



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA
CAMPUS CONTINENTE

PÂMELA FERNANDES SOUZA

**O POTENCIAL DO TURISMO GASTRONÔMICO PARA O DESENVOLVIMENTO
ECONÔMICO E A VALORIZAÇÃO CULTURAL EM PEQUENAS COMUNIDADES:
ESTUDO DE CASO EM JAGUARIBE (CE)**

Aluna: Pâmela Fernandes Souza
Orientador (a): Fabiana Mortimer

Florianópolis SC

2025

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o potencial do turismo gastronômico como instrumento de valorização cultural e de desenvolvimento econômico em pequenas comunidades, tendo como estudo de caso o município de Jaguaribe, no Ceará. A pesquisa, de caráter qualitativo e exploratório, utilizou revisão bibliográfica, análise documental e aplicação de questionário com moradores locais. O referencial teórico evidencia que o município já possui elementos consolidados de identidade territorial, como o reconhecimento oficial do queijo coalho, sua principal marca cultural e a realização de festas anuais que mobilizam a comunidade e atraem visitantes, indicando um potencial econômico ainda pouco explorado. O estudo de caso do Município de Jaguaribe demonstra que a gastronomia da região está fortemente ligada à memória afetiva e à identidade cultural da comunidade, evidenciando oportunidades de geração de renda e fortalecimento do sentimento de pertencimento. Ademais, a cidade apresenta fatores que favorecem o desenvolvimento de atividades turísticas vinculadas à gastronomia, como a realização de feiras e eventos do setor agroalimentar. Desta forma, o estudo aponta que Jaguaribe possui potencial para o desenvolvimento do Turismo gastronômico que pode estar associado às características e princípios das ações do Turismo de Base Comunitária, sendo este capaz de integrar cultura, economia e participação social. O estudo aponta que ações de Turismo de experiência ligado à gastronomia podem promover em Jaguaribe vivências autênticas, valorizando os saberes e as tradições locais.

Palavras-chave: Turismo gastronômico; Culinária afetiva; Desenvolvimento local; Turismo de base comunitária. Jaguaribe.

ABSTRACT

The present study aims to analyze the potential of gastronomic tourism as an instrument for cultural valorization and economic development in small communities, using the municipality of Jaguaribe, in the state of Ceará, as a case study. The research, characterized as qualitative and exploratory, employed a bibliographic review, documentary analysis, and the application of questionnaires to local residents. The theoretical framework indicates that the municipality already possesses consolidated elements of territorial identity, such as the official recognition of queijo coalho as its main cultural hallmark and the holding of annual festivals that mobilize the community and attract visitors, pointing to an economic potential that remains underexplored. The case study of the municipality of Jaguaribe demonstrates that local gastronomy is strongly linked to affective memory and the cultural identity of the community, highlighting opportunities for income generation and the strengthening of a sense of belonging. Furthermore, the city presents factors that favor the development of tourism activities related to gastronomy, such as the organization of fairs and events in the agri-food sector. Thus, the study indicates that Jaguaribe has potential for the development of gastronomic tourism, which may be associated with the characteristics and principles of Community-Based Tourism, as it is capable of integrating culture, economy, and social participation. The study also points out that experiential tourism actions linked to gastronomy can promote authentic experiences in Jaguaribe, valuing local knowledge and traditions.

Keywords: Gastronomic tourism; Affective cuisine; Local development; Community-based tourism. Jaguaribe.

1. INTRODUÇÃO

A alimentação compreende um conjunto de práticas relacionadas à escolha, preparo e consumo de alimentos. Mais do que garantir a nutrição e o funcionamento do corpo, a alimentação expressa cultura, memória e valores, constituindo parte fundamental das tradições, dos rituais e do cotidiano de um povo. Segundo a Booking (2018), 69% dos viajantes brasileiros consideram a culinária local um fator relevante na escolha do destino, e 67% afirmam que vivenciar a cultura e a gastronomia regional constitui motivação pessoal para viajar. Esses dados evidenciam que, para uma parcela significativa dos turistas, o interesse vai além da visitação de pontos turísticos clássicos, incluindo também experiências diretas do cotidiano da comunidade, ligado aos saberes e costumes locais.

Nesse contexto, o turismo gastronômico se apresenta como uma estratégia de valorizar práticas culturais ligadas ao turismo de experiência, onde este possui o propósito de transformar a viagem em vivência significativa. Para além da degustação de pratos típicos, oferecidos muitas vezes em restaurantes, proporciona ao visitante a oportunidade de compreender os modos de produção e preparo dos alimentos locais, assim como reconhecer os símbolos associados à alimentação em termos de memória e identidade. Essa dinâmica torna-se possível, uma vez que o consumo alimentar frequentemente se configura como uma forma de consumo simbólico, cuja essência não está no objeto ou produto material em si, mas nas relações que se constroem com e por meio dele (Baudrillard, 2000).

No Ceará a culinária está intimamente ligada a pratos típicos como o baião de dois, buchada, cuscuz, tapioca, carne de sol, rapadura, entres outros são de grande interesse turístico, possibilitando o reconhecimento da relação entre cultura e território, fortalecendo a valorização dos saberes locais como parte de um patrimônio imaterial. É relevante destacar que a classificação de um alimento como típico de determinado estado, em detrimento de outro, está relacionada a diversos fatores de natureza social, cultural e geográfica, além de sua expressiva atratividade turística, conforme aponta Wills Leal (2006).

Dessa forma, o turismo gastronômico configura-se como um instrumento de desenvolvimento territorial ao valorizar os recursos locais e estimular atividades associadas, como a produção agroalimentar e a gastronomia tradicional. Ao incentivar a qualificação dos serviços e a diversificação da economia local, essa prática contribui para o fortalecimento da

identidade cultural e da autoestima dos moradores. Essa compreensão é amplamente compartilhada por diferentes atores e instâncias, abrangendo desde a perspectiva comunitária até diretrizes institucionais em níveis local, nacional e acadêmico (Cristóvão, 1999; Ribeiro; Marques, 2000).

No caso de Jaguaribe, município do interior do Ceará, observa-se a existência de condições favoráveis ao desenvolvimento do turismo gastronômico, impulsionadas por sua tradição culinária e por eventos culturais que expressam saberes locais. Em consonância com Wills Leal (2006), que compreende que não existe uma cozinha genuinamente paraibana, baiana, pernambucana e alagoana; o que se observa, na verdade, é uma oferta gastronômica nordestina de caráter regional, organizada em dois grandes blocos: “frutos do mar” e “sertão”. O município em questão, insere-se nesse contexto ao articular práticas agrícolas, clima característico e heranças culturais.

O presente trabalho busca compreender o potencial da cidade de Jaguaribe, identificando a culinária local, a gastronomia afetiva e as tradições culturais como elementos estratégicos capazes de subsidiar ações turísticas voltadas ao desenvolvimento econômico local.

