, fazem-se, em um primeiro momento, apontamentos sobre a composição estrutural do festival e os organizadores que administram e apoiam este evento.

Posteriormente, é definido o tipo de público presente, assim como as características principais responsáveis pelo reconhecimento, sucesso e permanência do festival ano após ano.

Por último, cabe responder se o Festival da Lula pode ser realmente considerado um atrativo turístico potencial para Arraial do Cabo enumerando os resultados promovidos para a atividade turística do município.

Ressalta-se que as descrições sobre tais abordagens serão comparadas com as definições dos autores apresentados no primeiro capítulo, seja concordando ou não com suas reflexões.

#### **3.1 A CONSTRUÇÃO DO FESTIVAL E O GRAU DE PARTICIPAÇÃO DOS PRINCIPAIS AGENTES SOCIAIS**

Para que um festival aconteça e possa ser apreciados pelos futuros convidados, os organizadores devem se reunir para decidirem de que forma o evento será exposto a essas pessoas, fazendo parte da proposta de planejamento em conjunto para atender a necessidade de todos os envolvidos, como argumentado por Hall (2001) no primeiro capítulo.

Nos dias de hoje, aparentemente temos visto que a estrutura do local pode facilitar o entendimento sobre o significado de um festival, demonstrar qual o serviço

ou produto será oferecido e até mesmo o tipo de público adequado para frequentá-lo.

Será visto a seguir quais agentes sociais fazem parte de toda a trajetória do Festival da Lula e o que cada um se propunha a fazer na construção e composição do festival.

De acordo com o secretário de turismo, Sr. Marco Simas, os agentes sociais participantes do festival são basicamente formados pela Associação de Pescadores de Arraial do Cabo (APAC) e a Secretaria de Turismo. A APAC foi o órgão fundador do festival que, recentemente passou a contar com o apoio da prefeitura.

Há três anos, a Secretaria de Turismo vem se envolvendo com o festival em parceria com a APAC, entidade organizadora do festival. Sua equipe técnica, composta por seis bacharéis em turismo, se divide em equipes, cada qual com uma função diferente no desenvolvimento da atividade turística do município: planejamento, eventos e administração da secretaria. Após reconhecer o potencial do Festival da Lula, foram oferecidos aos pescadores que realizavam o evento uma estrutura diferente para o festival composto por palco, shows, tendas, tablado, além de propostas de reorganização do espaço físico e uma maior divulgação. Como resultado, criou-se um ambiente mais adequado para promover o festival, que antes era impedido devido ao incômodo, seja da poeira quando realizado nas areias da praia ou pela fumaça das cozinhas ao redor.

A Secretaria de Turismo do município também contribui para o desenvolvimento do festival criando uma programação musical durante a festa, tentando sempre manter uma diversidade de estilos e harmonias de maneira intimista. Já os pescadores (APAC) ficam responsáveis pela venda das barracas alugadas pela Prefeitura para o comércio local de pratos a base de lula de maneira terceirizada para os interessados em participar do festival, seja habitante local ou não.

O evento é composto por 60 a 80 barracas, resultando de 30 a 40 para locação, já que são alugadas duas barracas por pessoa (uma fica na cozinha e a outra no atendimento). Ainda existem os gastos com contratos e os cachês dos shows, som e luz, cadeiras e mesas. Com a venda das barracas, os pescadores permanecem com o dinheiro que é repassado para a APAC como uma forma da

prefeitura ajudar a associação que atende aos pescadores locais na compra de materiais de pesca como lampião, querosene, rede, atendimento médico e odontológico, dentre outros benefícios.

No 12º Festival da Lula, em 2010, o evento foi realizado com uma estrutura de 25 barracas padronizadas (8 em doações aos pescadores), e foram oferecidos a preço popular cerca de 25 pratos variados de lula. Quem esteve presente durante os cinco dias de evento, pôde ainda contar com uma programação diversificada composta por shows, exposições e artesanato local, além da saborosa gastronomia típica da região (DOCUMENTO EMITIDO PELO MEDIADOR DE PESCA, O SR. FRANCISCO NETO).

Segundo o secretário de turismo, já existem algumas propostas para aprimorar ainda mais o festival como a regulamentação dos vendedores presentes acreditando que, dessa forma, possam gerar melhorias principalmente no atendimento ao público e na higienização das barracas. Além disso, cita a probabilidade de promover um concurso entre os participantes para eleger o melhor prato a base de lula.

Com relação à participação da comunidade no festival, o secretário de turismo afirma que é total. Começando pela equipe da secretaria de turismo, todos moradores de Arraial do Cabo. A pesca da lula é realizada unicamente pelos pescadores do município e os moradores trabalham no festival pelo lado da colônia e do turismo, comercializando a lula para o festival, assim como seu prato local e, também frequentando o evento.

Porém, de acordo com o tesoureiro do Festival, Sr. Manuel Teixeira, são poucos os pescadores locais que participam do comércio de lula e de seus pratos nas barracas. Segundo ele, há uma falta de interesse por parte do povo cabista em participar do festival através da venda dos pratos a base de lula, apenas do próprio pescado. Um dos motivos seria o pouco lucro que o pescador poderia ter se estivesse vendendo seus produtos nas barracas do festival, ao invés de estarem pescando nesse mesmo horário e tendo a chance de barganharem um pouco mais.

Nesse caso, pode-se dizer que grande parte dos responsáveis pela venda dos produtos gastronômicos são pessoas provenientes de outros lugares e que já

trabalham no ramo da gastronomia, deixando claro que a comunidade não se encontra inserida em todas as etapas.

A União das Entidades de Pesca e Aquicultura do Estado do Rio de Janeiro (UEPA) é uma entidade que também já ajudou na divulgação do Festival da Lula. O mediador de pesca, Sr. Francisco Neto, confirmou que a UEPA contribuiu ao elaborar uma carta de apresentação do evento que foi encaminhado para empreendedores, na perspectiva de conseguirem recursos para o festival. Também inseriram em alguns eventos atividades culturais como: corrida de canoas e futebol.

Aos associados e patrocinadores que, após receberem carta de apresentação com o projeto do festival, desejarem também participar, receberão um recibo para abater no imposto de renda como incentivo a participação.

Desde a sua criação, o festival já contou com pequenos apoios de empresas como o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a Petrobras, a Companhia Nacional de Álcalis (CNA), além dos serviços públicos de segurança e energia elétrica.

Como meios de divulgação do festival, as entidades utilizam a internet, principalmente o site oficial do município, rádio, TV local, carros de som e camisetas.

Como se pode observar, o Festival da Lula foi reconhecido como um evento duradouro ganhando o apoio da Prefeitura e de outras empresas, para que sempre pudesse ser realizado anualmente.

