

A GASTRONOMIA ENQUANTO ATRATIVO CULTURAL EM CAMPO GRANDE – MS: UM ESTUDO DE CASO DA AVENIDA BOM PASTOR

GASTRONOMY AS A CULTURAL ATTRACTION IN CAMPO GRANDE - MS: A CASE STUDY OF AVENIDA BOM PASTOR

LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO CULTURAL EN CAMPO GRANDE - MS: UN ESTUDIO DE CASO DE LA AVENIDA BOM PASTOR

Bruno de Souza Lima

Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS)
bruno_mxSL@hotmail.com

Anadir Saraiva

Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS)
anadirsaraiva@gmail.com

Marta Regina da Silva Melo

Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS)
marta.melo@uems.br

Daniela Sottili Garcia

Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS)
sottili@uems.br

RESUMO

A gastronomia é reconhecidamente um importante fator a ser considerado na atividade turística, uma vez que, enquanto condição vital, a alimentação é necessária durante o desenvolvimento das práticas turísticas dos viajantes. Porém, além desta necessidade, a gastronomia também pode se consolidar como um atrativo turístico de fato. Neste contexto, a presente pesquisa tem como princípio investigar o apelo turístico da Avenida Bom Pastor, em Campo Grande - MS. Por meio de discussão teórica, construção de inventário de oferta e aplicação de questionários com os empreendedores da avenida, foi possível identificar que a avenida se enquadra como um atrativo turístico em Campo Grande - MS. Considerando os resultados observados, percebe-se apontamentos a partir da visão dos empreendedores do corredor gastronômico os quais devem ser melhorados para uma experiência mais satisfatória dos turistas e visitantes.

Palavras-chave: Planejamento. Atratividade Turística. Turismo Gastronômico. Corredor Gastronômico. Turismo Cultural.

ABSTRACT

Gastronomy is an essential factor to be considered in touristic activity since, as a vital condition, food is necessary during the development of travelers' touristic practices. However, in addition to this need, gastronomy can also consolidate itself as a touristic

attraction in fact. In this context, this research has as a principle to investigate the touristic appeal of Bom Pastor Avenue in Campo Grande - MS. Through theoretical discussion, construction of a supply inventory, and application of questionnaires with the entrepreneurs of the avenue, and it was possible to identify that the avenue fits as a touristic attraction in Campo Grande - MS. Considering the results observed, it is possible to notice some points from the vision of the entrepreneurs of the gastronomic corridor that should be improved for a more satisfactory experience for tourists and visitors.

Keywords: Planning. Touristic Attractiveness. Gastronomic Tourism. Gastronomic Corridor. Cultural Tourism.

RESUMEN

La gastronomía es reconocidamente un factor importante que considerar en la actividad turística, ya que, como condición vital, la alimentación es necesaria durante el desarrollo de las prácticas turísticas de los viajeros. Sin embargo, además de esta necesidad, la gastronomía también puede consolidarse de hecho como un atractivo turístico. En este contexto, la presente investigación tiene como principio investigar el reclamo turístico de la Avenida Bom Pastor, en Campo Grande, Mato Grosso do Sul. A través de discusión teórica, construcción de inventario de oferta y aplicación de cuestionarios con los emprendedores de la avenida, fue posible identificar que la avenida encaja como una atracción turística en Campo Grande/MS. Considerando los resultados observados, es posible notar algunos aspectos desde el punto de vista de los emprendedores del corredor gastronómico, los cuales deben ser mejorados para una experiencia más satisfactoria de los turistas y visitantes.

Palabras clave: Planificación. Atractivo Turístico. Turismo Gastronómico. Corredor Gastronómico. Turismo Cultural.