De forma mais pontual, o estudo se concentra na compreensão do turismo gastronômico como estratégia de geração de oportunidades econômicas para produtores locais, artesãos e empreendedores. Para isso, o foco recai sobre a comunidade jaguaribana, considerando seus principais recursos culturais, como a gastronomia tradicional, o artesanato e as festas populares, bem como a memória histórica e cultural que estrutura a identidade local.

A motivação para este estudo surgiu das experiências adquiridas durante a graduação em Gestão de Turismo, especialmente no campo do Turismo de Base Comunitária (TBC), e da compreensão da influência da gastronomia local como elemento de valorização cultural e geração de renda. A convivência com familiares envolvidos na agricultura reforça a relevância de fortalecer o comércio agrícola, principal fonte de sustento para muitas famílias da região.

A culinária típica favorece a geração de empregos, aumento de renda e fortalecimento da identidade territorial (Landa, 2018; Aguiar, Melo & Eusébio, 2020). O Ministério do Turismo reconhece o turismo gastronômico como vetor de desenvolvimento sustentável e promove programas como o “Gosto pelo Brasil”, voltado à valorização da agricultura familiar e estímulo à economia rural

A escolha de Jaguaribe como ponto de estudo para esse trabalho está diretamente relacionado com os conhecimentos de turismo adquiridos ao longo do curso e a observação de vivência dessa comunidade e a mesma apresenta características importantes que devem ser valorizadas e preservadas, surge então o questionamento, de que forma o turismo gastronômico pode vir a fortalecer a economia e a identidade local deste território?

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo apresenta os conceitos fundamentais que sustentam a pesquisa, oferecendo base para compreender o papel da gastronomia na valorização cultural e no desenvolvimento do turismo em comunidades locais. Para tanto, está organizado em cinco subcapítulos a seguir.

2.1 Turismo Gastronômico e Geração de Renda

O turismo gastronômico configura-se como um campo relativamente recente do turismo, consolidado a partir do reconhecimento da alimentação como elemento fundamental da cultura e da identidade de um povo. Para Gândara, Gimenes e Mascarenhas (2009, p. 181), o turismo gastronômico pode ser compreendido como “[...] uma vertente do Turismo Cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade”.

Complementando essa perspectiva, Martins (2016) define o turismo gastronômico como um conjunto de atividades voltadas ao consumo de alimentos típicos e à interação entre visitantes e comunidade local, com vistas à valorização cultural e ao desenvolvimento social e econômico dos destinos, por meio de experiências como festivais, roteiros e vivências agroalimentares.

A gastronomia apresenta-se, assim, como um vetor estratégico para o desenvolvimento econômico e social, uma vez que impulsiona a economia local ao ampliar oportunidades de trabalho em restaurantes e serviços de alimentação, contribuindo para a geração de empregos diretos e indiretos e para o fortalecimento da cadeia produtiva (Corner; Rodriguez, 2006). Além do aspecto econômico, a gastronomia consolida-se como importante atrativo turístico, pois ultrapassa a função básica da alimentação e assume o papel de expressão cultural e identitária das comunidades locais (Schluter, 2003).

Nesse sentido, o turismo gastronômico pode ser entendido como uma prática que valoriza e preserva a cultura local, promovendo o consumo de alimentos típicos e experiências ligadas à gastronomia. Ao mesmo tempo, ele se conecta à economia da região, funcionando como uma rede integrada que envolve produtores, fornecedores e consumidores, tanto turistas quanto a comunidade local, fortalecendo o destino e gerando benefícios sociais e econômicos.

No contexto brasileiro, destaca-se a gastronomia do Nordeste, considerada uma das mais ricas e diversificadas do país, resultado da fusão de influências indígenas, africanas e europeias que moldaram a identidade cultural da região. Essa diversidade manifesta-se na existência de mais de 60 pratos típicos reconhecidos, os quais variam de acordo com cada estado nordestino (TÍPICAS, 2025). Mesmo diante de desafios socioeconômicos, o setor de alimentação tem apresentado crescimento, impulsionado, sobretudo, pela realização de festivais gastronômicos e pelo fortalecimento do turismo regional (GOVERNO DO CEARÁ, 2020).

Quando os destinos turísticos passam a valorizar a gastronomia tradicional como atrativo, estimulam também a produção local de insumos, especialmente aqueles vinculados à agricultura familiar. Conforme destacam Zuin e Zuin (2007), esse processo contribui para o fortalecimento da economia agrícola, uma vez que a produção agroindustrial local favorece a criação de postos de trabalho e a permanência da população no meio rural. Sob essa perspectiva, o turismo gastronômico apresenta-se como uma alternativa relevante para o fortalecimento da economia local, ao beneficiar diretamente produtores, fornecedores e estabelecimentos de alimentação.

Entre todos os tipos de despesas durante uma viagem, os turistas mostram-se mais resistentes a reduzir os gastos com alimentação (APTECE, 2015, p. 10). A razão para isso é que os visitantes consideram a experiência gastronômica parte essencial da viagem. Provar pratos típicos e vivenciar a gastronomia local faz parte da experiência cultural, sendo percebido como um momento de lazer e valorização do destino. Isso explica por que as despesas com a gastronomia representam uma parte significativa dos gastos efetuados pelos turistas no destino (Hall; Sharpless, 2003). Assim, a produção e a venda de produtos alimentares típicos representam uma alternativa capaz de beneficiar pequenos produtores rurais e, ao mesmo tempo, estimular o desenvolvimento econômico local e regional (Zuin ; Zuin , 2007).

No Brasil, a gastronomia tem papel estratégico na economia, destacando-se entre os setores que mais impulsionam receitas e oportunidades de trabalho. Segundo dados da

Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) em parceria com a Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, indicam que, em 2023, o setor movimentou aproximadamente R\$ 416 bilhões, o equivalente a 3,6% do Produto Interno Bruto nacional, além de empregar cerca de 5 milhões de pessoas formalmente, sem considerar os postos informais (ABRASEL; ESTADÃO BLUE STUDIO, 2024; GUTERMAN, 2024). No Ceará, dados recentes apontam que o setor de serviços gerou 13.798 vagas formais no segundo trimestre de 2025, sendo hotéis e restaurantes responsáveis por 1.258 desses empregos (SETUR-CE, 2025).

Esses dados evidenciam o forte potencial e a estreita relação entre turismo e gastronomia, porém o crescimento econômico do setor não deve se limitar aos grandes centros urbanos, mas também pode ser promovido a partir de pequenas comunidades. Em Jaguaribe, a produção de queijo coalho e da renda filé, técnica artesanal tradicional, caracterizada por bordados realizados manualmente, aliada a eventos culturais, evidencia como a gastronomia e a agricultura familiar juntas podem fortalecer a economia local e geração de renda garantindo que a riqueza cultural e agrícola da região seja valorizada.

