
Diamantina Gourmet: o incremento para o desenvolvimento do turismo em Diamantina — MG

Diamantina Gourmet: the increment for the development of tourism in Diamantina — MG

Débora Sales Gomes

Thais Mendes Alves

Tânia Mirailce Mendes Oliveira

Vanessa Marques Viana

Resumo: A gastronomia, incorporada e aproveitada para a formatação de produtos turísticos, possibilita aos turistas e à população local o reconhecimento e a afirmação da identidade do lugar. Portanto a realização de festivais gastronômicos serve de ferramenta para atrair turistas nos períodos de baixa ocupação. Neste estudo, analisa-se a contribuição do Festival Diamantina Gourmet no desenvolvimento do turismo local. Esse evento teve sua primeira edição em 2010 e, desde essa época, ocorre anualmente no mês de novembro, integrando, hoje, a agenda do calendário cultural da cidade. Como metodologia, fizeram-se visitas ao festival, realizaram-se entrevistas com participantes, organizadores, representantes da organização do evento e dos empreendimentos participantes do festival.

Palavras-chave: gastronomia, turismo, Festival Gastronômico, Diamantina

Abstract: *The gastronomy is being incorporated and utilized for formatting tourism products, allowing tourists and local people the recognition and affirmation of the identity of this place. Carrying conducting food festivals, serves as a tool to attract tourists in periods of low occupancy. This study analyzes the contribution of Festival Diamantina Gourmet for the development of local tourism. Since 2010, it happens in November and it becomes agenda of the cultural calendar of the city. The methodology used was to visit the festival, interviews with participants, organizers, event organization representatives, as well as enterprises with participants of the festival.*

Key words: *gastronomy, tourism, Food Festivals, Diamantina*

1. Introdução

Os festivais gastronômicos são formas de promoção do turismo e da gastronomia de uma dada localidade. Segundo Fagliari (2005), por meio deles, os turistas têm a possibilidade de descobrir e experimentar parte da história de um determinado local. De forma direta ou indireta, nos eventos gastronômicos, busca-se valorizar a culinária local e resgatar elementos histórico-culturais do povo.

Nos últimos anos, a gastronomia tem-se tornado um importante atrativo turístico--cultural em vários destinos espalhados pelo Brasil e mundo afora. Os benefícios dessa prática expressam-se por meio da valorização da identidade revelada em pratos típicos e festivais gastronômicos. Essa valorização por parte dos moradores, de acordo com a Organização Mundial do Turismo (2010), promove a preservação e reabilitação de monumentos, edifícios e lugares históricos, revitalizando costumes locais, como artesanato, folclore, festivais e gastronomia.

Na cidade de Diamantina, o Festival Gastronômico e Cultural Diamantina Gourmet acontece anualmente, desde 2010, e é hoje um evento integrado ao calendário cultural da cidade. O Festival surgiu como estratégia de fomento ao associativismo local. Durante seu desenvolvimento muitos temas foram abordados a fim de resgatar um pouco da grande diversidade das manifestações culturais de Minas Gerais e do Brasil.

Por receber o título de Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO (1999), Diamantina estabeleceu-se como um dos principais municípios componentes da Estrada Real, e tornou-se polo turístico na região do Circuito Turístico dos Diamantes. Dessa maneira, a realização do Festival Gastronômico caracteriza-se como uma tentativa de incrementar o turismo no município, a fim de aumentar seu quadro de oferta e sua diversidade de atrativos turísticos.

Visando à cultura local com foco principal no fomento da atividade turística na cidade, é necessário discutir, por meio de pesquisas, a importância dos festivais gastronômicos na valorização do patrimônio e das tradições, além, é claro, do desenvolvimento nos âmbitos social, cultural e econômico da atividade turística no município.

1.1 Objetivo geral

- Avaliar a contribuição do Festival Diamantina Gourmet para o desenvolvimento do turismo em Diamantina.

1.2 Objetivos específicos

- Identificar e analisar a opinião dos empresários do setor gastronômico a respeito do Festival Diamantina Gourmet.
- Identificar e analisar a opinião da população local a respeito do Festival Diamantina Gourmet.
- Verificar se os estabelecimentos gastronômicos em Diamantina oferecem pratos contextualizados com a história e a cultura do município.
- Fazer uma análise geral da relação entre turismo e gastronomia em Diamantina.

