

Gastronomia como Produto Turístico em Comunidade Quilombola no Estado de Mato Grosso Do Sul

Resumo: O artigo reflete sobre a prática turística no território da comunidade quilombola de Furnas do Dionísio no Estado de Mato Grosso do Sul, sob o prisma em que se encontra atualmente e sua possibilidade de inserção no turismo gastronômico. Apresenta revisão teórica sobre cultura e identidade, o conceito de *food tourism* e utiliza de pesquisa bibliográfica e aplicação de entrevistas e questionário semi estruturado para identificar a potencialidade do desenvolvimento do turismo gastronômico no local. Sugere ao final algumas ações valorizando a estrutura física e o patrimônio alimentar da comunidade.

Palavras-chave: turismo, gastronomia, comunidade quilombola, Furnas de Dionísio

Abstract: The article reflects on the tourism practice in the territory of the remnant community of black slaves (Quilombo) called Furnas do Dionísio located in the State of Mato Grosso do Sul - Brazil, under the prism in which it is currently and its possibility of insertion in gastronomic tourism. It presents theoretical revision on culture and identity, the concept of food tourism and uses of bibliographical research and application of interviews and semi structured questionnaire to identify the development of gastronomic tourism potential in the area. It suggests at the end some actions that value the physical structure and the food heritage of the community.

Key-words: tourism, gastronomy, quilombo communities, Furnas de Dionísio

1 Introdução

Fundada em meados de 1890 por Dionísio Antônio Vieira, a comunidade quilombola Furnas do Dionísio localiza-se no município de Jaraguari, Estado de Mato do Grosso do Sul, distante cerca de 50 km da capital do estado, Campo Grande (Figura1). Ex-escravo, Dionísio deixou Minas Gerais e chegou acompanhado de sua família na esperança de encontrar um local produtivo onde pudesse se fixar (Oliveira e Marinho, 2005). A família atraiu outros ex-escravos para o local que se organizou em comunidade e desde 24 de abril de 2009¹ tem sua terra homologada como remanescente de quilombo pelo INCRA – Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária. A área demarcada mede 1.018,27 hectares (Incra, 2009) e está dividida entre as cerca de 90 famílias que lá habitam.

¹ O reconhecido oficial como Comunidade Quilombola deu-se através da portaria de nº 118 publicada no Diário Oficial da União pelo Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agraria (Incra), processo iniciado através da certificação e registro do local pela Fundação Cultural Palmares no ano de 2003 (INCRA, 2009).

Figura 1 – Distância entre a Comunidade Furnas de Dionísio e a capital do Estado, Campo Grande.



Fonte: Página do *Google Images* ²

O local caracteriza-se como sendo um quilombo contemporâneo, ou seja, uma comunidade formada por indivíduos, em sua maioria, negros, remanescentes de ex-escravos, que “lutam para permanecer em seu local [...] tendo aproveitamento produtivo e permanecendo suas manifestações culturais, religiosas e éticas sociais” (Fernandes, 2013, p. 24).

De acordo com os moradores locais, desde o ano de 2006 a comunidade procura introduzir-se no mercado turístico regional utilizando seu potencial natural. As atividades atualmente desenvolvidas no local são caminhadas em trilhas organizadas e conduzidas por membros da comunidade para atender à demanda de visitantes que buscam conhecer as cachoeiras daquele território. No entanto, por tratar-se de uma comunidade rural, a principal fonte de renda e sustento é a atividade agrícola, cujos excedentes são transformados em produtos alimentícios produzidos de maneira artesanal, embalados e vendidos pelas famílias para mercados locais. Estes produtos são derivados da cana de açúcar (melado, rapadura e açúcar mascavo), da mandioca (farinha e goma),

² Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps>> Acesso em mar. 2019.

além de frutas e verduras. Atualmente estes alimentos também podem ser comprados pelos turistas que visitam a comunidade.

Essa pesquisa tem como objetivo analisar a potencialidade de Furnas do Dionísio para desenvolvimento do turismo gastronômico no intuito de ampliar a oferta turística local recebendo um número maior de visitantes e, portanto, aumentando a renda com o turismo para a comunidade. A partir da produção local, pretende-se gerar um fluxo de visitantes em busca da experiência gastronômica na comunidade. Com este novo segmento turístico, busca-se valorizar e fortalecer o patrimônio alimentar da comunidade, educar os visitantes quanto às técnicas artesanais de produção de alimentos e incrementar a renda das famílias.

Importante salientar que a comunidade promove desde 2013 o Festival da Rapadura, evento que celebra a colheita da cana e produção da rapadura na comunidade. Este evento atrai o público da região que assiste a shows de música e ainda adere a almoços comunitários. A presente pesquisa considera este evento como elemento importante para a divulgação dos produtos gastronômicos de Furnas de Dionísio, uma vez que fortalece a comunidade como destino turístico e vincula sua imagem à produção de alimentos.