INTRODUÇÃO

Quando se discute o segmento do turismo gastronômico, este não deve se resumir apenas a uma lista de restaurantes de determinada região, uma vez que, tal segmento permeia uma série de nuances que compõem o fluxo turístico que objetiva o envolvimento da culinária nos deslocamentos de turistas/visitantes. Essa vertente é constituída por experiências de degustação de pratos e bebidas, visando valorizar a história e a cultura do local explorado, como visitas a feiras e mercados locais, restaurantes tradicionais, festivais culinários e compras de produtos regionais. Para Gimenes-Minasse (2014), a gastronomia e os serviços a ela relacionados podem integrar a oferta turística de uma localidade sob diferentes configurações.

Em Campo Grande - MS, é possível encontrar relevantes estruturas ligadas a gastronomia, como por exemplo: o Mercado Municipal Antônio Valente, popularmente conhecido como “Mercadão”, onde diversas especiarias regionais podem ser encontradas; a Feira Central, onde é possível encontrar o sobá, um prato japonês eleito como prato representativo do município, popularizando-se entre os campo-grandenses e demais visitantes, bem como percebe-se a existência de corredores gastronômicos, como no caso da Avenida Bom Pastor, estes que também passam a ganhar destaque por sua diversidade.

Deste modo, a presente pesquisa tem como objetivo compreender como a gastronomia está inserida no contexto turístico da Avenida Bom Pastor, localizada em Campo Grande - MS. Para alcançar tais objetivos, a pesquisa buscou descrever os aspectos teóricos e documentais acerca do Corredor gastronômico Bom Pastor, bem como seu uso e valorização enquanto espaço gastronômico. Foi realizado ainda um levantamento da oferta gastronômica da rua Bom Pastor, bem como buscou-se compreender a visão dos empreendedores da Avenida Bom Pastor, enquanto seu apelo turístico em Campo Grande – MS.

Neste contexto, a pesquisa busca contextualizar importantes vertentes. Primeiramente resalta-se o papel socioeconômico desse *lôcus* turístico para a cidade de Campo Grande – MS, uma vez que, apresenta-se como um local de representação cultural e que possibilita a geração de renda para a população local (GOMES, 2015). Outro motivo pelo qual a presente temática se faz importante é a necessidade de ampliar o olhar científico sobre essa temática, uma vez que, é imprescindível que se observe a condição dos diferentes elementos que compõem a oferta turística, neste caso, os empreendimentos ligados a vertente gastronômica.

A importância desse espaço também é marcada pela atuação do Poder Público, que prevê investimentos em sua estrutura e para sua promoção enquanto elemento oferta turística de Campo Grande - MS, fato que justifica a investigação do Corredor Gastronômico e sua relação com a atividade turística.

Conforme observado na figura 1 e apontado por Mattos (2022), a avenida terá um investimento de verbas federais de 24 milhões de reais e tem previsão de finalizar as obras em 2023. De acordo com informações, a revitalização contempla o alargamento da pista em pelo menos um metro, reforço da drenagem, recapeamento da Bom Pastor,

instalação de rede elétrica e de cabeamento de fibra óptica subterrânea, iluminação ornamental e novo paisagismo.

Uma área pública será transformada em espaço multiuso destinado a atividades culturais, práticas de exercícios físicos, áreas de convívio, contemplação de leitura, o projeto prevê também mobiliários urbanos com bancos, bebedouros, lixeiras para orgânicos, bicicletários e espaço para instalação de uma feira de produtos orgânicos. Ao longo do corredor haverá infraestrutura para internet wi-fi, postos de acesso à códigos de QR e recarga de celulares e carros elétricos.

Figura 1 - Vista aérea de projeção dos resultados do projeto de revitalização da Avenida Bom Pastor



Fonte: MATTOS (2022)

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento da investigação, foram realizadas pesquisas bibliográficas, visitas de campo, pesquisa documental e aplicação de questionários. Assim sendo, discorre-se que, em um primeiro momento, foram pesquisados materiais bibliográficos e documentos para discutir aqueles principais temas que norteiam a

presente pesquisa: a atividade turística; o segmento do turismo gastronômico; bem como as articulações públicas e privadas no setor gastronômico de Campo Grande - MS (como as associações tem se mobilizado; organização e incentivos públicos; reformas e modernização de espaços; etc.);

Desta forma, por meio das pesquisas bibliográficas, documentais e de campo, foram verificados dados sobre os estabelecimentos de A&B em Campo Grande - MS: principais centros ou complexos comerciais (por exemplo, feiras, mercados, etc.), dando um, especificamente, ao tema central da presente pesquisa: a Avenida Gastronômica Bom Pastor, constatando a quantidade de empreendimentos; tipos de empreendimentos.