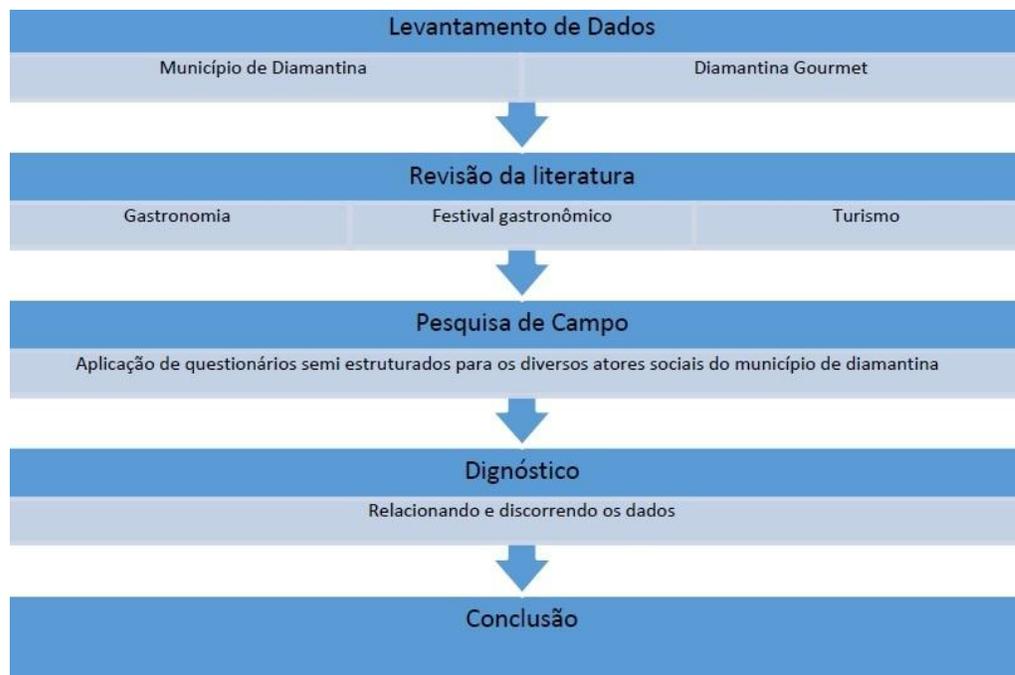
2. Metodologia

Nesta pesquisa, segue-se a abordagem qualitativa de caráter exploratório que tem como foco a cidade de Diamantina, para compreender o que habitantes, empresários e instituições do ramo turístico pensam sobre a contribuição do

Festival Gastronômico Diamantina Gourmet para o turismo desenvolvido no município.

Na imagem 1, representa-se o processo realizado no desenvolvimento deste artigo.

Imagem 1. Etapas metodológicas realizadas



Fonte: Elaboração própria.

A princípio, foi necessária uma análise em jornais, revistas e *sites* que pudessem contribuir para a caracterização do objeto de estudo e da área trabalhada. Nessa fase, o objetivo era fazer uma análise geral do município de Diamantina e delimitar a atuação dos empreendimentos turísticos envolvidos no Festival Gastronômico Diamantina Gourmet, explicando também sua origem e como se deu a construção do Festival.

Depois, duas etapas configuraram-se como principais na metodologia do estudo: a fundamentação teórica e a pesquisa de campo. Na fase de fundamentação teórica, foram abarcadas referências de autores que já tinham

dissertado sobre a temática da gastronomia em publicações, livros, jornais, artigos e *sites*. O trabalho foi desenvolvido relacionando--se o turismo com a gastronomia e mostrando-se a importância dos festivais gastronômicos para a afirmação e valorização de uma determinada identidade local. Para tal, foram utilizadas definições que abarcassem os conceitos de gastronomia, festival gastronômico e turismo no referencial teórico do estudo.

A pesquisa de campo foi realizada no período em que o Festival ocorreu — de 7 a 16 de novembro de 2014 — e teve como um dos objetivos principais a coleta de informações por meio do levantamento de dados sobre o Festival em órgãos governamentais ligados à atividade turística, tendo em vista a baixa disponibilidade de estudos sobre o assunto.