Esse ano, o 14º Festival da Lula foi realizado pela primeira vez na Orla Flávia Alessandra, inaugurada no ano passado, e contou com várias atrações locais e shows principais, além das diversas barracas de gastronomia a base de lula e outros frutos do mar.

O evento passou por mudanças de planejamento e estrutura ao longo dos anos. A seguir será visto o tipo de público que frequenta o festival e as razões para a visita dos turistas a festa.

### 3.2 MOTIVAÇÃO DOS VISITANTES E OS FATORES CRÍTICOS PARA O SUCESSO DO FESTIVAL

Atualmente, pode-se perceber que a qualidade que os festivais populares ao redor do mundo oferecem, implicam no crescimento do número de pessoas que passam a frequentá-los e, conseqüentemente, no seu sucesso. Do mesmo modo, aumentam as chances de repetição do evento até que, finalmente, consigam permanecer no calendário festivo de uma região que, de acordo com Meléndez (2001) *apud* Silva (2007, p. 29), é essencial para auxiliar na divulgação de datas e informações sobre o significado e conteúdo das festas.

No caso do Festival da Lula, as mudanças no planejamento e estrutura da festa foram acompanhadas dos diferentes públicos que já passaram pelo festival e os que visitam ultimamente.

Segundo o secretário de turismo, Sr. Marco Simas, as pessoas que mais frequentavam o Festival da Lula faziam parte do turismo de massa. Recentemente, este grupo foi sendo substituído pelos turistas que se hospedam nos hotéis e pelos habitantes dos municípios da região como: Cabo Frio, Búzios, São Pedro da Aldeia, Iguaba Grande e Rio das Ostras.

O festival tem atraído, desde 2009, um público de aproximadamente 25 ou 30 mil pessoas durante os cinco dias de evento. Esse aumento no fluxo de pessoas também foi acompanhado de uma diversidade de habitantes de outras regiões, estados ou mesmo de outros países (Secretaria de Turismo).

De acordo com o tesoureiro, Sr. Manuel Teixeira, de alguns anos pra cá o evento passou a ser conhecido ao redor do Brasil e também já atraiu turistas de outros países. “Nós tivemos a oportunidade de uns 6 anos atrás, de pessoas através da internet tentar se comunicar da Holanda, entendeu, da Inglaterra, dos Estados Unidos e aqui da Argentina, procurando saber a data do festival”.

Através de um documento emitido pelo mesmo, de acordo com as pesquisas de alguns jornais de circulação local, no 14º Festival da Lula a estimativa de público gerado foi de sessenta mil pessoas, o maior dentre todos os festivais realizados, durante os cinco dias de festa, onde 93% desse total aprovou a realização do evento.

Segundo documento emitido pela secretaria de turismo:

O público-alvo do evento é composto de pessoas de ambos os sexos, pertencentes às classes A, B, C, D e E, moradores de Arraial, de municípios vizinhos e de outros estados, pessoas de bom nível de escolaridade, apreciadoras e consumidoras de bens culturais e gastronomia, e que gostam de programas noturnos onde possam ao mesmo tempo ampliar seus horizontes culturais, conhecer pessoas e vivenciar experiências gastronômicas com total segurança em companhia de familiares e amigos (SECRETARIA DE TURISMO DE ARRAIAL DO CABO)<sup>8</sup>.

O público descrito pode ser observado na definição feita por Plog, Mitchell e Hall (2003) *apud* Schlüter (2006, p. 154-156) sobre um dos tipos de consumidores dos produtos gastronômicos: os gourmets locais. Notam-se características semelhantes como o interesse em participar de eventos gastronômicos, frequentar restaurantes locais que ofereçam a comida típica da região e a busca pelo convívio social e conhecimentos de cunho cultural, que tendem a ser repassados e acrescentados à rotina habitual.

O Festival da Lula pode ser considerado um festival aberto ao público em geral observando a presença de jovens e adultos, solteiros e casados, divididos entre moradores, turistas ou visitantes que não pernoitam, mas suas programações estão sempre favorecendo um ambiente caseiro que atraia as famílias.

Dentro da tenda de 2000m<sup>2</sup> fica dividido família num lado e o pessoal jovem que gosta de ficar dançando, gosta de estar se divertindo. A família vem para degustar e o jovem fica do outro lado. Vem o jovem e a família no festival. Tem vários públicos (JOAQUIM DE CARVALHO).

Para confirmar o tipo de público apresentado pela Secretaria de Turismo, foram feitas entrevistas com sete pessoas que visitaram o 14<sup>o</sup> Festival da Lula que ocorreu entre os dias 04 e 08 de abril de 2012.

A primeira entrevista foi realizada com uma moradora do município de 57 anos, casada, acompanhada pelo marido e pelo filho. Possui 2<sup>o</sup> grau completo, trabalha como guia turística e ganha uma renda mensal entre R\$1636,00 a R\$3270,00. Participa todos os anos do festival que conheceu através dos amigos. Sua motivação para comparecer no evento está baseada no prestígio que os

---

<sup>8</sup> Secretaria de Turismo de Arraial do Cabo - Informação recebida via email pelo autor em 17/02/2012.

moradores devem ter com a própria cidade. Dos pratos típicos oferecidos, foi destacado o *stroganoff* de lula e de camarão, aprovando ambos os pratos. Seu tempo de permanência no evento são de pelo menos 2 dias. Sobre o festival, a moradora afirma que esse foi o melhor ano do evento, se comparado aos anos anteriores, destacando mudanças na aparência do festival como: limpeza e a localização atual. Sua participação em outras festas populares, assim como em festivais gastronômicos é positiva tanto em Arraial do Cabo como em outros municípios e estados devido, principalmente, as exigências da profissão de um guia de turismo. Seu gasto com a gastronomia do festival no dia foi de R\$70,00. A gastronomia foi citada como o melhor dos serviços oferecidos pelo festival. Por fim, foi declarado não haver necessidade de melhorias nesse último festival já que acontece em um ambiente amplo, limpo, tornando-o mais familiar e, por isso, recomendaria para outras pessoas.