Diante disso, cabe aos empreendedores e gestores locais adotarem uma visão estratégica que permita oferecer experiências diferenciadas, integrando a produção local, a cultura e a hospitalidade, de modo a potencializar o turismo gastronômico e promover o desenvolvimento da região.

2.2 Turismo de experiência (culinária afetiva)

Ao contextualizar o termo “turismo de experiência”, Smith (2006) destaca que a expressão “turismo experiencial” surgiu para descrever uma tendência emergente na indústria do turismo, identificada em um relatório australiano de 2001. Essa abordagem, associada ao chamado “novo turismo” do final da década de 1990, contrapõe-se ao modelo de “turismo de massa” predominante nos anos 1980. Embora o termo “experiencial” tenha sido utilizado inicialmente, ele não se consolidou amplamente na literatura acadêmica, sendo atualmente mais recorrente a denominação “turismo de experiência”, empregada para caracterizar práticas que priorizam vivências autênticas e significativas durante as viagens.

Esse modelo caracteriza-se pela valorização da interação direta do visitante com o destino, possibilitando sua participação ativa na cultura, nas práticas sociais e no cotidiano local. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2015), o

turismo de experiência busca envolver o viajante de forma emocional, promovendo experiências autênticas, significativas e memoráveis. Corroborando essa perspectiva, pesquisa realizada pelo SEBRAE em parceria com o TRVL LAB (2021) aponta que o turismo de experiência constitui o principal fator motivador para nove em cada dez viajantes brasileiros, evidenciando a crescente demanda por contato genuíno com comunidades locais.

O turismo de experiência é um nicho de mercado que apresenta uma nova forma de fazer turismo, onde existe interação real com o espaço visitado, mesmo que não seja o ideal, é o real e é o que o turista está em busca. Esta prática turística está relacionada com as aspirações do homem moderno, cada vez mais conectado e em busca de experiências que façam sentido. É uma maneira de atingir o consumidor de forma mais emocional, por meio de experiências que geralmente são organizadas para aquele fim. A ideia é estimular vivências e o engajamento em comunidades locais que gerem aprendizados significativos e memoráveis (SEBRAE, 2015, p.8).

À medida que os consumidores se tornam mais seletivos, aumenta também a demanda por produtos e serviços que ofereçam experiências únicas. Nesse sentido, Trigo (2013, p. 35) observa que a experiência a ser vivenciada “precisa superar a banalidade, os aspectos triviais, estereotipados e convencionais e estruturar-se como uma experiência que nasça da riqueza pessoal do viajante em busca de momentos e lugares que enriqueçam sua história”. O turismo de experiência, ao priorizar o contato com a cultura local, a natureza e as práticas sociais, também proporciona momentos de troca e aprendizado. Arnould e Price (1993) destacam que as experiências turísticas mais marcantes envolvem interação social e o desenvolvimento de novos saberes.

As práticas do turismo de experiência incluem atividades como oficinas culinárias, rotas de produtos típicos, turismo rural com participação no cotidiano agrícola, turismo comunitário por meio de hospedagens em residências locais ou turismo criativo, no qual o visitante aprende artesanato, danças e outras expressões culturais, entre outros. Essas experiências diversificam a oferta turística, fortalecem a identidade cultural das comunidades receptoras e promovem vínculos emocionais duradouros entre turistas e destinos.

No Brasil, diversos destinos são reconhecidos pelo desenvolvimento do turismo de experiência e do turismo gastronômico. Nova Veneza (SC), destaca-se como referência em gastronomia italiana e cultura local, sendo reconhecida como Capital Nacional da Gastronomia Típica Italiana pela Lei Federal nº 13.678/2018, em razão da forte herança cultural dos imigrantes italianos e da valorização de sua culinária e tradições, que atraem visitantes por meio de pratos típicos e eventos gastronômicos (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2018). Já no Recôncavo Baiano

(BA), à valorização da gastronomia de matriz afro-brasileira e das tradições locais atua como um importante vetor de turismo de experiência e turismo de base comunitária, evidenciado por eventos como o Festival Cultural e Gastronômico da Ostra na comunidade quilombola de Kaonge, que reúne manifestações culturais, pratos típicos e economia solidária, atraindo visitantes e fortalecendo culturalmente e economicamente o território (BRASIL, Ministério do Turismo, 2011).

Nesse cenário, a alimentação surge como uma das formas mais intensas de vivenciar o turismo de experiência, já que envolve não apenas o paladar, mas também memórias, símbolos e significados culturais. Assim como outros comportamentos, os hábitos alimentares e o gosto pessoal, frequentemente vistos como escolhas individuais, estão profundamente ligados a contextos sociais, culturais, econômicos, geográficos e religiosos. (Franco, 2001).

É nessa perspectiva que a culinária afetiva se insere, já que ela traduz de forma exemplar como o alimento pode se transformar em memória, identidade e pertencimento. Certos estímulos sensoriais, como sons e aromas, são capazes de ativar memórias emocionais e reconstituir experiências passadas, conscientes ou não. Ao saborear pratos tradicionais, o visitante não apenas conhece a cultura local, mas também estabelece uma conexão íntima com a história e os valores da comunidade que os produz, reforçando o caráter imaterial da experiência turística.

Na culinária afetiva, o alimento torna-se veículo de emoções, pois desperta sensações que conectam o alimento às vivências pessoais de quem o consome. Guimarães (2013) a define como “um jeito de preparar os alimentos capaz de suscitar associações emotivas, positivas ou negativas em um degustador”, evidenciando seu papel de aproximar o indivíduo de experiências carregadas de significado. Desde o aleitamento materno, considerado o primeiro contato com essa dimensão da alimentação, até pratos associados a datas festivas ou a receitas transmitidas entre gerações, a comida torna-se depositária de heranças imateriais. O sabor e o aroma de determinados preparos têm a capacidade de transportar o indivíduo a momentos específicos da vida, fortalecendo laços sociais e preservando tradições culturais. As pessoas, assim, desenvolvem afeto por cheiros e sabores que remetem à comida da infância, enquanto rejeitam determinadas comidas que não fazem parte de sua cultura alimentar (Franco, 2001)

No contexto nordestino, pratos como o baião de dois, que combina arroz, feijão e temperos da região, remetem ao cotidiano familiar, o cuscuz de milho, consumido principalmente no café da manhã, também simboliza afeto, evocando aromas e memórias das cozinhas

sertanejas. Em Jaguaribe, o preparo artesanal do queijo coalho permanece como tradição passada entre gerações, representando não apenas uma prática econômica, mas também um elo de identidade cultural, ligado à memória do trabalho agrícola familiar. Outro exemplo é o consumo do peixe de água doce, fortalecido principalmente durante a Semana Santa, prática comum em comunidades do interior, que amplia laços de solidariedade e remete a celebrações comunitárias. Conforme Santos (2018, p. 69), cada região desenvolve seus próprios temperos e ingredientes a partir da relação entre homem e meio ambiente.