Para avaliar a contribuição do Festival para o turismo de Diamantina, foram realizadas entrevistas abertas por meio de gravadores e/ou questionários semiestruturados. Realizaram-se entrevistas em cinco dos empreendimentos participantes do Festival — Relicário Gastronômico, Restaurante Apocalipse, Sushi Barroco, Recanto do Antônio, Livraria e Café Espaço B —, em três órgãos públicos, entidades e associações do ramo turístico — Associação Diamantinense de Empresas Ligadas ao Turismo (ADELTUR), Serviço de Apoio a Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais (SEBRAE-MG) e Secretaria de Turismo de Diamantina. E mais: 15 questionários foram direcionados à população local.

Foram trabalhados quatro eixos principais: 1- contribuição do Festival para o turismo; 2- benefícios do Festival para o município; 3- relação da população local com o Festival; e 4- Festival e identidade cultural de Diamantina.

A última etapa percorrida deu-se na análise dos dados obtidos com as entrevistas no trabalho de campo, em que se usou a tabulação dos dados convertidos em textos conclusivos, com base no cruzamento dos dados arranjados também em gabinetes. Com essas etapas, concluiu-se a configuração metodológica da pesquisa.

3. Referencial teórico

3.1 Gastronomia, turismo gastronômico e Festival Gastronômico: inter-relacionando tais práticas

A gastronomia cumpre uma das necessidades primordiais do ser humano que é a de alimentação, entretanto o costume, relacionado com a arte de preparar alimentos, atrela-se a uma ação cultural que une histórias, crenças, religiões, classes, etnias, hábitos culturais, localização geográfica, entre diversas outras expressões que se propagam pela comida.

Assim, considera Helga (2010) a gastronomia:

[...] arte e ciência do preparo e consumo de alimentos, que objetiva o prazer físico, emocional e intelectual por meio de experiências sensoriais. Prevê o entendimento do alimento e da sua relação histórica com o ser humano, o comensalismo e mesmo um ritual alimentar que sacie os sentidos: imagens, sons, aromas, sabores e texturas.

A gastronomia, como atividade dos sentidos, é importante para o desenvolvimento do turismo, uma vez que oferece experiências sensoriais e psicológicas e expressa ao consumidor os modos de vida de um povo por meio da comida.

Ao recorrer aos estabelecimentos de alimentação, as pessoas almejam a possibilidade de conhecer um pouco mais da cultura de um determinado lugar pela culinária, além, é claro, do prazer obtido pela degustação de um alimento.

Partindo do contexto de mudanças ocorridas no mundo, como a globalização, as novas tecnologias, o aumento da concorrência do mercado, o aumento expressivo de algumas atividades socioeconômicas, principalmente, do turismo, nota-se, cada vez mais, uma busca por coisas novas que propiciem experiências significativas ou únicas tanto para o turista, como para a população

local. Nesse cenário, a gastronomia, como atrativo turístico, surge e é apropriada como produto turístico, com base na importância que o papel da alimentação desempenha na sociedade moderna como necessidade fisiológica, práticas prazerosas e de socialização.

Gastronomia e turismo são indissociáveis, pois é impossível pensar em turismo sem prever a alimentação para curta ou longa permanência. Em qualquer destino, o viajante precisa alimentar-se e, assim, acaba experimentando a cozinha da localidade (CORNER, 2006).

O ato de alimentar-se ganhou tamanha importância na atividade turística que, hoje, o turismo gastronômico configura-se como segmento na modalidade de turismo cultural, podendo ser, muitas vezes, o fator principal a influenciar na escolha de um destino. Assevera Schluter (2003):

As identidades podem ser representadas pelas pessoas através da gastronomia, que reflete suas preferências e aversões, identificações e discriminações, e, quando imigram, a levam consigo, reforçando seu sentido de pertencimento ao lugar de origem. Dessa forma vai-se criando uma cozinha de caráter étnico, explorada com muita frequência no turismo para ressaltar as características de uma cultura em particular (SCHLUTER, 2003, p.32).