A segunda entrevista foi realizada com um morador de João Pessoa (PB) de 25 anos, casado, acompanhado de esposa, filho e primos. Possui 2º grau completo, marítimo e com uma renda mensal entre R\$1636,00 a R\$3270,00. Está vindo pela segunda vez no festival que conheceu através dos familiares. O motivo de sua visita está relacionado ao tempo de férias do trabalho. Dos pratos típicos oferecidos, foi destacada a lula à dorê. Foi confirmado o comparecimento nos cinco dias do evento e ainda afirma que esse ano o festival superou suas expectativas devido a melhoria de localização e organização. Sua participação em outras festas populares e festivais gastronômicos é positiva por gostar de explorar e conhecer novas culturas. Seu gasto com a gastronomia no festival foi de R\$60,00 e, com a viagem, em torno R\$1500,00, sendo seu maior gasto referente ao meio de transporte (avião) e pernoite em casa de parentes/amigos. Sua visita a Arraial do Cabo também ocorre em épocas de Natal e Ano Novo. Dos pontos turísticos visitados, foram destacados as praias e o Pontal do Atalaia. O atendimento se destacou como o melhor componente de todo o festival. O ambiente familiar fez com que aumentasse sua intenção de retornar e de recomendar o festival para outras pessoas. Também não foi visto a necessidade de melhorias.

A terceira entrevista foi realizada com um morador do Rio de Janeiro (RJ) de 24 anos, solteiro, acompanhado pela namorada. Possui 2º grau completo, trabalha como técnico de automação ganhando uma renda mensal a partir de R\$3270,00.

Está vindo pela segunda vez ao evento que conheceu através da televisão. O motivo da sua visita também está relacionado ao tempo de férias do trabalho e curiosidade em conhecer o festival. Dos pratos típicos oferecidos foi destacada a lula à dorê. Seu tempo de permanência no evento será de um dia. Sua participação em outras festas populares é positiva devido aos momentos de lazer e cultura proporcionados por esses eventos, porém o Festival da Lula foi o primeiro festival gastronômico visitado. Seu gasto com a gastronomia do festival foi de R\$70,00 e, com a viagem, em torno de R\$3000,00 sendo seu maior gasto referente à pousada em que pernoita. O meio de transporte utilizado para chegar a Arraial do Cabo foi o carro próprio. O verão foi citado como a época em que mais visita a cidade. Dos pontos turísticos visitados, foram destacadas as praias, o farol e a Gruta Azul. As O bom atendimento e comida típica, além da organização e do espaço suficiente para comportar os visitantes foram citados como os componentes do festival de melhor qualidade. A intenção de voltar e recomendar o festival é existente devido a sua peculiaridade como um evento gastronômico a base de lula. De sugestão, foi recomendado um aumento do espaço para exposição do artesanato local.

A quarta entrevista foi realizada com um morador de Rosario (ARG) de 38 anos, casado, acompanhado pela esposa. Trabalha na área da medicina e possui uma renda mensal a partir de R\$3270,00. Está vindo pela primeira vez ao festival que conheceu através dos comentários feitos pelos residentes. A razão principal para sua visita está relacionada ao conhecimento da gastronomia local. Dos pratos típicos oferecidos destacam-se o *stroganoff* de lula e a lula à dorê e seu tempo de permanência no evento será de dois dias. Sua participação em outras festas populares e festivais gastronômicos é positiva porque proporcionam a chance de vivenciar novas experiências através das diferentes culturas. Seu gasto com a gastronomia do festival foi de R\$60,00 e, com a viagem, em torno de R\$2000,00 sendo seu maior gasto referente ao transporte (avião). Seu pernoite ocorreu em uma pousada local e é a primeira vez que visita a cidade. As praias e ilhas ao redor do município foram os atrativos frequentados pelo visitante. A comida típica foi considerada o melhor componente do festival e junto ao clima se tornaram as razões para que possam retornar futuramente. Já o ambiente familiar e a hospitalidade fizeram parte dos motivos para recomendação da festa a outras pessoas. Mais uma vez, nenhuma sugestão para a melhoria do festival se fez necessária.

A quinta entrevista foi realizada com um morador de Porto Alegre (RS) de 32 anos, casado e acompanhado de seis amigos. Possui o 3º grau completo, trabalha como empresário e ganha uma renda mensal a partir de R\$3270,00. Está vindo pela primeira vez ao evento que conheceu através dos amigos. A razão principal para a visita está relacionada à curiosidade, em saber como era o festival, uma vez que já estava no município. O prato típico experimentado foi a lula à dorê. Seu tempo de permanência no evento será de um dia. Sua participação em outras festas populares e festivais gastronômicos é positiva por motivos de explorar novas culturas e conhecer as festas locais. Seu gasto médio com o festival foi de R\$150,00. Deste valor, R\$100,00 pertenceram aos gastos com a gastronomia. Os gastos com a viagem foram de R\$3000,00 com o maior gasto relacionado à comida. Seu pernoite ocorreu em um hotel local e sua chegada ao festival foi através de um carro alugado. É a primeira vez que visita a cidade e até então chegou a realizar o passeio de barco ao redor das praias. Declarou não ter gostado do festival devido ao mal atendimento que lhe foi oferecido, alegando que os residentes locais não estão preparados para oferecer este tipo de serviço. Por esse motivo, disse não voltar ao festival ou mesmo recomendá-lo para outras pessoas caso este problema não seja resolvido. Por fim, afirmou que a informalidade vem prejudicando cada vez mais o desenvolvimento do turismo no Rio de Janeiro e sugere que os eventos sejam mais organizados e fiscalizados e acabe com essa falta de profissionalismo nos atendimentos oferecidos não só no festival como em todo o estado.

A sexta entrevista foi realizada com uma moradora da Argentina, de 40 anos casada e acompanhada pelo marido. Possui o 3º grau completo, trabalha como docente, ganhando uma mensal a partir de R\$3270,00. O motivo de estar na cidade foi para visitar a uma amiga, que lhe apresentou o festival este ano. Permanecerá apenas um dia no festival e por falta de tempo, não foi possível provar nenhum prato típico. Visita mais as festas populares do que os festivais gastronômicos apenas por curiosidade. O gasto no festival foi de R\$50,00 somente com as bebidas. Os gastos com a viagem foram de R\$3000,00 sendo maior deles relacionado aos meios de hospedagem. O meio de transporte utilizado para chegar à cidade foi o ônibus. É a primeira vez que frequenta a cidade e dos atrativos foram visitadas as praias. A gastronomia e os espetáculos foram os componentes que mais lhe agradaram no

festival, por isso, deseja retornar a cidade e recomendá-la as pessoas nesta época do ano. Também não houve a necessidade de melhorias para o festival.