Para a realização desta pesquisa recorreremos ao levantamento bibliográfico em busca de um embasamento teórico sobre os temas cultura e gastronomia, turismo em comunidade quilombola e turismo gastronômico, também conhecido no mercado internacional como *Food Tourism*. Também realizamos uma observação participativa no dia 9 de Agosto de 2018, quando realizamos uma trilha com 18 turistas que visitaram a comunidade. Estes visitantes tinham o interesse de contato com a natureza e banho de cachoeira. O objetivo desta observação foi identificar como se conduz a interpretação do ambiente agrícola da paisagem. Além disso, entrevistas semiestruturadas foram aplicadas a dois moradores diretamente envolvidos com o processo gastronômico – agricultores e produtores de derivados a fim de identificar sua disponibilidade em apresentar seu ofício a eventuais visitantes. Estes dois moradores foram escolhidos seguindo critérios: disposição em responder à

pesquisa e membros participantes da Associação dos Pequenos Produtores Rurais de Furnas do Dionísio. Também foram aplicados questionários aos 18 turistas que fizeram a trilha para as cachoeiras da comunidade naquele dia, com o objetivo de gerar uma estimativa de valores gastos com produtos gastronômicos e identificar possíveis motivações que os levariam a retornar ao local. Os dados coletados revelam uma fotografia do ambiente de estudo no dia da 9 de Agosto de 2018 e representam parte de uma pesquisa maior que está em desenvolvimento a respeito do Festival da Rapadura.

Apresentamos a seguir algumas considerações sobre cultura e gastronomia e também sobre turismo em comunidade quilombola. Em seguida, trazemos uma breve revisão sobre o conceito de turismo gastronômico. Com estes temas entendidos, apresentamos os resultados da pesquisa de campo e, ao final, a avaliação dos dados coletados sob a ótica da fundamentação teórica apresentada.

Objetiva-se que o resultado da pesquisa possa servir como orientação para o desenvolvimento do turismo gastronômico na comunidade.

2 Cultura e gastronomia

O antropólogo brasileiro Roque Laraia (2002, p. 59) conceitua cultura como:

“ [...] sistemas de padrões de comportamento socialmente transmitidos que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos. Esse modo de vida das comunidades inclui tecnologias e modos de organização econômica, padrões de estabelecimento, de agrupamento social e organização político, crenças, práticas religiosas e assim por diante.

Denys Cuhe (1999, p. 140), salienta que a cultura não é algo imutável, passado de geração em geração sem sofrer alterações, mas sim “construída no aspecto histórico, sofrendo mutações através das relações sociais dos membros de um grupo entre si”. Silva e Carvalho afirmam que a cultura é constituída de elementos estabelecidos pelos próprios membros da comunidade, chamados de patrimônios culturais, a fim de diferenciá-los de outros grupos, formando uma identidade. Para os autores, os patrimônios culturais



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

implicam sentidos de permanência, pertencimento e persistência [...] tornam-se elo de identificação do grupo a um ethos cultural comum, vetor de transmissão e compartilhamento de memórias coletivas (2010, p. 4).

A gastronomia entendida como o patrimônio alimentar de um povo, está intimamente ligada à sua construção cultural, podendo servir de ferramenta para entender melhor sua história e também como instrumento na conservação de seus costumes. Sobre gastronomia, Corner afirma que

trata-se de uma manifestação cultural das mais importantes, sendo objeto de estudos de diversas áreas como a antropologia, história, sociologia, geografia e outras. A cozinha é um símbolo cultural, é memória, e principalmente patrimônio cultural de qualquer grupo social. A simbologia dos alimentos exerce uma influência ao homem, podendo constituir-se em importante elemento que revela identidades e ajuda a entender a cultura de um povo (2006, p. 2).

Em tempos passados, os hábitos alimentares eram resultado da necessidade nutricional das pessoas e também da disponibilidade de alimentos. Com a modernização dos meios de plantio e produção, ampliou-se a disponibilidade de alimentos e a diversidade de produtos derivados, o que permitiu à cultura popular definir o que lhe é preferível e adequado ao consumo (Peccini, 2013).