Como um dos subsídios de dados da pesquisa, foi realizada pesquisa de campo com o objetivo de desenvolver um inventário da oferta gastronômica da região. Após o desenvolvimento do inventário, foram utilizados os dados colhidos para delimitar a amostragem de aplicação do questionário. Com isso foi possível criar uma tabela com as principais informações dos estabelecimentos inseridos no objeto da pesquisa, neste caso, no Corredor Gastronômico Bom Pastor. Tais dados possibilitaram delimitar a amostragem dos questionários aplicados, os quais definiu-se um total de 10 questionários (3 restaurantes; 2 trailers; 2 lanchonetes; 2 bares; e 1 doceria), distribuídos proporcionalmente entre as tipologias de estabelecimentos encontrados e, aplicados naqueles que apresentam maior porte e apelo turístico no corredor gastronômico.

Após a inventariação da oferta e delimitação da amostragem, foi realizada a aplicação de questionário, a qual auxiliou na compreensão de como os empreendedores do setor de alimentos e bebidas da rua Bom Pastor observa o corredor enquanto atrativo turístico de Campo Grande -MS. Além disso, o questionário teve também como objetivo observar a relação entre o corredor gastronômico e o turismo da região. O instrumento de pesquisa foi aplicado presencialmente nos empreendimentos que foram listados na tabela do inventário (de acordo com a amostragem estabelecida). A partir de tais dados levantados com os questionários, foram construídos gráficos no Microsoft Excel e, posteriormente, desenvolvidas as respectivas análises e considerações.

Vale ressaltar que, toda pesquisa de âmbito bibliográfico foi realizada por meio de plataformas de banco de dados científicos, tais como Google Acadêmico e *Scielo*, por meio de palavras-chaves como “turismo gastronômico”, “turismo de Campo Grande”, entre outras, de maneira a verificar pesquisas (artigos, dissertações e teses) publicadas

nos últimos anos. Por fim, frisa-se que foi interposto também no trabalho, conceitos/dados informativos sobre o tema em questão, tais como: informações de sites oficiais do município de evidenciam a importância desse corredor gastronômico Bom Pastor; verificação se existe uma associação dos empresários; quais projetos de revitalização; materiais jornalísticos; dentre outros pontos.

CONCEPÇÕES ACERCA DA ATIVIDADE TURÍSTICA

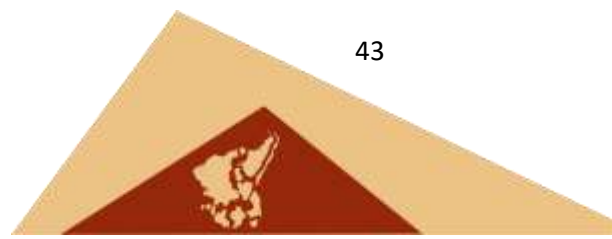
Quando se pensa em conceito de Turismo, tomamos com norteadora a definição da Organização Mundial do Turismo - OMT (1997, p. 18), que a conceitua como: “as atividades das pessoas que viajam e permanecem fora de seu ambiente habitual por não mais de um ano consecutivo, para lazer, negócios ou outros objetivos”, dessa maneira, o turismo é tido como uma prática humana a qual se refere ao: “deslocamento de sua localidade de rotina por motivações como trabalho ou até mesmo para, simplesmente, conhecer distintas culturas e geografias” (AZEVEDO e BATISTOTE, 2020, p. 115).