A sétima entrevista foi realizada com um morador de Minas Gerais, de 30 anos, solteiro, acompanhado pela namorada. Possui o 3º grau completo, trabalha como engenheiro florestal e ganha uma renda mensal a partir de R\$3270,00. Está visitando pela primeira vez o festival que conheceu através dos anúncios na estrada. Seu motivo de visita está ligado a momentos de lazer na cidade, porém afirma que o festival preencheu o roteiro feito pelo próprio visitante ao se tornar uma opção de lazer à noite. Como havia acabado de chegar ao festival, não provou nenhum prato típico até o momento, mas garante que voltará pelo menos mais um dia para poder desfrutar melhor do ambiente. Afirma que visita tanto as festas populares como os festivais gastronômicos por uma questão de tradição dos mineiros que apreciam bastante as culturas, destacando a gastronomia de outros lugares. Sua estimativa de gasto com o festival está em torno de R\$100,00. Como o meio de transporte utilizado para chegar à cidade foi o carro próprio, seu maior gasto na viagem foi com o meio de hospedagem. Frequenta a cidade pela primeira vez e já visitou as praias através dos passeios de barco. Acredita-se que a música será o componente mais apreciado do festival e garante retorno e recomendação as outras pessoas, pois até o momento o ambiente está mais uma vez familiar.

Através da pesquisa qualitativa, que, segundo Flick (2009), podem descrever as ações das pessoas dependendo das situações em que se encontram, conseguiu-se obter as características pessoais, motivações e realização das viagens de alguns dos visitantes que frequentavam o Festival da Lula.

Além disso, foi possível fazer uma comparação com as respostas obtidas e descrever as relações em comum que existem entre esses turistas. Porém, lembrando que esta descrição foi feita apenas com os sete entrevistados, e por isso não pode ser generalizada a todos os participantes do festival.

Após a verificação dos resultados obtidos com os depoimentos pode-se constatar que os entrevistados apresentam características semelhantes, formada em sua maioria por pessoas casadas e acompanhadas de seus familiares. Geralmente, este tipo de público costuma aproveitar cada oportunidade para viajar em busca de lazer e recreação. Nesse caso, o destino turístico se tornará um elemento

diferenciador ao proporcionar um momento de descanso e tranquilidade, por fim, uma fuga da rotina e do estresse consequentes do trabalho e da vida cotidiana.

A questão dos visitantes serem basicamente formados por pessoas que exercem algum trabalho remunerado, um grau escolar com ensino superior completo e faixa etária entre 30 e 40 anos, apontam que este é um público maduro, que se encontra com uma carreira profissional estabilizada e em que as possibilidades da realização de uma viagem se tornam mais fáceis, devido, principalmente, pelo fato de usufruírem de uma situação financeira média em um evento onde o gasto não precisa ser excessivo para a realização da viagem e satisfação de toda a família. A diversidade dos turistas com relação ao seu local de moradia demonstra a popularização do festival e sua expansão geográfica.

Os atrativos naturais são os recursos potenciais que fazem de Arraial do Cabo um lugar de paisagens únicas, além de belas. As praias ao redor do município foram destaques nos atrativos mais procurados pelas pessoas que se destinam ao local.

Deve-se ainda fazer uma observação quanto aos benefícios socioeconômicos que tais entrevistados também trouxeram para o turismo local como: o meio de hospedagem, destacado pela maioria como um dos serviços com o maior gasto na viagem; a comida nos estabelecimentos alimentícios; os serviços de locação de veículos e passeios de barco.

Ao fazer uma comparação dos resultados obtidos com os depoimentos pode-se constatar que existem algumas diferenças entre o tipo de público registrado pela Secretaria de Turismo do município com relação às pessoas entrevistadas. Desses turistas, nota-se que a motivação da viagem para a cidade está mais relacionada com os momentos de descanso e lazer oferecidos pelas belezas naturais do município, deixando o festival em segundo plano, como um complemento da visita a cidade.

Tais características condizem com o último tipo consumidor do turismo gastronômico apresentado por Plog, Mitchell e Hall (2003) *apud* Schlüter (2006, p. 154-156), os turistas gourmets. Estes visitantes se caracterizam como os “curiosos”, ou seja, participam do evento gastronômico unicamente porque faz parte da

experiência da viagem ou, nesse caso, significa um atrativo importante para o destino, mas não possui um interesse em especial pela gastronomia local.

Por outro lado, percebeu-se que o ambiente familiar que os agentes sociais tanto pregam está sendo percebido pelos visitantes. Observa-se que a maioria dos entrevistados faz parte do público que preza por permanecer em um espaço tranquilo e aconchegante ao fazer parte dos motivos essenciais para a recomendação e retorno dos mesmos sem que nada precise sofrer alterações. Nesse caso, é possível dizer que o novo ambiente pode gerar um sucesso ainda maior no festival.

O fato de o evento ser realizado na Semana Santa, um feriado também familiar, contribui para a prevalência desse tipo de visitante, além de auxiliar no aumento do fluxo de turistas na cidade.

O secretário de turismo, Sr. Marco Simas, afirma que o Festival da Lula possui certo respeito pelo feriado da Semana Santa, fazendo com as atividades realizadas durante o período do evento sofram alguns ajustes como a preocupação com o repertório do festival que procura sempre preservar um estilo “voz e violão”, mantendo sempre um bom vínculo com o outro feriado e, nesse caso, com a Igreja Católica.

A nova operação do festival procura mudar, pouco a pouco, o perfil do turista que frequenta Arraial do Cabo. Como estratégia, a cidade está começando com alterações na programação dos eventos que ocorrem no município durante todo o ano.

Mas as mudanças na organização do festival por si só não são suficientes para explicar a expansão e notoriedade que vem apresentando nos últimos anos. No caso do festival popular, há sempre uma bagagem contendo história, costumes e hábitos que dão sentido para sua criação e desenvolvimento.

Conforme apontado anteriormente por Ribeiro (2002), uma festa popular significa um ambiente de socialização entre as pessoas com a possibilidade de aprendizagem sobre a “experiência histórica” do outro, fenômeno que pode ser visto no Festival da Lula, de acordo com a secretaria de turismo:

Para o público-alvo, o evento representa a possibilidade de intensa sociabilidade e lazer, realizados com total segurança num dos cartões postais mais belos, charmosos e acolhedores do município, e de apreciar uma programação musical que prima pela diversidade e qualidade, buscando trazer para o Arraial do Cabo o mais variado possível gama de gêneros musicais, do choro aos rimos nordestinos (SECRETARIA DE TURISMO)<sup>9</sup>.

Nesse caso, um festival popular deve representar a tradição local em sua totalidade como os produtos que serão apresentados, a decoração, estrutura, local. Para além disso, ser capaz de levar tal informação para quem ainda o desconhece através de divulgação em jornais, revistas e TV, panfletos sobre a história da cidade e sua ligação com a gastronomia.

Segundo Ribeiro (2002), são várias as manifestações culturais que podem ser expressas em uma festa popular. No que diz respeito ao Festival da Lula, essa manifestação ocorre através da exposição da gastronomia típica a base de um produto local, a lula.