Diante das significativas mudanças que ocorreram no período pós revolução industrial, com ampliações de métodos de distribuição de informações, é possível, no mundo globalizado atual, ter acesso à gastronomia mundial sem necessariamente deixar o conforto do lar. Porém, a cultura gastronômica não está ligada apenas ao produto alimentício em si, mas também ao seu processo de preparo, às características culturais e ambientais dos produtores e, ainda, aos utensílios, técnicas e ingredientes utilizados, o que inclui a trajetória desde o plantio dos ingredientes até a embalagem dos produtos comestíveis. Esse pensamento fica evidenciado na pesquisa de Cunha e Oliveira quando afirmam que

Deve-se compreender que a gastronomia por si só não é capaz de tornar um atrativo turístico cultural, ela deve acompanhar a genuinidade quanto o preparo de seus alimentos, mantendo assim a identidade de um povo e favorecendo a ideia de pertencimento a um determinado local, uma vez que para o turista não apenas a degustação de iguarias que o atrai para um destino, mas também, a



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

possibilidade de conhecer a matéria prima local e o modo de fazer e, esse último item é muitas vezes mais importante e atrativo porque através dele se tem uma demonstração dos ritos nos modos de fazer e degustar alguma coisa (2009, p. 7).

Por conta da localização isolada e modo de vida baseado na agricultura de base comunitária, a comunidade quilombola pesquisada ainda mantém a produção e consumo sustentável do espaço, conserva as técnicas de manipulação dos alimentos que herdaram de gerações passadas. Essa expressão da cultura local torna-se naturalmente um atrativo para os visitantes e pode ser entendida, portanto, como um nicho de interesse turístico.

3 Turismo em Comunidade Quilombola

As comunidades quilombolas, em especial as localizadas em território rural, são constituídas de populações tradicionais, descendente de ex-escravos, onde os modos de vida, produção e trabalho exercem uma função maior do que a de renda, sendo menos dependentes do mercado, com forte ligação aos ensinamentos do passado. Oliveira aponta que por conta de suas localizações geográficas separadas dos grandes centros e, por vezes, acesso limitado à internet, as comunidades quilombolas “podem ser consideradas depositários culturais em função de sua existência em núcleos relativamente isolados na malha geográfica regional” (2004, p.24).

A população se apropria de um espaço geográfico e nele se organiza, guiada por sua identidade, laços sociais, senso de comunidade e modo de vida passado de geração em geração. Uma das consequências de seu relativo isolamento é a escassez de postos de trabalho e fonte de renda que não a agricultura. O turismo entra nesse cenário com a função de proporcionar desenvolvimento econômico e social, podendo contribuir, se bem planejado, na geração de renda e no fortalecimento da identidade da comunidade, ao oportunizar “um importante aprendizado sobre sua própria trajetória cultural” (Silva e Carvalho, 2010, p. 211).

Planejamento este que, de modo ideal, deve partir da própria comunidade, pois seus membros reconhecem suas necessidades, potenciais e pontos fracos, bem como os objetivos que desejam alcançar. Sugere-se que os



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

empreendimentos envolvam os moradores locais desde a concepção da ideia até a execução e tenham seu lucro distribuído de maneira a beneficiar a própria comunidade de forma igualitária (Silva, 2014). Ao inserir a comunidade no planejamento do turismo com base no etnodesenvolvimento, no modelo de autogestão, onde a comunidade torna-se protagonista no planejamento, detendo o controle da utilização de seus recursos físicos e sociais, é possível preservar sua identidade o mais autêntica possível, “ainda que a artificialidade possa ser necessária em determinados momentos” (Bahl, 2004, p. 66).

Entende-se ainda a importância de os membros da comunidade atuarem como guias/condutores pois, desta forma, é possível que haja a interação com a comunidade local tão desejada pelo consumo turístico. O visitante procura observar aspectos da cultura local considerados exóticos e que carreguem o senso de identidade inerente às comunidades tradicionais. No caso da comunidade de Furnas do Dionísio, grande parte das atividades tradicionais que podem ser vivenciadas hoje têm ligação com a produção alimentar: tanto as práticas culinárias quanto o plantio, colheita e conservação de alimentos.

4 Turismo gastronômico

O turismo gastronômico é discutido nas academias internacionais sob o conceito de *Food Tourism*. Para a *World Food Travel (WFTA)*, “*Food tourism is the act of traveling for a taste of place in order to get a sense of place*” (2019). Ou seja, através da culinária o turista tem a possibilidade de melhor compreensão do local visitado. Muito mais do que de saciar uma necessidade básica, a culinária causa curiosidade, o que por si só pode justificar o deslocamento de um indivíduo, visto que “comer também é um sentimento” (Simon, 2006, p.60).

Regina Schluter explica que a partir do momento que é capaz de atrair um fluxo turístico e satisfazer as necessidades dos turistas, o atrativo pode ser considerado um recurso turístico. Diante do crescente potencial, o patrimônio gastronômico local está cada vez mais sendo incorporado aos produtos já oferecidos em determinados locais, com o objetivo de atrair grupos específicos

de visitantes, incorporando os membros das comunidades na fabricação e elaboração dos produtos, permitindo assim um desenvolvimento integrado e sustentável do turismo local (Schluter, 2003).