O turismo é uma prática social contemporânea, ligada diretamente a divisão social do turismo. Assim sendo, percebe-se uma gradativa evolução da atividade turística em função dos acontecimentos históricos e avanços proporcionados pela humanidade, principalmente no que tange a tecnologia e transportes.

Sob essa perspectiva, há de se considerar que, conseqüentemente, o turismo passou a ter um forte papel econômico no cenário de arrecadação e sustentação locais, a ponto de diversas cidades, possuir na atividade turística um grande fator de propulsão econômica no destino, por meio da arrecadação turística. Dessa maneira, o turismo num aspecto econômico, pode ser conceituado conforme afirma BARBOSA, 2005, p. 108):

O turismo é uma força econômica das mais importantes do mundo. Nele ocorrem fenômenos de consumo, originam-se rendas, criam-se mercados nos quais a oferta e a procura encontram-se. Os resultados do movimento financeiro decorrentes do turismo são por demais expressivos e justificam que esta atividade será incluída na programação da política econômica de todos os países, regiões e municípios. O turismo pode ser considerado uma atividade transformadora do espaço [...].

Dessa maneira, torna-se evidente como o turismo e sua presença em determinados locais pode proporcionar um relevante impacto econômico, bem como desenvolver novas condições de vida àqueles os quais passam a depender dessa vertente



mercadológica e cultural que passa a se fortalecer nos destinos turísticos. É importante ressaltar que, apesar dos impactos positivos advindos da atividade turística, algumas questões negativas também podem surgir, como por exemplo aculturação, poluição, prostituição, especulação imobiliária, inflação na economia local, descaracterização do artesanato, etc. Nesse sentido, o planejamento tem papel fundamental para minimizar os impactos negativos e maximizar os positivos.

Destarte, no trato da atividade turística, há de se destacar a existência de variados segmentos e tipologias. Tais segmentos dependem de uma série de variáveis, podendo assim atrelar-se a diferentes perfis de turistas, os quais buscam contemplar os mais diferentes desejos.

De acordo com Ledhesma (2018), a gastronomia se apresenta como um dos possíveis segmentos abordados pelas motivações dos fluxos turísticos, apresentando-se como um importante segmento dentro de tais práticas. Por isso, ao desenvolvermos o presente estudo, é sobre esse lugar e importância que se pensa refletir e investigar e, ainda, observar como que essa força econômica (BARBOSA, 2005) pode associar-se à outra força em um determinado lugar: a força da gastronomia.

O SEGMENTO GASTRONÔMICO E SUA POTENCIALIDADE TURÍSTICA

No que concerne o processo de evolução humana, diferentes processos e movimentos impactaram relevantemente nos modos de vivência e estabelecimento das culturas em diversos pontos do globo terrestre. Dentre tais processos, a evolução da alimentação se apresenta como um fator determinante na vivência humana, impactando no cotidiano e na constituição dos grupos sociais e, conseqüentemente, influenciando em outras práticas sociais, como por exemplo, a atividade turística.

Quando se fala sobre alimentação e seus processos correlacionados, é possível perceber um efeito de valor ampliado, conforme afirma Montanari (2013, p. 15-16):

Comida é cultura quando produzida, porque o homem não utiliza apenas o que encontra na natureza (como fazem todas as outras espécies animais), mas ambiciona também criar a própria comida, sobrepondo a atividade de produção à de predação. Comida é cultura quando preparada, porque, uma vez adquiridos os produtos-base da sua alimentação, o homem os transforma mediante o uso do fogo e de uma elaborada tecnologia que se exprime nas práticas da cozinha. Comida é cultura quando consumida, porque o homem, embora podendo comer de tudo, ou talvez justamente por isso, na verdade não come qualquer coisa, mas escolhe a própria comida, com critérios ligados tanto

a dimensões econômicas e nutricionais do gesto quanto aos valores simbólicos deque a comida se reveste. Por meio de tais percursos, a comida se apresenta como elemento decisivo da identidade humana e como um dos mais eficazes instrumentos para comunicá-la.