É importante compreender que o que mantém viva a gastronomia local é a valorização da própria população que reconhece, nos alimentos, a representação de seus costumes, diferenciando-os de uma região para outra. “Dessa forma, se o que está sendo valorizado são as particularidades, nada mais apropriado para ‘experimentar’ a cultura do outro do que por meio de sua comida”, afirma Santos (2010):

Para Gimenes (2010), existem diversas formas de dar-se a relação entre turismo e gastronomia, destacando-se estabelecimentos especializados, como bares e restaurantes, rotas e roteiros turísticos. Assim, aumentam, no Brasil,

vinícolas, cachaçarias, queijarias, abertas ao público, entre outros empreendimentos, e, também, acontecimentos programados, como festivais e eventos gastronômicos. Por tais motivos, turismo e gastronomia:

[...] podem e devem caminhar lado a lado. Esse aproveitamento de elementos gastronômicos de diferentes localidades turísticas pode ser feito de forma vantajosa para todas as partes envolvidas: turistas, gestores, planejadores e comunidade. Ao mesmo tempo em que se trabalha a questão da valorização da cultura por meio da valorização de culinárias tradicionais e da criação de novos empregos, também se disponibiliza oferta maior e diferenciada de atrativos turísticos para os visitantes (FAGLIARI, 2005, p. 16).

Embora intrínseca a relação entre turismo e gastronomia, o turismo gastronômico como segmento é bastante recente, polêmico e controverso, uma vez que diversos pesquisadores se dividem com relação à percepção do turismo gastronômico como segmento específico do turismo.

Nesse contexto, os festivais gastronômicos surgem como forma de promover e estimular a gastronomia e, também, de atrair turistas e fortalecer a compreensão acerca de atrativos turísticos. Schluter (2003) esclarece:

Percebe-se uma volta às tradições, com a valorização da terra, do ingrediente local, do trabalho artesanal. Um bom exemplo são as cidades turísticas baseadas na gastronomia local, com restaurantes conservadores que utilizam técnicas modernas, apesar de não ser seu foco principal e trabalha com o que está à sua volta, nos campos e regiões, agradando aos que procuram a excelência dos produtos frescos e regionais e aos defensores do planeta (Schluter, 2003).

Os festivais, quando promovidos de forma ordenada, são excelentes instrumentos da atividade turística de uma localidade e possibilitam a divulgação

do destino, a divulgação da cultura local, pela inclusão de vários aspectos em sua oferta, como dança, artesanato, folclore, e o desenvolvimento da economia local.

Cunha (2009) assegura que os festivais gastronômicos

[...] ocorrem, justamente, para a valorização gastronômica no viés cultural de um local como uma maneira de oferta de produto turístico. Esses festivais aproveitam as potencialidades de produtos locais além de uma alternativa para aquecer o turismo em épocas de sazonalidades.

Igualmente, Cardoso (1993) salienta:

Colocar a gastronomia em evidência em experiências turísticas, especialmente nas de cunho cultural, seria também preencher essa vivência com sabor e aroma que tornariam o produto turístico único, permeando as lembranças do visitante sobre tão peculiar ponto de cultura de localidades visitadas.

3.2 Diamantina Gourmet

Diamantina Gourmet é um festival de gastronomia e cultura que teve a primeira edição realizada em 2010. Foi idealizado por meio do envolvimento do empresariado local com a Associação Diamantinense das Empresas Ligadas ao Turismo (ADELTUR), a Rede de Empresários da Estrada Real (ROTAER) e o Projeto de Turismo do SEBRAE-MG de Diamantina.

Diamantina é uma cidade que emergiu no período colonial e hoje se beneficia de sua história, via prestação de serviços, sobretudo do turismo, que é uma das atividades principais na geração de renda do município. Assim, o Festival emerge como estratégia de desenvolvimento turístico que incrementa o calendário cultural da cidade em período de baixa sazonalidade.

O supracitado Diamantina Gourmet surgiu como estratégia de fomento ao associativismo local. Assim, os associados envolvidos participaram de reuniões periódicas em que foram discutidas as necessidades e as oportunidades da cidade em face ao turismo. Em uma das reuniões, foi enfatizada a importância da realização de eventos em períodos de baixa temporada. Como resultado, realizou-se uma parceria entre a ROTAER, o SEBRAE-MG Diamantina e a ADELTUR para que, em conjunto, fosse realizado um evento que aliasse a gastronomia à cultura da cidade.