Como forma de comprovar a influência gerada pela gastronomia em uma viagem, a *World Food Travel Association* realizou uma pesquisa em 2016 para averiguar qual o sentimento e atitudes dos turistas, de modo geral, em relação à alimentação quando em viagens. De acordo com esse levantamento, 59% dos entrevistados relataram que dão mais importância ao comer e beber em viagem do que identificado no ano de 2011. Também informa que 81% acredita que a culinária ajuda a entender a cultura local e 83% acredita que a gastronomia local auxilia a manter uma impressão mais durável sobre o local. Vale também ressaltar que, mais de dois terços dos entrevistados responderam que costumam adquirir, em viagens, produtos alimentícios ou bebidas para consumir em casa ou como forma de presentear (WORLD FOOD TRAVEL, 2019).

O público alvo desse segmento, chamados internacionalmente de *Food Travelers* ou Turistas Gastronômicos, caracteriza-se como sendo pessoas curiosas e exploradoras, procurando experiências que vão além do apenas alimentar-se. O turista que não é particularmente apaixonado por esse segmento gasta, em média, entre 15% e 25% dos recursos totais da viagem em alimentos e bebidas, enquanto a despesa média dos *food travelers* ultrapassa a faixa dos 25%. Esse grupo também vem apresentando um crescente interesse em saber e presenciar a origem dos alimentos consumidos e seus modos de fabricação.

Para a WFTA, os envolvidos em uma estratégia de desenvolvimento sustentável do segmento se beneficiam com o aumento do número de visitantes e vendas, a criação/divulgação de produtos únicos e diferenciados e a propagação de um sentimento de orgulho comunitário em relação à cultura gastronômica local. Sob a ótica da promoção do desenvolvimento local, entende-se nesta pesquisa o turismo gastronômico como uma alternativa à comunidade Furnas do Dionísio incrementar seu produto turístico.

5 O Turismo em Furnas do Dionísio

O modo de vida dos moradores de Furnas do Dionísio baseia-se principalmente na agricultura de subsistência - tendo inclusive recebido, em 2018, o Selo da Identificação da Participação da Agricultura Familiar, concedido pela Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário (Sead) - com o plantio de frutas, verduras e legumes, sendo suas fontes principais de remuneração a mandioca e a cana de açúcar, que posteriormente são transformadas em produtos que serão vendidos, em sua maioria, na própria comunidade.

Atualmente esses produtos ficam expostos em uma prateleira dentro do Centro Comunitário e os compradores são, principalmente, turistas que visitam a comunidade para fazer trilhas.

Vale salientar que, apesar deste contingente de visitantes interessados nos aspectos culturais envolvendo a comunidade, os moradores enxergam o turismo de natureza como seu principal objeto de investimento e potencial, aos quais os esforços de divulgação são voltados. Desta forma, na atualidade, os principais produtos turísticos são trilhas ecológicas e banho de cachoeira. Outro elemento importante do turismo local são os eventos que ocorrem ao longo do ano, em sua maioria ligados às tradições religiosas, mas que envolvem aspectos da cultura gastronômica local.

Oliveira e Marinho (2005) estudaram o turismo em Furnas do Dionísio e identificaram que a disponibilidade da comunidade para o turismo tem fortalecido a ligação dos membros entre si, gerando um sentimento comunitário que é refletido nas relações sócio culturais. Outro fator que influencia na valorização dos elementos naturais é o fato de que demandam pouco investimento, por se tratarem de recursos já existentes na dinâmica social da comunidade e no patrimônio natural do local.

5 Potencialidade do Turismo Gastronômico em Furnas do Dionísio

Como forma de promover os produtos da comunidade e demonstrar a cultura através da culinária, foi criado um evento na comunidade chamado Festival da Rapadura, que celebra os produtos produzidos de maneira artesanal

através da manipulação da cana de açúcar. A rapadura representa uma fonte de renda importante para inúmeras famílias que ali habitam.

Realizado anualmente, o evento contou com sua quarta edição no ano de 2018, sob apoio da Secretaria de Cultura e Cidadania do Estado de Mato Grosso do Sul. Na ocasião são apresentadas danças típicas, capoeira e comercializados pelos moradores produtos alimentícios artesanais, principalmente a rapadura. Também faz parte dos festejos a oferta de um almoço tradicional. Tanto o evento quanto a rapadura foram declarados como Patrimônio Histórico e Cultural do Estado de Mato Grosso do Sul, na lei sancionada no dia 16 de Novembro de 2016. A lei reconhece a importância do evento e da produção do quilombo, gerando oportunidades à comunidade de ampliar o potencial turístico.

Durante a pesquisa, identificou-se a venda de vários produtos gastronômicos e alimentícios produzidos pela comunidade, a exemplo de: melado, açúcar mascavo, doces em compota, farinha de mandioca, hortaliças e a rapadura, produto que deu origem ao nome do evento, comercializada em oito tipos de variedade e sabores. Durante a festividade, é servido também um almoço preparado por membros da comunidade.