Os frutos do mar são produtos essenciais que fazem parte da culinária dos moradores de Arraial do Cabo devido a sua abundância na região, sendo várias as opções de pratos preparados à base de lula como: lula ensopada, frita, gratinada, moqueca, pastel, risoto, *stroganoff*, panqueca, dentre outros.

Logo, pode-se afirmar que a gastronomia vendida no festival também faz parte dos hábitos alimentares da população local, excetuando-se a “lula com a tinta”, que, segundo a moradora Maria Gomes, seria a lula inteira tirada da praia e que vai direto para o cozimento sem uma limpeza profunda para retirar seus resíduos. Existem também adaptações de algumas receitas mais comuns ou em conjunto com sabores de outros países como o escondidinho e o *yakisoba* de lula.

O Festival da Lula parece vir demonstrando uma grande importância como um evento social que dissemina sobre a cultura de seu povo e tem chamado uma atenção cada vez maior das pessoas ao ouvirem falar de sua existência. Resta saber se todo esse potencial pode tornar-se um atrativo capaz de causar um desenvolvimento da atividade turística no município e gerar os benefícios que podem ser vinculados ao fenômeno do turismo.

---

<sup>9</sup> Secretaria de Turismo de Arraial do Cabo - Informação recebida via email pelo autor em 17/02/2012.

### 3.3 CONTRIBUIÇÕES DO FESTIVAL DA LULA PARA O DESENVOLVIMENTO DO MUNICÍPIO DE ARRAIAL DO CABO

O Festival da Lula é um dos principais eventos que acontecem em Arraial do Cabo e faz parte da programação turística do município, fato que ocorre desde o primeiro evento, pois sempre esteve no propósito de seus idealizadores. Porém, pode-se constatar que, após a intervenção da Prefeitura em apoiar o festival através de uma reformulação e forte divulgação, conseguiu chegar ao patamar que hoje se encontra.

É importante ressaltar que sua grandeza nunca afetou as ideias originais da criação do festival, ou seja, seu âmbito cultural continua conservado. No entanto, vem contribuindo com notáveis benefícios para a cidade e sua população que, segundo a OMT (2001), são divididos em aspectos econômicos, culturais ou ambientais, contribuindo também com impactos no desenvolvimento da atividade turística de determinado lugar.

Os impactos econômicos podem ser observados como as formas diretas, indiretas e induzidas de relações comerciais, nesse caso, provocados pela atividade turística. Desse modo, apoiando-se nas observações dos entrevistados, podem ser considerados como impactos econômicos promovidos a partir do Festival da Lula para o município:

- Aumento e geração de renda e novos empregos temporários para a população local, acarretando, segundo Sr. Marco Simas, em torno de 150 ocupações, dentre os quais se destacam: garçons, cozinheiros, atendentes e outros.
- Maior fluxo de caixa para os empreendimentos turísticos: pousadas, hotéis, restaurantes;
- Aumento no comércio de mercadorias em estabelecimentos locais como: supermercados, farmácia;
- Geração de renda para os pescadores e familiares a partir da venda do pescado e aluguel das barracas;
- Possibilidade de lucro através do aluguel das casas dos moradores para os visitantes no período do Festival.

Quanto aos impactos socioeconômicos negativos, o Sr. Marco Simas, afirma não haver. Segundo o secretário, a única concorrência existente acontece entre as barracas do festival, pois existe um preço padrão para a venda dos produtos gastronômicos. Cada vendedor estipula o seu preço, o prato que será vendido e em que quantidade.

Pode-se perceber que o fluxo atual de visitantes no Festival da Lula tem gerado um ganho para quem busca se beneficiar das oportunidades que surgem a partir deste evento.

De acordo com o Sr. Manuel Teixeira, se todas as 30 barracas do festival forem vendidas, o evento já começaria com uma receita de R\$30.000,00, onde R\$10.000,00 seriam redistribuídos em forma de pagamento para as pessoas que trabalharam no festival mais os serviços de limpeza, segurança, energia e equipamentos. Nesse caso, o Festival ainda sairia com um lucro de R\$20.000,00 para a Associação dos Pescadores.

Na própria venda do pescado para os comerciantes e visitantes da região, os pescadores podem conseguir uma renda elevada, pois conseguiriam vender grande quantidade de seus produtos pelo dobro do preço normal no período de realização do festival, segundo afirma o Sr. Francisco Neto.

Uma exposição mais detalhada dos custos com o material utilizado durante o 12º Festival da Lula em 2010 pode ser observada na tabela 1.

Tabela 1 - Custos gerados pelo 12º Festival da Lula em 2010.

Descrição	Unidade	Preço Total
Tenda de formato retangular como cobertura piramidal com dimensões de 2.000 metros quadrado + 25 barracas fechamento e balcão.		R\$ 35.000,00
Palco, Som, Iluminação.		R\$ 18.000,00
Taxa de Energia.		R\$ 9.000,00

Aluguel de Mesas e Cadeiras		R\$ 9.000,00
Show – Cachê		R\$ 40.000,00
Banheiro Químico	05	R\$ 7.000,00
1.000 Camisetas Estampada - Silk Screen	01	R\$ 15.000,00
Segurança		R\$ 10.000,00
Mídia		R\$ 10.000,00
<b>TOTAL GERAL</b>		<b>R\$ 153.000,00</b>

Fonte: Elaboração própria a partir de Documento emitido pelo mediador de pesca Francisco Neto, 2012.

Através de estimativa feita pelo tesoureiro Manuel Teixeira, o 13º Festival da Lula, realizado em 2011, foi capaz de gerar uma receita total de R\$24.000,00 durante todo o evento, com despesas em torno de R\$3.000,00 resultando em um lucro de R\$21.000,00.

Segundo o mesmo, no 14º Festival da Lula, que ocorreu entre os dias 04 e 08 de abril de 2012, só o aluguel das barracas utilizadas no evento, seja para a comercialização dos produtos gastronômicos ou para a feira de artesanato, foi capaz de gerar uma receita equivalente a R\$27.350,00. Das despesas, foi estimado um valor em torno de R\$17.198,60 que corresponde aos gastos com equipamentos da festa, alimentação, mão de obra, suporte a algumas famílias de pescadores e outros. Sendo assim, o lucro gerado foi de R\$10.151, 40.

Foram vendidos 10 toneladas de lula, 2 toneladas de filé de peixe, 600kg de camarão e 400kg de mexilhão. Infelizmente, não houve acesso ao lucro gerado pelos pescadores através da venda desses alimentos e dos produtos gastronômicos pelos comerciantes.