Cada região possui seus próprios temperos e ingredientes específicos, de tal modo que os alimentos são preparados mediante a disponibilidade de insumos de cada povo, é o resultado do intercâmbio entre o homem e o meio ambiente. O ato de se alimentar envolve muitos outros fatores, dentre eles: sociais, religiosos, culturais, climáticos e econômicos. Ao fim, cada região desenvolve o seu gosto e ele acaba se difundindo pelo mundo. (Santos, 2018, p. 69).

Dessa forma, a gastronomia afetiva se estabelece como a expressão máxima da interseção entre o turismo de experiência e a cultura alimentar. Ao transformar pratos regionais em pontes sensoriais, ela oferece ao visitante uma experiência autêntica e profundamente memorável, que vai além da simples degustação e toca a identidade e a história local. É por meio da reativação dessas memórias gustativas e simbólicas que o turismo gastronômico em pequenas comunidades pode não apenas diversificar a economia, mas principalmente valorizar e salvaguardar o patrimônio imaterial, conferindo significado e reconhecimento às tradições e aos saberes culinários transmitidos entre gerações, promovendo a valorização da cultura alimentar local para os próprios moradores bem como para os turistas presentes nesse espaço.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa de abordagem qualitativa, de natureza exploratória, desenvolvida a partir de um estudo de caso no município de Jaguaribe, no estado do Ceará. A pesquisa exploratória foi adotada com o objetivo de ampliar a compreensão sobre o turismo gastronômico no contexto local, tema ainda pouco investigado na região. O estudo de caso foi escolhido por possibilitar uma análise aprofundada da realidade específica da comunidade jaguaribana, considerando suas particularidades históricas, culturais e gastronômicas.

A pesquisa foi desenvolvida em duas etapas. A primeira envolveu a análise de dados secundários, a partir de levantamento bibliográfico e documental em publicações acadêmicas, documentos institucionais, materiais promocionais e páginas oficiais de órgãos públicos, como o Ministério do Turismo, a Secretaria de Turismo do Ceará e o governo municipal de Jaguaribe. Essa etapa teve como objetivo identificar os potenciais turísticos e gastronômicos do município e compreender seu contexto histórico e cultural.

A segunda etapa consistiu na coleta de dados primários por meio da aplicação de um questionário semiestruturado, com perguntas abertas e fechadas, destinado a identificar a relação afetiva dos moradores com a culinária local, a percepção da população sobre os eventos do município e o reconhecimento de alimentos e pratos considerados típicos de Jaguaribe, contribuindo para a compreensão da identidade gastronômica local.

O questionário foi aplicado durante a primeira quinzena de novembro de 2025, de forma remota, por meio de um formulário digital divulgado nas redes sociais, o que possibilitou a participação de moradores do município, mesmo sem a presença física da pesquisadora no local. Permitindo facilitar a participação dos respondentes.

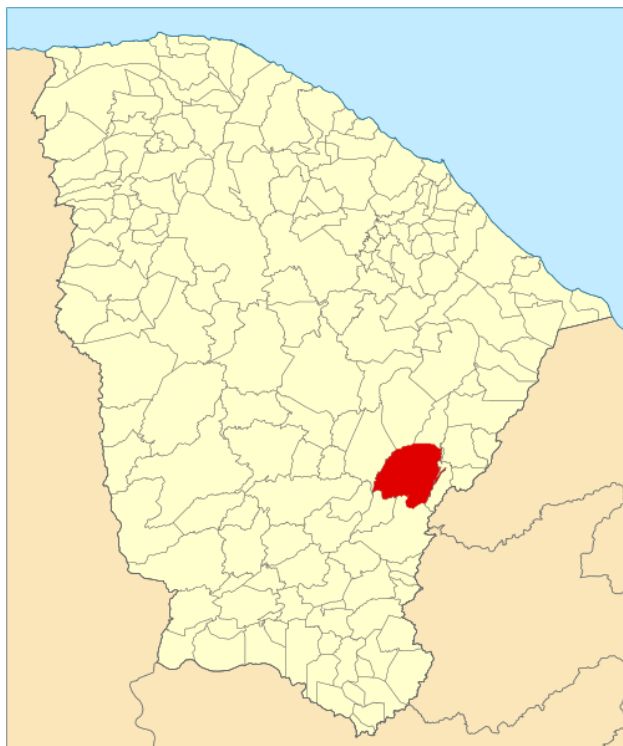
Após a coleta, os dados obtidos foram organizados e analisados de forma qualitativa, permitindo a interpretação das informações. Os resultados da análise subsidiaram a identificação do potencial do turismo gastronômico local, contribuindo para a discussão sobre a valorização dos saberes locais e das possibilidades de desenvolvimento do turismo no município.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 A cidade de jaguaribe: Sua história e sua cultura

Jaguaribe é um município brasileiro localizado no médio Jaguaribe, no estado do Ceará (Figura 1). Possui uma população estimada em 35.124 habitantes (IBGE, 2024) e está situado a aproximadamente 293 km da capital, Fortaleza. Com área territorial de 1.877 km², o município apresenta clima classificado como tropical quente semiárido, marcado por elevadas temperaturas ao longo de todo o ano e baixos índices pluviométricos. O bioma predominante é a Caatinga, formada por vegetação xerófila adaptada às condições de aridez, característica do semiárido nordestino

Figura 1 – Localização do município de Jaguaribe (CE)



Fonte: IBGE (2024). Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Jaguaribe>. Acesso em: 25 out. 2025.

A história do município, cujo nome de origem tupi significa “no rio das onças”, teve início com a formação de um pequeno povoado às margens de um riacho, braço do Rio Jaguaribe, conhecido como Jaguaribe-Mirim. Sua fundação é atribuída aos irmãos Francisco e Manuel Martins, vindos de Pernambuco, que contribuíram para o desenvolvimento inicial da região. Com o crescimento do povoado e sua expansão pela margem direita do rio, o termo “Mirim” foi suprimido, originando o nome atual da cidade. O município conquistou sua emancipação política em 8 de novembro de 1864 e, em 1938, passou a se chamar oficialmente Jaguaribe. Desde 1872, a devoção a Nossa Senhora das Candeias, padroeira local, tornou-se parte essencial da cultura e da identidade religiosa do município (CONVALE, 2025)

4.2 Análise dos dados obtidos por meio de pesquisa em repositórios e sites

O município foi oficialmente declarado como a “Terra do Queijo de Coalho” no Ceará, por meio da Lei nº 17.987, sancionada pela Assembleia Legislativa do Estado em 2022. O município possui mais de 40 mil cabeças de gado leiteiro, com produção média de 60 mil litros

de leite por dia, sendo cerca de 90% desse volume destinado à fabricação de queijo (Assembleia Legislativa do Ceará, 2022)

Em 2025, durante a ExpoJaguar 2025, o município ganhou destaque nacional ao produzir um queijo coalho gigante de 2.703 kg, utilizando aproximadamente 25 mil litros de leite, consolidando ainda mais sua reputação no setor (Nordeste Informa, 2025). A qualidade do produto local também foi reconhecida em âmbito nacional, a produção artesanal de queijo coalho da cidade conquistou medalhas de ouro, prata e bronze no VIII Prêmio Queijo Brasil, evento que premia os melhores queijos do país (Prefeitura Municipal de Jaguaribe, 2024).