A rapadura representa o principal produto de vendas, trata-se de um alimento de origem espanhola, que teve sua produção iniciada no Brasil em no século XVI, nos engenhos de cana de açúcar e, por se tratar de um produto durável, de transporte fácil e auto valor calórico, servia de alimento para os escravos (Santos, 2011). É preparada de forma artesanal nas propriedades do quilombo, na sede da Associação dos Pequenos Produtores Rurais de Furnas do Dionísio, uma estrutura física na área central da comunidade usada para reuniões, almoços coletivos, produção e comercialização da rapadura e outros produtos locais.

Identificou-se na entrevista realizada com os dois moradores que a comunidade enfrentou por muito tempo a falta de energia, fato que gerava, além da falta de estrutura básica para a qualidade de vida de seus moradores, uma dificuldade na questão de seu desenvolvimento econômico. Através de parcerias com a distribuidora de energia elétrica do Estado de Mato Grosso do Sul –



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Energisa e com a Universidade Católica Dom Bosco - UCDB, o espaço de produção de seus produtos foi reformado e equipado com maquinários modernos – moedor de cana, encanamento para levar a garapa (caldo de cana) até os tachos onde são preparadas as rapaduras e maquinário para auxiliar na preparação do açúcar mascavo – porém sem descaracterizar sua produção artesanal.

Os moradores entrevistados informaram que, no momento da produção, é obrigatório utilizar vestimentas especiais para proteger o trabalhador do calor excessivo, pois a rapadura é resultado da fervura do caldo de cana, até adquirir uma textura maleável, para em seguida ser moldada, seca e, depois de resfriada, embalada.

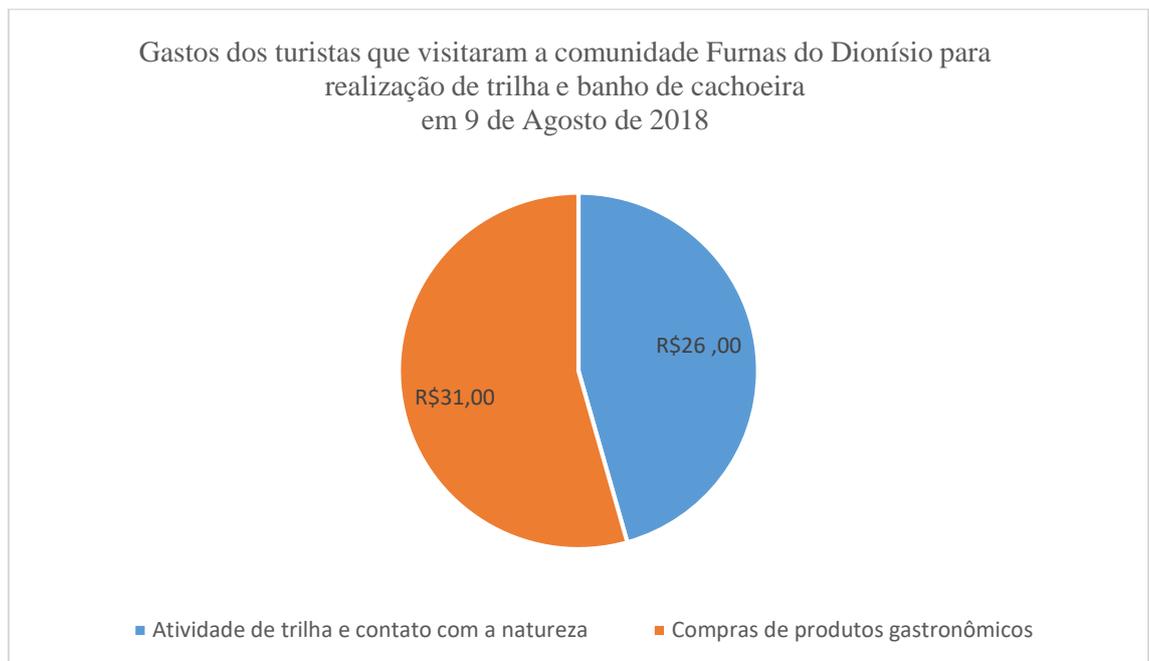
Também identificou-se durante as entrevistas com os moradores que, sob auxílio da Universidade UCDB, os indivíduos envolvidos no preparo da rapadura e açúcar mascavo foram capacitados para utilizar o novo maquinário e, a fim de alavancar as vendas e possivelmente alcançar uma etapa mais industrial. Com a eventual venda da rapadura fora da comunidade, foi desenvolvida uma identidade visual para esses produtos, que hoje podem ser encontrados embalados com a marca Furnas de Dionísio. Vale ressaltar que nem todos os vendedores haviam aderido à marca no período em que foi feita a pesquisa, podendo ser encontrados produtos com embalagens sem identificação.