Sendo assim, não foi possível fazer uma comparação com o festival passado, já que o resultado apresentado não faz parte do lucro total da festa. Porém acredita-se que o valor tenha sido superior ao ano anterior, já que foi preciso uma quantidade

maior de frutos do mar para comportarem ao número de visitantes desse ano, o maior dentre os festivais realizados.

De acordo com o Sr. Marco Simas, o Festival também foi capaz de gerar alguns benefícios socioculturais ao município. Para a gastronomia local, por exemplo, além de torná-la conhecida e apreciada por visitantes das mais variadas localidades, tem sido preservada pela população residente que, em um primeiro momento, passou a ter um maior incentivo pela pesca e preparo das receitas tradicionais, resgatando as práticas habituais dos moradores da região.

No entanto, para o tesoureiro, Sr. Manuel Teixeira, a gastronomia oferecida pelo Festival tem uma importância maior para os turistas que ainda não a conhecem do que para a comunidade local, por fazer parte de seu cotidiano ao comentar que o motivo maior para participarem do festival seria o lazer e diversão, mas não necessariamente a comida. “[...] se eles não quiserem comer Lula no festival, eles vão a qualquer restaurante aqui no Arraial do Cabo que eles vão conseguir a mesma coisa”.

O atual ambiente familiar proporcionado pela festa impede qualquer intervenção negativa que possa modificar o seu real significado. Isso faz com que não ocorram fenômenos como a descaracterização e o choque cultural, geralmente provocado pelos turistas ao exporem seus costumes.

Em depoimento, o secretário de turismo Sr. Marco Simas afirma que a Prefeitura tem uma preocupação em passar adiante a tradição presente no festival para os futuros habitantes, mantendo fixa a ideia de que todo o ano possa acontecer o evento.

Do mesmo modo, o presidente da APAC, Sr. Joaquim Carvalho, esclarece que são feitos registros em áudio e vídeo para que seja mostrada futuramente a população que terá o dever de passar esse legado adiante.

Por fim, não compete ao Festival da Lula proporcionar algum benefício ligado ao aspecto socioambiental. No entanto, existe todo um cuidado para que o mesmo não agrida o espaço utilizado. O óleo é recolhido com o auxílio de uma ONG que trabalha com óleo reciclado, a limpeza do lugar e recolhimento das estruturas evitando deixar qualquer resíduo proveniente do festival.

De acordo com o Sr. Francisco Neto, nos primeiros festivais, assuntos como a importância da preservação das espécies e da reserva extrativista para manter os recursos marítimos foram abordados de forma a conscientizar os participantes do festival. O entrevistado ainda sugere que a cidade deveria contar com uma melhor coleta de lixo seletiva e aumentar os espaços para estacionamento, evitando-se congestionamentos.

O Festival da Lula também apresenta alguns impactos no desenvolvimento do turismo em Arraial do Cabo uma vez que provoca a entrada de um número maior de turistas ao município. Esse aumento no fluxo de visitantes também beneficia os equipamentos turísticos existentes na região, caso que ocorre nos restaurantes e pousadas.

Segundo a Secretaria de Turismo, a estimativa sobre a taxa de ocupação dos hotéis no período de realização do festival foram as seguintes: 55% em 2009, 60% em 2010 e 2011.

De um modo geral, a Secretaria de Turismo calcula essas estimativas de ocupação hoteleira local nas épocas em que ocorrem os eventos da cidade. Porém os dados estatísticos da ocupação hoteleira desses outros eventos não foram obtidos e, por isso, não foi possível fazer uma comparação com as informações acima.

O secretário de turismo, Sr. Marco Simas, acredita que o sucesso do festival possa ajudar na imagem da cidade, transformando-se em um cartão postal para uma visita à Arraial do Cabo. E também de maneira política, no aperfeiçoamento da gestão e operação dos eventos da cidade.

Sendo assim, percebe-se que o Festival da Lula em si, mais os resultados alcançados pelo mesmo correspondem às expectativas dos entrevistados preenchendo ainda mais as porcentagens de ganhos para a cidade, seja de forma econômica, cultural, mas, principalmente, social.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atividade turística é uma das áreas do conhecimento humano que mais cresce e se desenvolve gerando oportunidades variadas para atender as suas segmentações de mercado. Sendo alavancado pelo mundo globalizado, o turismo se tornou uma tendência mundial, fazendo parte quase que de uma obrigação da vida moderna.

O turismo, como atividade econômica vem ocupando uma posição bastante significativa na economia dos países que o utiliza como suporte para o desenvolvimento socioeconômico de cidades e regiões gerando melhores condições de sobrevivência para seus habitantes através da geração de renda e empregos diretos e indiretos.

Porém, para que determinada localidade possa lucrar a partir do turismo, faz-se necessário que a mesma apresente recursos potenciais que possam ser convertidos em futuros atrativos através de um processo de turistificação. Essa conversão acontece quando são apresentadas possibilidades de distinção que serão percebidas pelos futuros turistas.

A gastronomia local se enquadra nesse comportamento, pois pode oferecer momentos únicos aos visitantes através da oferta de alimentos com sabores tradicionais em um ambiente dinâmico e original tal como em forma de um festival popular.

Através da pesquisa realizada no Festival da Lula pode-se constatar que se trata de um atrativo turístico que realmente potencializa a atividade turística no município de Arraial do Cabo em todas as suas dimensões. Como pode ser observado no último capítulo deste trabalho, o evento tem ajudado a gerar fontes de renda para os moradores locais, a preservar um dos patrimônios culturais da cidade e, o maior dos benefícios, promover a cidade em outros municípios, estados e países.

Por fazer parte de um festival gastronômico que utilize a culinária do município como principal recurso, criou-se um produto diferenciado na cidade, pois

se trata de um bem imaterial local que, como não sendo característico de nenhum outro lugar, poderá sempre proporcionar uma experiência única para seus visitantes.

Nesse caso, o Festival da Lula pode desenvolver algumas funções como ser o atrativo principal para aqueles que procuram o segmento do turismo gastronômico ou de forma a complementar os demais produtos turísticos existentes na região gerando uma movimentação maior de turistas na cidade.

Ambas as funções puderam ser percebidas nas entrevistas com os visitantes que compareceram ao festival para prestigiar a comida típica ou por curiosidade em conhecer o evento enquanto visitavam a cidade.

Acredita-se que a nova data também garantiu o aumento no número de turistas à festa. Por fazer parte de um feriado prolongado, a Semana Santa se torna a época ideal até para que um público de outras regiões tenha a oportunidade de conhecer a cidade e explorá-la com mais tranquilidade.