No interior do município, há diversas comunidades rurais que, embora tenham características de bairros, são tradicionalmente chamadas de sítios, como por exemplo o Sítio Trapiá e o Sítio Caranguejo, onde a rotina é marcada pelo trabalho no campo e o cuidado com os animais. Cerca de 14.685 pessoas vivem na zona rural do Jaguaribe (IBGE, Censo 2022), o que evidencia sua relevância social e cultural. Apesar de manterem o estilo de vida rural, muitas famílias conciliam as tradições do campo com atividades econômicas e sociais na cidade, em um processo de modernização crescente. Esse modo de vida, comum para os moradores, desperta o interesse de visitantes que buscam vivenciar a rotina rural, bem como tradições e culturas brasileiras associadas ao sertão brasileiro especialmente do bioma da caatinga.

O Rio Jaguaribe, um dos principais cursos d'água do Ceará, representando na figura 2, é um elemento central na paisagem e na identidade do município. Suas margens abrigam comunidades e propriedades rurais que dependem direta ou indiretamente de seus recursos, fazendo dele um patrimônio natural e social de grande relevância. No entanto, ainda faltam iniciativas por parte dos proprietários que vivem ou possuem terrenos às suas margens para explorar de forma consciente o potencial do rio, transformando-o em uma fonte de oportunidades que une preservação ambiental, geração de renda e valorização do território local.

Figura 2 - Margem do Rio Jaguaribe



Fonte: Prefeitura de Jaguaribe. Disponível em: <https://www.instagram.com/prefeituradejaguaribe/> Acesso em: 17 nov. 2025.

A análise de dados realizadas para o município em estudo aponta 3 fatores potenciais, para que Jaguaribe possa vir a se fortalecer no eixo do turismo gastronômico, tais como: o reconhecimento nacional da produção de queijo coalho, a presença de rio com importância cultural e econômica aliado a belas paisagens naturais, além de uma vivência cultural do modo de vida sertanejo no bioma caatinga, cujo este existe exclusivamente no Brasil.

4.3 Análise do questionário

O questionário foi elaborado com o objetivo de compreender como a culinária afetiva se manifesta nas lembranças dos participantes e qual a percepção deles sobre a relação entre os alimentos locais e a economia da região.

A pesquisa contou com a participação de 63 entrevistados, de ambos os sexos, incluindo moradores atuais e pessoas que já moraram no município. Os participantes apresentam diferentes faixas etárias. Desses, 2 têm menos de 18 anos, 28 possuem entre 19 e 30 anos, outros 28 estão na faixa dos 31 aos 50 anos e 6 têm mais de 51 anos. Em relação ao vínculo com a cidade, 46 participantes afirmaram ser nascidos e criados no município, 6 residem há mais de 10 anos, 4 vivem na cidade entre 5 e 10 anos, enquanto 11 declararam morar em outro local, mas são naturais de Jaguaribe. Nenhum dos entrevistados indicou residir há menos de 5 anos na cidade.

Na questão que buscou identificar “Qual comida te faz lembrar da sua infância?”, os

participantes puderam responder de forma aberta, possibilitando reunir depoimentos relacionados aos alimentos mencionados. As respostas foram categorizadas conforme a recorrência dos alimentos mencionados, É importante destacar que o número total de menções é superior ao número de participantes da pesquisa, pois em algumas respostas foram mencionadas mais de uma comida. Dessa forma, o levantamento reflete a frequência com que cada prato foi lembrado. Os resultados dessa categorização podem ser observados na tabela 1.

Tabela 1 - Resultados referente a pergunta: Qual comida te faz lembrar da sua infância?

Comida citada	Variações e exemplos nas respostas	Quantidade de menções
Cuscuz	"cuscuz" / "cuscuz com leite" / "cuscuz com rapadura" / "cuscuz com carne de lata" / "cuscuz com tripa" / "feijão com cuscuz" / "cuscuz com buchada"	14
Baião de dois	"baião simples" / "baião com ovo" / "baião com toucinho" / "baião com arroz" / "baião feito pela mãe"	10
Feijão	"feijão com farinha" / "pirão de feijão" / "feijão manteiga no fogão a lenha" / "feijão com cuscuz"	6
Bolos	"bolo de milho" / "bolinho de chuva" / "bolo de milho feito na lata" / "bolo mole" / "bolo fofo que minha mãe faz"	5
Mungunzá	“Mugunzá” / “Mungunzá”	3
Bruaca	“Bruaca”/ “bruaca de milho” / “baião, bruaca e cuscuz”	3
Buchada / Panelada / Tripa	"buchada com cuscuz" / "panelada" / "tripa com cuscuz"	3
Galinha caipira	“Galinha caipira” / “frango com legumes e pimenta”	2
Feijoada	Feijoada	2
Carne de sol / carne de	“Carne de sol” / “carne de carneiro com farofa”	2

carneiro		
Outros	"arroz de leite" / "alfenim" / "vatapá" / "angu" / "figada" / "lasanha" / "doce de leite caseiro" / "almoço de domingo" / "tapioca com margarina" / "chorizo" / "angu" / "lasanha de 4 camadas" / "mão de vaca cozida com pirão" / "arroz com café"	19

Fonte: Dados da pesquisa (Google Forms, 2025).

Em seguida, foi perguntado se “ainda consomem essa comida”?, sendo que 87,3% responderam positivamente, enquanto 14,3% afirmaram que não. Esse resultado, mesmo sendo um dado qualitativo, deve ser considerado como um chamado de atenção para a possível mudança de hábito alimentar na região, pois mesmo apresentando suas referências alimentares, 14,3% afirmam não consumi-las mais, o que poderia ser um artefato importante para a implementação de ações de manutenção e promoção da cultura alimentar local.

Logo após, foi apresentada a questão “Que sentimento essa comida traz?”, acompanhada da sugestão de que o participante compartilhasse uma lembrança relacionada a esse alimento. As respostas foram agrupadas de acordo com o sentimento predominante expresso, e não apenas pelas palavras utilizadas. A tabela 2 apresenta a quantidade de respostas que refletem cada sentimento identificado.

Tabela 2 - Resposta da obtidas da pergunta: Que sentimento essa comida traz?