Durante as entrevistas com os moradores membros da Associação dos Pequenos Produtores Rurais de Furnas do Dionísio, identificou-se que a comunidade tem conhecimento sobre as vantagens econômicas do turismo, mas pouco entendimento sobre as proficuidades culturais e sociais da atividade. Quando perguntados sobre o turismo na comunidade, 100% dos entrevistados salientam as características naturais da comunidade: cachoeiras e trilhas. Entende-se, a partir deste resultado, que a comunidade ainda enxerga seus produtos gastronômicos como atividade agrícola sem relação com a atividade turística.

Já na pesquisa feita através de questionários com os 18 visitantes, registramos que os gastos com produtos alimentícios no dia da visita, foram

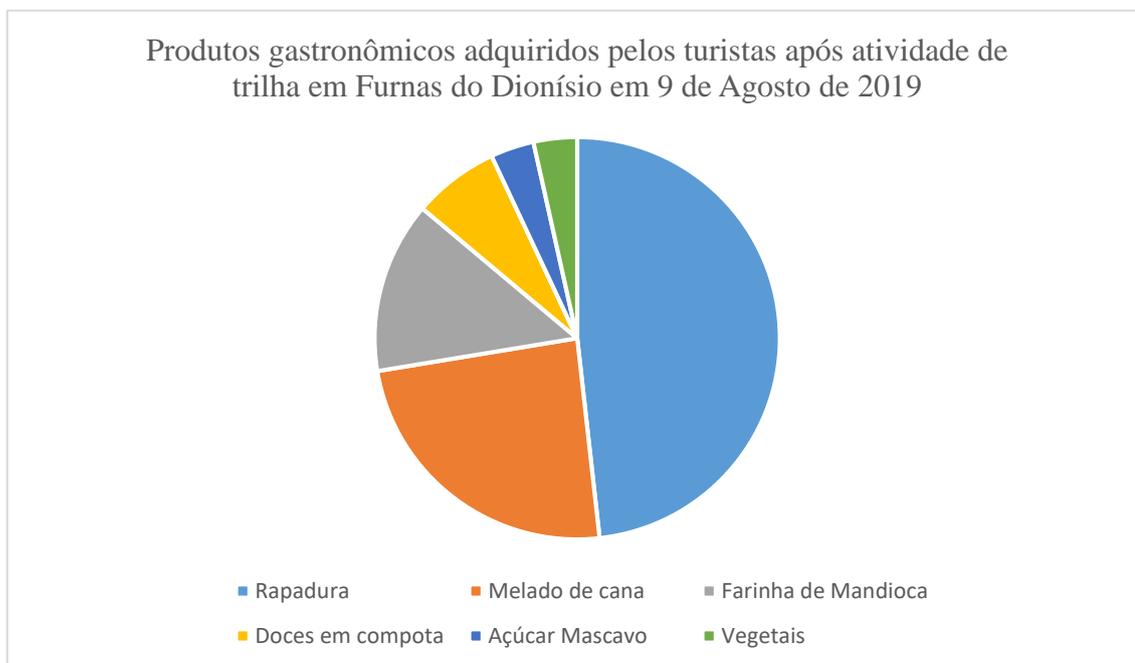
superiores aos gastos com o passeio na trilha. Apresentamos na Figura 2 os resultados desta pesquisa quantitativa onde 18 visitantes foram entrevistados. O objetivo destes turistas ao visitar a comunidade era a realização de trilha para contato com a natureza. Registramos que o gasto desta atividade foi de R\$ 26,00 por pessoa o que incluiu taxa de entrada na comunidade e remuneração do guia local. Ao final da trilha os visitantes tiveram acesso aos produtos alimentícios da comunidade e gastaram um total de R\$ 570,00, o que dá uma média de R\$ 31,00 por visitante.

Figura 2: Média de valores gastos por visitante durante visita a Furnas do Dionísio



Em relação à compra de produtos gastronômicos após a trilha, dos 18 visitantes entrevistados, apenas duas pessoas optaram por não os consumir. A Figura 3 revela quais foram as escolhas dos visitantes sobre os itens adquiridos. Registrou-se que 87,5% dos entrevistados compraram rapadura, 43,8% compraram melado de cana, 25% compraram farinha de mandioca, 12,5% compraram doces em composta e 6,3% compraram açúcar mascavo e vegetais *in natura*.