Os públicos-alvo do Festival são o turista e a população diamantinense, apreciadora da gastronomia. Nos empreendimentos participantes, utilizam-se ingredientes vindos diretamente do quintal de moradores locais para a elaboração dos pratos. Essa foi uma das formas encontradas para valorizar o traço marcante do quintal para a população diamantinense.

Os assuntos trabalhados no festival, durante 2011, 2012 e 2013, eram todos relacionados com a temática musical: chorinho, Clube da Esquina e bossa nova, respectivamente. Nos empreendimentos que participaram do Diamantina Gourmet, ofereceram-se pratos que remetiam a algum ícone da cultura da música, por isso se organizou a decoração do estabelecimento de acordo com o tema escolhido.

Em 2014, o tema trabalhado foi o da viola caipira (Imagem 2). Nos estabelecimentos, criaram-se pratos contextualizados com a temática. Dessa forma, cada local recebeu o nome de uma música.

Imagem 2. Fôlder de divulgação do Festival Diamantina Gourmet, 2014



Fonte: <http://zip.net/bxrt4L>.

A diversidade gastronômica é a principal atração do Diamantina Gourmet, como percebido nas apresentações dos estabelecimentos “O Relicário” (Imagem 3) e “O Diamante” (Imagem 4).

Imagem 3. Prato do restaurante “O Relicário”, participante do Festival de 2014



Fonte: <http://zip.net/bsrtpn>.

Estabelecimento: O Relicário

“O Relicário é lugar de prosa, de sorrisos e de ‘Franguinho na panela’! A canção de Lourenço e Lourival, que retrata o cotidiano do caipira retirante, foi a inspiração para a criação do nosso menu. A entrada apresenta um petisco preparado a partir da tradicional Carne na Lata.

O prato principal é onde o sertanejo encontra a segurança do lar, uma aposta na releitura do tradicional frango com quiabo e angu. Para encerrar, uma sobremesa onde a tropical banana ganha contraste com a rapadura, alimento base no Brasil colonial.”

Imagem 4. Prato do restaurante “O Diamante”, participante do Festival de 2014



Fonte: <http://zip.net/bdrtzT>.

Estabelecimento: O Diamante

“Retratamos, através do nosso menu, a labuta, a simplicidade e as gostosuras da vida na roça, onde o homem caipira tira o sustento de seu quintal, sua várzea, sua lavoura.

Mesmo com toda peleja, ao final do dia, rumina feliz e sossegado o aconchego de um fogãozinho a lenha e um ‘cumezin’ gostoso.

Buscamos respeitar, valorizar e ressaltar o sabor único de cada ingrediente, sem que percam suas características.

Tudo muito simples, como é simples o toque da viola caipira e a cantiga do mestre Rolando.” **Boldrin.**

No Festival, também se oferece ampla programação cultural com atrações locais, como apresentações teatrais e musicais que vão desde o popular, até o erudito.

Imagem 5. Apresentação do cantor Rubinho do Vale, no Mercado Velho, condizente com a temática do Festival de 2014 (Viola caipira)



Fonte: <http://zip.net/bnrtcp>.

4. Diagnóstico

Com base na análise, foi possível entender que o Diamantina Gourmet se configura como o primeiro e único festival gastronômico da cidade, necessitando de maior atenção por parte das entidades públicas e privadas. Além disso, o evento tem potencial para configurar-se como importante polo gerador de fluxo turístico, capaz de movimentar significativamente o contexto socioeconômico de Diamantina. Entretanto, para que o evento consiga alcançar o objetivo de atrair um fluxo turístico considerável, faz-se necessário maior esforço

e diálogo entre os empreendimentos participantes e a iniciativa pública no tocante a organização, divulgação e financiamento do festival.

Tal evento, embora de grande importância para a cidade e de valorização da identidade local, sofre constantes críticas quanto à forma como está sendo realizado. Na maioria dos empreendimentos entrevistados, a divulgação foi apontada como a maior falha. Para a população local, a divulgação é tão ineficiente que dos 15 atores entrevistados apenas cinco tinham conhecimento do festival gastronômico. E, ainda assim, a população local é reconhecida como o público que mais usufrui do Festival, embora se admita como falha a não participação dos habitantes nos processos de escolha e tomada de decisão sobre o evento.