Sentimento predominante	Exemplos de depoimentos	Total de respostas por sentimento
<i>Saudade</i>	<i>“Saudades da infância” / “Lembrança a boas, da minha vizinha.. Muitas saudades” / “Saudades do meu avô paterno” / “Saudade, era o café da manhã caprichado que minha vó fazia” / “O baião a lembrança da minha vó que era o melhor baião do mundo, e a saudade da nossas origens, nossas famílias.”</i>	18

<i>Alegria / Felicidade</i>	<i>“Alegria e muito sabor”/ “Felicidades, lembranças muito boas.” / “Mim traz uma alegria tão boa,e saudades também, que nossas famílias têm o costume de fazer isso não de agora é de muitos e muitos anos”</i>	18
<i>Lembrança</i>	<i>“Lembrança de minha avó.” / “Lembrança da minha mãe.” / “Lembra a minha infância, Lembro quando tinha meu pai, ele amava muito.” / “Sentimento de casa.” / “Uma culinária resumida na minha infância,inclusive amo</i>	16
<i>Força / Superação</i>	<i>“Ser forte.” / “Momentos difíceis.”</i>	2
<i>Outros</i>	<i>“Gratidão.” / “Satisfação.” / “Família” / “Experiência melhor do que a de hoje.” / “Conforto.” / “Gostinho da infância” / “em casa mesmo” / “Mais fácil de fazer e rápido”</i>	6

Fonte: Dados da pesquisa (Google Forms, 2025).

Apesar da imagem negativa que muitas vezes se associa ao passado ou às condições simples da vida no interior, as respostas não revelam um cenário de falta ou sofrimento. Pelo contrário, mostram lembranças boas, afetuosas e cheias de significado.

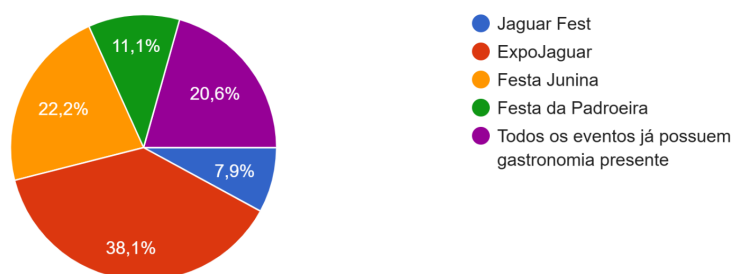
Os sentidos desempenham um papel fundamental na construção das lembranças e emoções associadas aos alimentos. Quando questionados sobre “O que mais te faz lembrar desse alimento?”, observou-se que o sabor foi o aspecto mais citado, representando 47,6% das respostas, seguido pela tradição familiar, com 33,3%, e pelo ambiente ou lugar, com 9,5%. O cheiro também apareceu como um elemento significativo, mencionado por 4,8% dos participantes. As demais respostas, que englobam percepções mais amplas e pessoais, foram agrupadas na categoria “outros”. Tais dados apontam que a relação de memória afetiva está caracterizada prioritariamente pelo gosto do alimento que se associa significativamente às tradições familiares, podendo refletir nos sentimentos associados pelos participantes na entrevista

o que reflete a importância da manutenção dos sabores do território, no hábito da alimentação local, caracterizados nesta pesquisa por ingredientes produzidos na localidade, como milho, a carne de carneiro e feijão.

As perguntas seguintes buscaram compreender a percepção dos participantes sobre os eventos culturais da cidade e sua relação com a valorização da cultura local.

Na sua opinião, qual evento da cidade poderia ser melhor aproveitado para valorizar a gastronomia local e potencializar o comércio?

63 respostas



A partir da análise de dados também é possível verificar o potencial de festa locais como por exemplo o ExpoJaguar que poderiam aproveitadas como atrativos turístico gastronômico, caso a festa viesse desenvolver a cultura alimentar local proporcionando a elaboração e venda de prato típicos com os ingredientes mencionados anteriormente fortalecendo dessa forma a identidade e a economia local.

Foi apresentada uma questão com quatro alternativas perguntando se acreditam que as comidas típicas podem ajudar as pessoas a ganhar dinheiro ou melhorar a economia local. A maioria, 74,6% dos entrevistados votou que sim, pois esses alimentos valorizam os produtos locais e a cultura da cidade. Outros 25,4% selecionaram que sim, por acreditarem que as comidas típicas geram oportunidades de trabalho. Nenhum participante selecionou as opções “não, acho que não tem muito impacto econômico”, e 3,2% afirmaram “não sei, nunca pensei sobre isso”.

Dos 63 entrevistados 98,4% considera importante preservar receitas e tradições alimentares da comunidade e outros 1,6% não acham relevante. Por último, foi solicitado “Qual produto ou alimento você considera mais característico da sua região?” e foi obtido em primeiro lugar, com 40 respostas, o Queijo Coalho, 9 citando o Cuscuz, 8 diz citam a buchada de bode e 6 vezes o baião de dois, tiveram 1 voto outros alimentos, como o mel, manteiga, nata, milho, leite, paçoca e arroz de leite

Analisando os dados obtidos por meio do questionário é possível identificar que o queijo coalho apesar de ter sido identificado como produto característico da região por mais 60% dos entrevistados, ele não está relacionado diretamente a memória afetiva dos moradores locais, o que pode identificar uma mudança de padrão econômico agroalimentar da região.

A partir da análise da tabela 1, é possível identificar os alimentos mais significativos tanto no aspecto afetivo quanto no consumo cotidiano da comunidade. Destacam-se o milho, presente em preparações como cuscuz e mungunzá; o feijão, utilizado em pratos como feijoada e baião de dois; e a carne de carneiro, consumida em pratos tradicionais como buchada, panelada e também na forma de carne de sol. Esses alimentos apresentam forte relação com as características históricas e alimentares da região.

Dessa forma, uma proposta de produções gastronômicas vinculadas às experiências locais em Jaguaribe deve considerar os alimentos destacados pela comunidade, bem como produtos associados às características econômicas atuais, como o queijo coalho.

4.3 Potencial do turístico gastronômico de Jaguaribe

Não apenas com relevância econômica, o queijo coalho constitui um símbolo da identidade e da memória local. Nesse sentido, o município abriga o Museu do Queijo Coalho de Jaguaribe, espaço dedicado à preservação da história, dos saberes tradicionais e das práticas culturais ligadas à produção desse alimento emblemático da região. Para além do queijo coalho, o cultivo do milho e do feijão, assim como a produção da carne de carneiro, também podem ganhar maior destaque sob a perspectiva gastronômica.

De maneira complementar, a renda de filé é outra tradição secular de grande relevância, envolvendo cerca de seis mil artesãos e contribuindo significativamente para a geração de renda e valorização cultural (SEBRAE, 2024). A identidade jaguaribana também se manifesta na tradicional feira de sábado e em eventos culturais como a Vaquejada, a ExpoJaguar e o Jaguarfest, que fortalecem o sentimento comunitário, atraem visitantes e impulsionam o intercâmbio econômico e social.