Figura 3: Produtos gastronômicos adquiridos pelos 18 turistas entrevistados após atividade de exploração da natureza na comunidade



É importante ressaltar que os 18 turistas entrevistados nunca haviam visitado o local anteriormente. Portanto considerou-se pertinente verificar qual era a expectativa em relação à visita. Em relação a este tópico, registrou-se que 100% dos participantes tinham expectativas de estar em contato com a natureza. Destes, apenas 27,8% apontaram ter curiosidade em entrar em uma comunidade quilombola e outros 5,6% desejavam conhecer os produtos gastronômicos locais. A partir destes dados é possível interpretar que há uma baixa expectativa dos visitantes em relação às características sócio-culturais da comunidade Furnas do Dionísio. Este resultado pode estar vinculado ao fato de a divulgação atual da comunidade estar voltada, majoritariamente, em promover o local como atrativo turístico de natureza. O fato de Furnas do Dionísio ser uma comunidade quilombola não está sendo vinculada à oferta de turismo local, na forma como é feito atualmente.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Entretanto, após a visita à comunidade, identificou-se na mesma pesquisa quantitativa, que 55,6% dos visitantes têm interesse em retornar para a comunidade a fim de conhecer os processos de produção gastronômica como o modo de torrefação da farinha e a cocção da cana de açúcar para produção de rapadura. Já 44,4% desejam retornar com especial interesse em renovar o contato com a natureza. Estes dados indicam a potencialidade do local para o turismo gastronômico uma vez que mais da metade dos visitantes que tinha a expectativa em estar em contato com a natureza, ao final da experiência demonstrou interesse em retornar para vivenciar momentos do cotidiano laboral dos moradores.

Além da pesquisa com os visitantes, conforme informado, realizou-se uma observação participante durante a trilha. Identificou-se com este método de pesquisa que os visitantes percorreram áreas de produção agrícola da comunidade como ambientes de plantio de vegetais (berinjela, quiabo, pimenta, mandioca, tomate e abóbora), porém o condutor não chamou a atenção dos visitantes para tal. Esta parte da pesquisa tinha o objetivo de perceber como se dá a condução da experiência dos visitantes no produto turístico Trilha e pode-se constatar que a produção agrícola não é considerada um atrativo para os turistas de natureza por parte daquele condutor. Entre os 18 visitantes, observou-se que apenas 2 pessoas demonstraram interesse sobre o plantio da comunidade, perguntando em alguns momentos que tipo de planta era aquela cultivada no campo, o que representa apenas 11,1% dos visitantes.

Com base nos dados coletados, apresentamos na sequência nossas considerações finais sobre a pesquisa realizada no intuito de estimular a promoção do turismo gastronômico na comunidade quilombola.

6 Considerações Finais

Como foi exposto ao longo desse texto, o turismo gastronômico tem ganhado relevância nas últimas décadas pela capacidade de promoção de um desenvolvimento integrado e sustentável do turismo local. A comunidade de Furnas do Dionísio tem sua principal renda proveniente da produção agrícola e

derivados, elementos estes vinculados ao seu patrimônio alimentar e que representam sua identidade.

O fato de o principal motivador das visitas à localidade ser o contato com a natureza demonstra que o turismo ali pouco valoriza quem são e o que fazem os comunitários. Sua história de sobrevivência ao regime de escravidão e sua vitória explícita na manutenção da terra e de hábitos culturais, não estão sendo vinculados ao produto turístico consumido na atualidade. Acredita-se, a partir desta pesquisa, que a promoção do local com um destino turístico gastronômico contribuirá com a valorização da sociedade, sua história e cultura. Além disso, promoverá a educação dos visitados que têm a oportunidade de entrar em contato com a comunidade quilombola e descobrir sobre questões relativas à sua própria identidade.

Propõe-se que os visitantes sejam estimulados a conhecer a Comunidade Quilombola em si e não apenas seus atrativos naturais. Para tal, sugere-se que tenham a oportunidade de andar pelos roçados onde os comunitários trabalham para conhecer os produtos *in natura* ainda quando plantados no solo. Se possível, participem da colheita para perceber a fragilidade de alguns produtos ou ainda a dificuldade de extração de outros. Propõe-se aqui promover o entendimento do caminho que percorre o produto gastronômico da terra à mesa, passando pela cozinha onde se aprende as técnicas de cocção e preparo dos alimentos e, mais ainda, onde há possibilidade de interação entre visitantes e visitados.

Para que esta ideia seja posta em prática, sugere-se o treinamento dos condutores que levam os turistas pelas trilhas da comunidade para que valorizem os elementos agrícolas da paisagem. Também entende-se como importante o treinamento dos membros da comunidade que produzem os derivados da cana e da mandioca a fim de que estejam aptos a comunicar suas técnicas e ensinar suas habilidades. Para que isso ocorra ao longo do ano todo, sem ficar dependente da sazonalidade dos produtos, sugere-se que os espaços de produção de alimentos estejam abertos à visita e organizados de forma que

se possa simular o trabalho de manipulação das ferramentas e dos ingredientes a fim de que os visitantes entendam os processos em geral.