Na maioria dos estabelecimentos, acredita-se que a pequena verba destinada ao Festival seria o principal motivo de falhas na divulgação e na programação. Na ADELTUR, crê-se que alguns erros, como a fraca divulgação do evento, tornaram-se recorrentes, tendo em vista que a citada empresa não tem suficiente experiência quanto à organização de eventos. Sabe-se que o tempo de apenas cinco anos é ainda pequeno no ciclo de vida do produto turístico, entretanto isso não pode configurar-se como justificativa para problemas de organização, principalmente quando se analisa que o evento desse ano teve uma avaliação inferior ao de anos anteriores. Essa fragilidade técnica na execução necessita ser mais bem analisada e revista.

Vale ressaltar que o turismo gastronômico atua majoritariamente em destinos consolidados, como alguns que são referências para conhecerem-se vinícolas, processos de produção de determinado alimento, etc., de tal forma que se inserem na programação de determinado evento/festival um pouco do processo de produção, dos modos de fazer, abraçando, assim, traços específicos da cultura da cidade, representados pela elaboração da comida. No Diamantina Gourmet, há falhas por não se incluir na programação parte do que se propõe a

divulgar quanto à elaboração dos pratos. É bom frisar que a inserção dos clientes no processo de preparação dos pratos seria um diferencial, pois turistas e habitantes estariam interagindo.

No que tange à musicalidade, a relação com a comida acaba sendo deixada de lado. Embora nos estabelecimentos se tenham criado pratos relacionados com letras de músicas, em muitos deles, não se utiliza a musicalidade em nenhuma outra forma de atração. A falta ou a baixa disponibilidade de explicação sobre a relação entre a música e a gastronomia, contextualizando a realidade de Diamantina, deixa ao Festival um saldo negativo que necessita ser revisto.

De modo geral, o Festival ainda não cumpre a função de fomentar o turismo no município; entretanto, em parte dos estabelecimentos e órgãos públicos entrevistados, acredita-se que o evento está em fase de maturação e posiciona-se com otimismo quanto às futuras edições.

Para a maioria dos entrevistados, o Festival tem avaliação positiva, uma vez que a programação se configura como atividade cultural para a comunidade e forma de fomento do turismo em Diamantina.

5. Conclusão

Sabe-se que a gastronomia, cada vez mais, vem sendo incorporada e aproveitada para a formatação de produtos turísticos, seja como atrativo principal ou complementar de um determinado destino ou localidade. Assim, Cunha (2009) adverte:

[...] festivais gastronômicos “ocorrem, justamente, para a valorização gastronômica no viés cultural de um local como uma maneira de oferta de produto turístico”. Esses festivais aproveitam as potencialidades de produtos locais além de uma alternativa para aquecer o turismo em épocas de sazonalidade (CUNHA, 2009).

Para Cunha (2009), os festivais, sobretudo os gastronômicos, são potencializadores da economia e cultura; entretanto, para que os festivais consigam ser melhores geridos e usufruídos, faz-se necessário amplo investimento para o planejamento e a gestão deles.

Como apresentado neste artigo, as falhas no planejamento e na gestão do Diamantina Gourmet impedem-no de configurar-se como atrativo capaz de movimentar fluxo turístico considerável na cidade. Sua contribuição para o desenvolvimento do turismo tem sido parcial e sem grandes efeitos, inclusive no que diz respeito à movimentação da economia. Nesse sentido, percebe-se que há entraves sociais no Festival; a melhoria econômica, por exemplo, tem sido uma realidade centralizada somente no empresariado local que, ainda assim, usufrui de poucos efeitos.

Um fator importante para que as edições de um festival não sejam massivas e repetitivas pauta-se em criatividade e diversidade dos festivais. É necessário variar a programação, construindo espaços que possam proporcionar ao turista maior vivência na experiência de contatos com a gastronomia local. Criar diversos repertórios que possibilitem contatos, por meio de *workshops* e cursos é uma forma de atrair visitantes e envolver a população local nesse processo. Assim, a relação dos habitantes nos processos de planejamento e gestão de um evento gastronômico contribui significativamente para o reconhecimento da gastronomia como patrimônio valorizador da identidade local. Sem tal envolvimento, a gastronomia tende a tornar-se símbolo mercantilizado da cultura diamantinense.