Além disso, a estrutura urbana e religiosa oferece atrativos significativos: a Beira Rio não só propicia um espaço de lazer e caminhada, mas também oferece uma vista privilegiada para a Estátua de Nossa Senhora das Candeias, uma grande escultura religiosa fincada no leito do Rio, tornando-se um ponto de fé e referência visual para a cidade. Outro ponto turístico consolidado é

a Barragem de Santana, palco de eventos como o Carnaval, que oferece opções de lazer e é rodeado por restaurantes que servem o peixe pescado no próprio local, reforçando a culinária regional.

Quando combinado as festas locais, o turismo religioso, os atrativos naturais da cidade e a produção artesanal, que vai da renda de filé aos alimentos regionais, percebe-se um cenário favorável para desenvolver um produto gastronômico de experiência. Essa proposta pode ser fortalecida ao ser integrada ao calendário festivo da cidade, em especial à ExpoJaguar, que se apresenta como um espaço estratégico para valorizar a gastronomia regional, conforme indicado pelos participantes da pesquisa.

Como alternativa para a comunidade, propõe-se, neste estudo, o desenvolvimento do Turismo de Base Comunitária (TBC) a partir da construção de um roteiro turístico, estruturado em uma imersão na comunidade jaguaribana. Para a efetivação dessa proposta, torna-se necessária a implementação de ações formativas voltadas à população interessada em desenvolver esse tipo de turismo. Na Tabela 3, apresentam-se algumas sugestões de estratégias relacionadas a essa proposta.

Tabela 3 - Estratégias e exemplos de ações para o desenvolvimento do TBC

Estratégias	Exemplos de ações
Inovação gastronômica para degustação do queijo coalho	Combinações com outros produtos locais, queijo frito com cuscuz e peixe; queijo com doces regionais, como goiabada;
Implementação de Hospedagem rural	Empreendimentos voltados à hospedagem no campo; adaptação e estruturação de quartos nas próprias residências rurais
Integração do turista no meio rural	Vivências como ordenha, preparo de alimentos tradicionais e cuidados com os animais
Implementação de eventos para a renda de filé	Competições entre artesãs em eventos existentes; produção da renda para roupas juninas, abadás do Jaguar Fest e uniformes de eventos municipais
Valorização da produção artesanal	Visitas a queijarias; oficinas de renda de filé e de cultivo do mel artesanal
Experiência ambiental	Atividades recreativas aos sábados para

	fomentar a feira tradicional; eventos e vivências às margens do rio
--	---

Fonte: Elaboração própria (2025).

Na prática, sugere-se, de forma preliminar, um roteiro de três dias baseado na vivência comunitária e na valorização dos saberes locais, envolvendo atividades no meio rural, como a participação no cotidiano das famílias, visita a queijarias, experiências culturais com a comunidade, atividades ambientais às margens do rio, contato com a feira tradicional e com produções artesanais, além da degustação da gastronomia típica e da participação em festividades locais. Trata-se de uma proposta inicial, ainda sem um itinerário definido, que pode ser ampliada e aprimorada conforme a inclusão de outros atrativos e a participação da comunidade. Ressalta-se que, diante das limitações do presente estudo, o desenvolvimento mais detalhado desse roteiro demanda pesquisas futuras e planejamento conjunto com os atores locais..

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo principal compreender como o turismo gastronômico pode contribuir para o desenvolvimento econômico e cultural de Jaguaribe, valorizando seus saberes e tradições locais. A pesquisa permitiu observar que o município possui um potencial expressivo para o fortalecimento desse segmento, especialmente por meio de sua culinária regional, artesanato e festas populares, que representam importantes recursos culturais e identitários.

Ao investigar as oportunidades econômicas geradas pelo turismo gastronômico, constatou-se que a valorização dos produtos locais, como o queijo coalho, o feijão, o milho, o cuscuz e pratos típicos como a buchada e a panelada, derivados da carne de carneiro, pode beneficiar produtores, artesãos e pequenos empreendedores. Essa valorização estimula o consumo local, reforça o sentimento de pertencimento comunitário e pode ser fortalecida por meio da inserção desses alimentos em eventos e festividades da cidade.

A análise da comunidade jaguaribana evidenciou uma rica herança cultural, marcada por tradições, eventos religiosos e produções artesanais que, quando integradas, podem se transformar em atrativos turísticos. A pesquisa revelou ainda que muitos moradores associam a gastronomia local a sentimentos de saudade e memória afetiva, demonstrando o quanto esses alimentos representam parte essencial da identidade jaguaribana. Essa forte relação emocional

com a comida indica um potencial a ser desenvolvido, pois nada melhor do que conhecer sua própria história, seu povo e sua culinária para compartilhá-la com o visitante. Reconhecer essa memória histórica e cultural, portanto, foi fundamental para compreender como a gastronomia se consolida como um elemento de identidade, pertencimento e valorização do território.

É válido ressaltar a organização da esfera pública municipal, que, por meio de suas plataformas digitais, como o perfil oficial no Instagram e o site da Prefeitura, disponibiliza informações atualizadas. Esses canais foram fundamentais para a obtenção de dados que subsidiaram a análise e o desenvolvimento deste estudo.

Por fim, ao propor estratégias de desenvolvimento do turismo, o estudo destacou a importância de iniciativas que preservam as tradições culinárias e artesanais, promovendo o envolvimento da comunidade local no planejamento das atividades turísticas. No entanto, para que o Turismo de Base Comunitária seja efetivamente implementado, é fundamental que os moradores compreendam como atuar nesse modelo, conhecendo seus princípios, responsabilidades e os procedimentos burocráticos necessários para formalizar suas ações dentro das normas do setor. Esse processo pode ser desenvolvido em parceria com o município e com o apoio de um profissional da área de gestão do turismo, que possa orientar e capacitar os envolvidos, papel que, inclusive, poderia ser assumido por mim, enquanto futura turismóloga comprometida com o desenvolvimento comunitário de Jaguaribe. Dessa forma, o TBC se apresenta como uma alternativa viável para o município, unindo cultura, experiência e geração de renda de forma participativa e responsável.

Assim, conclui-se que o turismo gastronômico, quando planejado de forma comunitária, pode se tornar um instrumento de desenvolvimento e valorização cultural, fortalecendo Jaguaribe como um destino capaz de oferecer experiências autênticas e transformadoras, tanto para os visitantes quanto para os próprios moradores.