A possibilidade de fazer a trilha e permanecer na comunidade para almoçar após o esforço físico é uma possibilidade de promover maior interação entre comunidade e turistas, além de aumentar o consumo dos turistas e consequente geração de dividendos. Para tal sugere-se adotar um sistema de rodízio entre as famílias interessadas em trabalhar com o turismo, de forma que nos dias de maior visitação, domingos e feriados, possam abrir suas residências para os turistas almoçarem. Cada família pode indicar o número máximo de pessoas que pode receber por dia para almoço e pode-se pedir aos turistas interessados que façam a reserva antecipada da refeição.

Outra opção para oferecer refeições na comunidade é a utilização do Centro Comunitário que está equipado para a produção e serviço de alimentos em grande escala, frequentemente usado nos eventos festivos para um público de até 1000 visitantes. Entretanto, perde-se a oportunidade de contato mais próximo com os moradores da comunidade possível na proposta anterior.

Para fortalecer as características culturais da comunidade e vincular o nome Furnas do Dionísio ao fato de ser uma comunidade quilombola (e não apenas um ambiente natural interessante para ecoturismo), sugere-se que os produtos alimentícios disponíveis no comércio da região comuniquem sua origem de forma rápida em seus rótulos, valorizando o aspecto de ser artesanal e proveniente de uma comunidade com características culturais peculiares.

Entende-se como importante que estes produtos tenham maior amplitude comercial de forma que possam ser encontrados em pontos mais comuns de comércio. Uma vez que a produção ainda é pequena para abastecer grandes supermercados, sugere-se que os derivados da cana e da mandioca sejam comercializados nos empórios, feiras de ruas e todos os outros comércios que valorizem os produtos artesanais de origem regional. Os frequentadores destes estabelecimentos, lentamente, veicularão a imagem do produto à comunidade quilombola, gerando curiosidade que pode levar à visitação do local de origem.

De modo geral, pode-se concluir que a comunidade Furnas do Dionísio possui alta potencialidade para o desenvolvimento do segmento turístico gastronômico e poucos investimentos são necessários para tal.

7. Referências Bibliográficas

BAHL, M. Viagens e roteiros turísticos. Curitiba: Prottexto, 2004.

CUNHA, K.B; OLIVEIRA, L.V. **A gastronomia enquanto atrativo turístico-cultural**. 2009. 17f. Dissertação de Pós-Graduação – Universidade estadual de Goiás, Goiás, 2009.

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. São Paulo: EDUSC, 1999.

FERNANDES, G.A.M. **Turismo Gastronômico como fator de desenvolvimento local na comunidade quilombola de São Miguel, Município de Maracaju, MS**. Dissertação de Mestrado – Universidade Católica Dom Bosco, Mato Grosso do Sul, 2013.

INCRA - Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agraria. **Diário Oficial da União, Portaria n.º 118**, de 24 de abril de 2009.

LARAIA, R. B. **Cultura: um conceito antropológico**. 15. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

OLIVEIRA, A.M. **Cultura, turismo e desenvolvimento local: potencialidades e perspectivas na comunidade de Furnas do Dionísio**. Dissertação de Mestrado – Universidade Católica Dom Bosco, 2004.

OLIVEIRA, A.M; MARINHO, M. **Comunidade Quilombola de Furnas do Dionísio: manifestações culturais, turismo e desenvolvimento local**. Caderno Virtual de Turismo, V. 5, nº 1, 2005.

PECCINI, R. **A gastronomia e o Turismo**. Rosa dos Ventos, 5(2) 206-217, abril-junho, 2013.

SCHLUTER, R. G. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph. 2ª Edição. Revista, 2006.

SANTOS, M. C. I. F. **Educação patrimonial: educar para proteger: culinária de MS**. Campo Grande: Life Editora, 2011



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA E CIDADANIA. **Patrimônio do MS, Festival da Rapadura tem apoio da Subsecretaria de Igualdade Racial.** Mato Grosso do Sul, 2017.

SILVA, R.E. **O Turismo comunitário como ferramenta de desenvolvimento local nos territórios quilombolas.** Revista Brasileira de Ecoturismo, São Paulo, v.7, n.1, fev 2014/abri, 2014, pp. 178-197.

SILVA, R.E; CARVALHO, K.D. **Turismo Étnico em comunidades quilombolas: perspectivas para o atnodesenvolvimento em Filipa (Maranhão, Brasil).** Turismo & Sociedade, Curitiba, v.3, n.2, p. 203-219, outubro de 2010.

SIMON, F. **Comer é um sentimento.** São Paulo: Senac SP, 2006.

WORLD FOOD TRAVEL. **What is food turism?** Disponível em: <<https://www.worldfoodtravel.org/cpages/what-is-food-tourism>> Acesso em: 20 fev 2019.