Embora críticas sejam permanentes, o Festival tem grande potencial como mobilizador da economia local e pode ser socialmente viável e culturalmente diversificado, respeitando-se as identidades locais. É importante ressaltar o viés turístico, no sentido de gerar a valorização; mas, mais do que esse fator, problematizá-lo é fundamental para compreender seus impactos —

positivos ou negativos — em razão do turismo para que se possam apontar novas alternativas e resgatar a principal essência e natureza no ramo gastronômico em festivais e atividades turísticas.

6. Referências

CARDOSO, L. C. *et al.* **Almanaque cardápio da alimentação**. São Paulo: Columbs, 1993.

CORNER, Dolores Martin Rodriguez. A gastronomia como atrativo no turismo cultural. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 4., Caxias do Sul, 2006. Disponível em: <http://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/posgraduacao/strictusensu/turismo/seminarios/seminario4/arquivo4seminario/GT03-6.pdf>. Acesso em: 11 out. 2014.

CUNHA, K. B.; OLIVEIRA, L.V. **A gastronomia enquanto atrativo turístico-cultural**. Goiás. 2009. Disponível em: <http://goo.gl/CWVZUm>. Acesso em: 28 out. 2014.

FAGLIARI, Gabriela Scuta. **Turismo e alimentação**: análises introdutórias. São Paulo: Roca, 2005, p. 14-20.

GIMENES, M. H. S. G. Sentidos, sabores e cultura: a gastronomia como experiência sensorial e turística. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília. (Orgs.). **Turismo de experiência**. São Paulo: SENAC, 2019, p. 187-202.

HELGA, Cristina Carvalho de Andrade. **O café especial como produto turístico e gastronômico**: reflexões sobre o café especial e suas interfaces com o turismo. 2010. Disponível em: <http://www.sbecotur.org.br/rbecotur/seer/index.php/ecoturismo/article/viewFile/407/312>. Acesso em: 21 out. 2014.

OLIVEIRA, Simão. La importancia de la gastronomía en el turismo. In: **Compilación de gastronomía**. Centro de Investigaciones y Estudios en Turismo, Buenos Aires, p. 30-37, 2007. Disponível em: http://www.cieturisticos.com.ar/downloads/compilacion_gastronomia2007.pdf. Acesso em: 20 ago. 2014.

OMT — ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução ao turismo**. Trad. Dolores Martin Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2010.

SANTOS, Joklebio Coelho dos. **Um estudo sobre gastronomia nos restaurantes de culinária mineira**. Belo Horizonte, 2010. 53f. Monografia apresentada ao

Departamento de Geografia do Instituto de Geociências da Universidade Federal de Minas Gerais.

SCHLUTER, Regina G. **Gastronomia e turismo**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2003 (Col. ABC do Turismo).

UNESCO — ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A CULTURA, CIÊNCIA E EDUCAÇÃO. **Historic Centre of the Town of Diamantina**, 1999. Disponível em: <http://whc.unesco.org/en/list/890> . Acesso em: ago. 2014.

Débora Sales Gomes

Graduada em turismo pela Universidade Federal de Minas Gerais.
E-mail: deborasalesbh@hotmail.com
Rua Noruega, 50, Europa, Belo Horizonte-MG

Thais Mendes Alves

Graduada em turismo pela Universidade Federal de Minas Gerais.
E-mail: thaisma23@yahoo.com.br
Rua Benito Masci, 100, apt.o 304, bloco 6, Belo Horizonte-MG

Tânia Mirailce Mendes Oliveira

Pós-graduada em Educação no Campo pela Universidade Estadual de Montes Claros.
E-mail: taniamirailce@yahoo.com.br
Rua Benito Masci, 100, apt.o 304, bloco 6, Belo Horizonte-MG

Vanessa Marques Viana

Formada em Geografia pela Universidade Federal de Minas Gerais.
E-mail: vanessamv88@gmail.com
Rua Johnson 48 Bairro União, apt.o 2, Belo Horizonte-MG