REFERÊNCIA

- AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. Turismo de experiência já é a maior motivação para praticamente 9 em cada 10 viajantes brasileiros. Agência Sebrae de Notícias, 28 jun. 2024. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/dados/turismo-de-experiencia-ja-e-a-maior-motivacao-para-praticamente-9-em-cada-10-viajantes-brasileiros/>. Acesso em: 11 out. 2025.
- AGUIAR, R. A.; MELO, M. A.; EUSÉBIO, C. A. Gastronomy and tourism development: a systematic literature review. *Research, Society and Development*, v. 9, n. 7, e4197, 2020. Disponível em: <https://rsdjournal.org/rsd/article/view/4197/3414>. Acesso em: 16 ago. 2025.
- APTECE – ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE TURISMO DE CULINÁRIA E ECONOMIA. Manual prático de turismo de culinária. Castelo Branco: APTECE, 2015.
- ARNOULD, Eric J.; PRICE, Linda L. River magic: extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, v. 20, n. 1, p. 24–45, 1993.
- ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO CEARÁ. Lei nº 17.987, de 2022. Reconhece o município de Jaguaribe como a Terra do Queijo de Coalho no Ceará. Disponível em: <https://www.al.ce.gov.br>. Acesso em: 11 out. 2025.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES. Estudo inédito evidencia força de bares e restaurantes na economia brasileira. ABRASEL – Notícias, 3 dez. 2024. Disponível em: <https://abrasel.com.br/noticias/noticias/estudo-inedito-restaurantes-economia-brasileira/>. Acesso em: 17 set. 2025.
- BAUDRILLARD, Jean. O sistema dos objetos. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- BOOKING.COM. Viagem com sabor: 69% dos brasileiros escolhem destinos com foco na experiência gastronômica. Rio de Janeiro, 26 jun. 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/turismo-gastronomico-contribui-para-o-desenvolvimento-sustentavel-em-comunidades-rurais>. Acesso em: 16 ago. 2025.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Nova Veneza: um pedacinho da Itália no Brasil. Turismo.gov.br, 26 set. 2017. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/nova-veneza-um-pedacinho-da-italia-no-brasil>. Acesso em: 16 dez. 2025.
- CONVALE – CONSÓRCIO PÚBLICO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO VALE DO JAGUARIBE. Município de Jaguaribe – História. Disponível em: <https://convale.ce.gov.br/entes/3>. Acesso em: 11 out. 2025.
- CORNER, Dolores Martín Rodriguez. A gastronomia como atrativo no turismo cultural. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 4., 2006, Caxias do Sul. Anais... Caxias do Sul: UCS, 2006.
- CRISTÓVÃO, Artur F. Ambiente e desenvolvimento de áreas marginais: o caminho tortuoso para uma relação potencialmente frutuosa. In: ENCONTRO GALIZA-PORTUGAL DE ESTUDOS RURAIS, 1., 1999, Bragança. Atas... Bragança, 1999.
- FRANCO, Ariovaldo. De caçador a gourmet: uma história da gastronomia. São Paulo: Senac São Paulo, 2001.

GÂNDARA, J. M. G.; GIMENES, M. H. S. G.; MASCARENHAS, R. G. T. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: PANOSSO NETO, A.; ANSARAH, M. G. R. (org.). Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas. Barueri: Manole, 2009. p. 179–191.

GOVERNO DO CEARÁ. Secretaria do Turismo do Ceará. Setor de serviços cresce 2,94% e turismo garante 13,7 mil novos empregos no Ceará. 19 set. 2025. Disponível em: <https://www.ceara.gov.br/2025/09/19/setor-de-servicos-cresce-294-e-turismo-garante-137-mil-novos-empr-egos-no-ceara/>. Acesso em: 27 set. 2025.

HALL, C. M.; SHARPLES, L. The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In: HALL, C. M. et al. Food tourism around the world. Oxford: Elsevier Science, 2003. p. 1–24.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Nova Veneza (SC): população residente – 13.664 habitantes. Censo Demográfico 2022. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Nova_Veneza_\(Santa_Catarina\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Nova_Veneza_(Santa_Catarina)). Acesso em: 16 ago. 2025.

JAGUARIBE bate recorde mundial com queijo coalho de 2.703 kg e supera Quixeramobim. O Sertão é Notícia, 14 jul. 2025. Disponível em: <https://osertaoenoticia.com.br/jaguaribe-bate-recorde-mundial-com-queijo-coalho-de-2-703-kg-e-supera-quixeramobim/>. Acesso em: 16 ago. 2025.

LEAL, Wills. Conquistando o turista pela boca. João Pessoa: Idéia, 2006.

MARTINS, Uiara. Turismo cultural e gastronômico no Brasil: nas rotas da tapioca em Fortaleza. 2016. Tese (Doutorado em Turismo) – Universidade de Aveiro, Aveiro, 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JAGUARIBE. Queijo coalho de Jaguaribe é destaque nacional no VIII Prêmio Queijo Brasil. 2024. Disponível em: <https://www.jaguaribe.ce.gov.br>. Acesso em: 16 ago. 2025.

RECÔNCAVO Baiano: tradição, ostras e quilombo. Ministério do Turismo, 21 abr. 2011. Atualizado em: 17 set. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/reconcavo-baiano-tradicao-ostras-e-quilombo>. Acesso em: 16 dez. 2025.

RIBEIRO, M.; MARQUES, C. Rural tourism and the development of less favoured areas between rhetoric and practice. In: Tourism Sustainability and Territorial Organization. Coimbra: APDR, 2000. p. 531–544.

SANTOS, Daianna Marques dos. História da gastronomia mundial. Indaial: Uniasselvi, 2018.

SCHLÜTER, Regina G. Gastronomia e turismo. São Paulo: Aleph, 2003.

SEBRAE. Artesanato em renda filé de Jaguaribe recebe Indicação Geográfica. Disponível em: https://crab.sebrae.com.br/estado_posts/artesanato-renda-file-jaguaribe/. Acesso em: 16 ago. 2025.

SEBRAE. Turismo de experiência: tendências e oportunidades para o Brasil. Brasília: Sebrae, 2015. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 28 set. 2025.

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DO CEARÁ. Folder atualizado 04.12.19. Fortaleza: Secult CE, 2019. Disponível em: https://mapacultural.secult.ce.gov.br/files/space/1842/folder_atualizado04.12.19.pdf. Acesso em: 13 out. 2025.

SMITH, W. L. Experiential tourism standard: the perceptions of rural Kansas tourism providers. *International Journal of Services and Standards*, v. 2, n. 1, p. 1–14, 2006.

TÍPICAS. Comidas típicas do Nordeste. 2025. Disponível em: <https://tipicas.com.br/nordeste/nordeste>. Acesso em: 27 set. 2025.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *A viagem: caminho e experiência*. São Paulo: Aleph, 2013.

ZUIN, L.; ZUIN, P. B. Produção de alimentos tradicionais: contribuindo para o desenvolvimento local/regional e dos pequenos produtores rurais. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v. 4, n. 1, p. 109–127, 2008.