Além disso, o feriado religioso é sempre movimentado por grande número de fiéis da religião católica ou mesmo “curiosos” que participam e assistem às missas e encenações tradicionais do evento. Outra tradição do feriado religioso que pode gerar benefícios para o evento é o costume de não comer carne vermelha durante a semana, mas os mesmos alimentos que fazem parte dos produtos do festival, como os frutos do mar.

Ao propor a realização de uma festa em um destino turístico, deve-se considerar a maneira como a manifestação cultural será apresentada visto que a população local não será mais o único membro participante, mas contará também com a intervenção dos turistas, dos planejadores do evento ou outras entidades, cada um com a sua visão sobre o que a festa deve lhe proporcionar.

É possível perceber que a medida que o Festival da Lula foi ganhando reconhecimento tanto sua organização quanto seu espaço tiveram de ser revistos para que o evento conseguisse atrair um número maior de visitantes através de divulgações e pudesse comportar em sua estrutura essa nova demanda.

Acredita-se que o turista vai sempre esperar pela melhor qualidade em todos os componentes que fizerem parte do festival, que muitas vezes significa a utilização de produtos e serviços atualizados e padronizados de forma a proporcionar mais conforto e segurança para as pessoas.

No entanto, deve-se sempre focar no significado real da festa, como na gastronomia local, no caso do Festival da Lula. Ou seja, tentar transmitir ao máximo o valor de um bem imaterial que é desconhecido pelos não residentes e fazê-los vivenciar toda a experiência que a cultura de uma sociedade pode apresentar. Desse modo, volta-se a questão do planejamento sustentável que é capaz de gerar benefícios a todas as partes envolvidas.

Por fim, chega-se à conclusão de que uma gastronomia local bem administrada pode efetivamente tornar-se um atrativo turístico potencial para, no mínimo, auxiliar no desenvolvimento de determinado lugar em sua totalidade promovendo, acima de tudo, a qualidade de vida para seus moradores.

## REFERÊNCIAS

- AMARAL, Rita de Cassia de Mello Peixoto. **Festa à brasileira** - significados do festejar no país que 'não é sério'. 1998. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-21102004-134208/>>. Acesso em: 14 de abril de 2012.
- ANDRADE, José Vicente de. **Turismo, fundamentos e dimensões**. 5. ed. São Paulo: Ed. Ática, 1998.
- ANSARAH, Marília Gomes dos Reis; NETTO, Alexandre Panosso. **Segmentação do mercado turístico**: estudos, produtos e perspectivas. Barueri, SP: Manole, 2009.
- AZEVEDO, Paulo José Silva. **Onze anos de produção pesqueira no Município de Arraial do Cabo – RJ, Brasil**. Niterói: UFF, 2004. 72 p. Tese (Mestrado) – Instituto de Biologia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2004.
- BACCON, Melissa. **Festiqueijo**: cultura, lazer e turismo. Caxias do Sul: UCS, 2009. 172 p. Tese (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Faculdade de Turismo, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2009. Disponível em: <[http://tede.uces.br/tde\\_arquivos/3/TDE-2009-05-15T141501Z-269/Publico/Dissertacao%20Melissa%20Baccon.pdf](http://tede.uces.br/tde_arquivos/3/TDE-2009-05-15T141501Z-269/Publico/Dissertacao%20Melissa%20Baccon.pdf)>. Acesso em: 14 de fevereiro de 2011.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 9. Ed. São Paulo: Senac, 2003.
- CAMPOS, Rayza Alves. **Estudo prospectivo sobre a gastronomia e o mercado *vegan* de Brasília**. Brasília: UnB, 2008. 76p. Monografia (Especialista em Consultoria em Turismo) – Pós-Graduação *Lato Sensu*, Curso de Especialização em Consultoria em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2008.
- CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2001.
- COOPER, Chris et al. **Turismo**: princípios e prática. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CUNHA, Rogério Luiz de Almeida; PRADO, Lucia Regina Senra da Silva. **Turismo e hospitalidade: mercado de trabalho e atuação do Senac na área do PRODETUR/NE II**. SENAC. Departamento Nacional. Rio de Janeiro: SENAC/DIPLAN/CAEP, 2002. 38 p. (Caracterização de Setores de Atividades Econômicas). Disponível em: <<http://www.senac.br/pesquisa/caracterizacao.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2011.

DIAS, Eliomar Tavares *et al.* Saboreando: uma forma de preservar a identidade cultural seridoense. **Global Tourism**, São Paulo, v.5, n.2, p.1-11, 2009. Disponível em: <<http://www.periodicodeturismo.com.br/site/artigo/pdf/Saboreando.pdf>>. Acesso em: 29 nov. 2011.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

FERREIRA, Maria Nazareth. **As festas populares na expansão do turismo: a experiência italiana**. 2. ed. São Paulo: Arte&Ciência, 2005.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FURTADO, Silvana; VIEIRA, Francisco. **Hospitalidade: turismo e estratégias segmentadas**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 9. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.

MARTINS, Gilberto de Andrade, LINTZ, Alexandre. **Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso**. São Paulo: Atlas, 2000.

MOLETTA, Vânia Beatriz Florentino. **Turismo Cultural**. 4.ed. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2004.

NEGRINE, Airton da Silva. Festas Populares e endorfinas. In: NORA, Paula. PUGEN, Bianca (Orgs.). **Diálogos**. Caxias do Sul, RS: Lorigraf, 2008

\_\_\_\_\_; BRADACZ, Luciane. **Cultura, lazer e turismo: a Festa da Colônia de Gramado/RS 1985-2006**. Porto Alegre. EST Edições, 2006.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

RIBEIRO, Cleodes Maria Piazza Julio. **Festa e Identidade: como se faz a festa da uva**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

SOUZA, José Carlos dos Reis de. Turismo. **Arraial do Cabo**. Revista Empresas do Vale, ano 7, n. 38. p.28-36, fev./mar. 2011. Disponível em: <[www.revistaempresadovale.com](http://www.revistaempresadovale.com)> Acesso em: 20 mar. 2012.

SCHLÜTER, Regina G. **Turismo y patrimonio gastronômico: una perspectiva**. 2. Ed. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, CIET, 2006.

\_\_\_\_\_. **Gastronomia e turismo**. 2. ed. rev. São Paulo: Aleph, 2003, 94p.

SILVA, Mauro Amancio da. **Entrai – Encontro das tradições italianas, Festa popular – patrimônio cultural, lazer e turismo**. Caxias do Sul, UCS, 2007. 161 p. Tese (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação Mestrado em Turismo, Faculdade de Turismo, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2007. Disponível em: <[http://tede.uces.br/tde\\_arquivos/3/TDE-2007-10-02T130309Z-143/Publico/Dissertacao%20Mauro%20A%20Silva.pdf](http://tede.uces.br/tde_arquivos/3/TDE-2007-10-02T130309Z-143/Publico/Dissertacao%20Mauro%20A%20Silva.pdf)>. Acesso em: 14 de fevereiro de 2011.

TALAGARÇA. **Arraial 500**. Rio de Janeiro: Talagarça, 2003.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. 17. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2008.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e método**. Tradução Daniel Grassi. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

## APÊNDICE

### APÊNDICE A – Formulário aplicado aos agentes sociais

Entrevista nº: \_\_\_\_\_ Local: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Pesquisador: \_\_\_\_\_ Horário: Início \_\_\_\_\_ Término: \_\_\_\_\_

Entrevistado (a): \_\_\_\_\_

Cargo/Função: \_\_\_\_\_

1 – Para você, o que é o Festival da Lula em Arraial do Cabo?

---

---

2 – Quando e como surgiu o Festival?

---

---

3 – Quem foram os idealizadores do Festival?

---

---

4 – Quais foram os motivos para a criação desse festival?

---

---

5 – Quais foram as estratégias utilizadas para sua organização? Apoio de empresas, comunidade etc.

---

---

6 – Quais são os agentes sociais participantes do festival?

---

---

7 – Qual é o grau de atuação de cada entidade que compõe o festival? O que cada um deles se propõe a fazer?

---

---

8 – Quais mudanças ocorreram na composição/estrutura do festival desde o primeiro evento? Por quê?

---

---

9 – O Festival da Lula faz parte da programação turística do município? Se sim, quando passou e por quê?

---

---

10 – Se houve uma grandeza significativa do festival para o município, isso afetou suas idéias originais? Por quê?

---

---

11 – Que público o festival costuma mobilizar?

---

---

12 – Que impactos socioeconômicos o Festival provoca no município? (Quantas pessoas vão? Quanto gera de renda, emprego)

---

---

13 – E socioculturais? Por exemplo, a partir da criação deste Festival, você acredita que a gastronomia local passou a ser mais valorizada e preservada pelo município? Por quê?

---

---

14 – Desse modo, já existe algum tipo de preocupação por parte da secretaria de turismo ou dos moradores em preservar esse patrimônio e passar esse legado aos futuros habitantes?

---

---

15 – Você acredita que a comunidade local se identifica com essa gastronomia? Por quê?

---

---

16 – Qual é o grau de inserção da comunidade? De que modo ocorre a participação da comunidade?

---

---

17 – Essa gastronomia faz parte dos hábitos alimentares dos habitantes locais?

---

---

18 – Que impactos o Festival da Lula provoca no turismo local? (taxa de ocupação dos hotéis, restaurantes, número de visitantes)

---

---

19 – Você acredita que a gastronomia local aliada ao festival tem efetivamente gerado uma melhor qualidade de vida para os moradores? Por quê?

---

---

20 – Sugestões para a melhoria do Festival da Lula.

---

---

21 – Deseja acrescentar algum assunto que não foi abordado nesta entrevista que considere importante para a pesquisa?

---

---

## APÊNDICE B – FORMULÁRIO APLICADO AOS VISITANTES DO 14º FESTIVAL DA LULA

---

### Entrevista com os Participantes do Festival da Lula de Arraial do Cabo.

---

Entrevista nº: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Entrevistado(a): \_\_\_\_\_

**1-Sexo:**

( ) Masculino                      ( ) Feminino

**2-Estado civil:**

( ) Casado ( ) Solteiro ( ) Viúvo ( ) Outros

**3- Local de Moradia:**

\_\_\_\_\_

**4- Quem veio ao festival com o (a) senhor (a)?**

\_\_\_\_\_

**5-Idade:**

\_\_\_\_\_

**6-Nível de escolaridade:**

\_\_\_\_\_

**7-Ocupação principal:**

\_\_\_\_\_

**8-Renda mensal:**

- ( ) Até R\$ 545,00  
 ( ) De R\$ 546,00 a R\$ 1635,00  
 ( ) De R\$ 1636,00 a R\$ 3270,00  
 ( ) A partir de R\$ 3270,00

**9- Frequência da visita:**

( ) Primeira vez      ( ) Mais de uma vez  
 Quantas vezes? \_\_\_\_\_

**10- Forma de conhecimento do festival:**

- ( ) Jornais/Revista  
 ( ) TV/Rádio  
 ( ) Agências de viagens  
 ( ) Amigos/Parentes  
 ( ) Internet  
 ( ) Outros

\_\_\_\_\_

**11- Principal motivação da visita:**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**12- Provou algum prato típico?**

( ) Sim      ( ) Não  
 Qual? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**13- Tempo de permanência no evento:**

( ) 1 dia    ( ) 2 dias    ( ) 3 dias    ( ) 4 dias  
 ( ) 5 Dias

**14- Quais suas expectativas em relação ao festival? Elas estão sendo atendidas?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**15- Costuma visitar festas populares?**

( ) Sim                                      ( ) Não  
 Motivo: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**16- E festivais gastronômicos?**

( ) Sim                                      ( ) Não  
 Motivo: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**17- Gasto médio no festival:**

- ( ) Até R\$ 20,00  
 ( ) De R\$ 21,00 a R\$ 50,00  
 ( ) De R\$ 51,00 a R\$ 100,00  
 ( ) Mais de R\$ 100,00

**17.1- E com a gastronomia:**

- ( ) Até R\$ 20,00  
 ( ) De R\$ 21,00 a R\$ 50,00  
 ( ) De R\$ 51,00 a R\$ 100,00  
 ( ) Mais de R\$ 100,00

**18- Gasto total da viagem:**

- Até R\$ 100,00  
 De R\$ 100,00 a R\$ 250,00  
 De R\$ 250,00 a R\$ 400,00  
 Mais de R\$ 400,00

**19- Qual foi o maior gasto na viagem?**

- Transporte  
 Meio de Hospedagem  
 Serviços de Alimentação  
 Festival da Lula  
 Outros \_\_\_\_\_

**20- No caso da permanência, o pernoite foi em:**

- Hotel    Pousada    Casa de veraneio própria  
 Casa de veraneio alugada  
 Casa de parentes/ amigos  
 Outros \_\_\_\_\_

**21- Qual foi o meio de transporte utilizado?**

\_\_\_\_\_

**22- Visita Arraial do Cabo em outras ocasiões?**

- Sim    Não

Qual? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**23- Quais atrativos turísticos da cidade o Sr (a) visitou?**

\_\_\_\_\_

**24- O que gostou mais na festival?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**25- Intenção de voltar:**

- Sim    Não

Porque \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**26- Intenção de recomendar o festival para outras pessoas:**

- Sim    Não

Porque \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**27- Sugestões para a melhoria do festival?**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