Por meio da conceptualização de Montanari (2013) é perceptível que os alimentos, para além de um valor nutricional, de gosto ou de consumo, possui um valor cultural. Para o autor, a comida é uma maneira de comunicar a cultura, expressão identitária de um povo, de um lugar. Nesta lógica, a gastronomia se apresenta como uma ciência fundamental para a compreensão dos processos que envolvem os alimentos para além da perspectiva cultural.

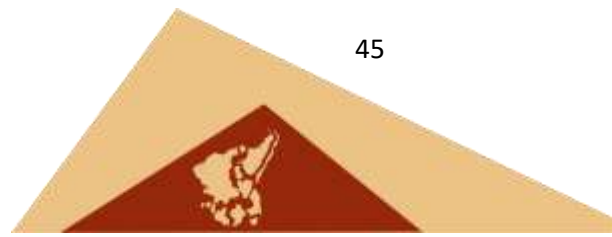
Para Franco (2001) o surgimento da gastronomia é um dos principais acontecimentos que fez-se distinguir o humano dos demais animais, o autor afirma: “quando o homem aprendeu a cozinhar seus alimentos, surgiu uma profunda diferença entre ele e os outros animais. Cozinhando, descobriu que podia restaurar o calor natural da caça, acrescentar-lhe sabores [...]” (FRANCO, 2001, p. 15). Ao longo dos períodos da humanidade, tal prática foi passando por transformações, seja com as variações do modo de preparo seja pelas variações inevitáveis de ingredientes e temperos variados de acordo com a geografia e cultura de cada lugar (FRANCO, 2001).

Sobre a definição conceitual da terminologia “gastronomia”, aponta-se que:

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

Neste contexto, a gastronomia pode também obter um papel turístico, estimulando a geração de fluxos turísticos para destinos onde os processos que envolvem a cultura gastronômica local se destacam. Sobre a gastronomia como um produto turístico, Sampaio (2010, p. 119) ressalta que: “A gastronomia constitui-se como um recurso turístico primário; idem, como um verdadeiro produto turístico [...]”. Para Peccini (2013, p. 207): “a gastronomia é, muitas vezes, colocada no centro das discussões do turismo como um dos pontos de referência para festas, nas quais se coloca como atrativo e como tema, ou como parte da arte de bem receber os visitantes”.

Para além disso, o autor pontua que tudo que seja capaz de atrair turistas, é considerado um produto turístico (SAMPAIO, 2010). Exemplos de atividades turísticas



baseadas no segmento gastronômico e que obtiveram sucesso no Brasil são: as experiências gastronômicas baseadas em pratos típicos de Minas Gerais (tais como o queijo, cachaça, feijão tropeiro, doce de leite, etc.); da Bahia (tais como acarajé, moqueca, bobó camarão, vatapá, etc.); do Rio Grande do Sul (churrasco gaúcho, vinhos, galeto na brasa, arroz carreteiro, pinhão, etc.); do Rio de Janeiro (feijoada, caipirinha, bolinho de bacalhau, rabanada, etc.); dentre outras possibilidades nacionais e internacionais que se destacam enquanto motivadores do segmento do turismo gastronômico.

No caso de Mato Grosso do Sul, estado estabelecido por diferentes culturas migratórias, também é possível associar diferentes sabores/pratos a serem valorizados e explorados enquanto motivadores turísticos. Dessa maneira, o segmento gastronômico estimulado na Avenida Bom Pastor pode ser considerado neste contexto de valorização turística, uma vez que “a partir da necessidade básica de se alimentar surge à oportunidade de atrair pessoas com este foco específico, o que consiste no turismo gastronômico” (GOMES, 2015, p. 3).

Considerando tais premissas, a seguir, discorre-se mais detalhadamente sobre a perspectiva da gastronomia em Campo Grande - MS e sua atratividade para a atividade turística.

A GASTRONOMIA ENQUANTO POTENCIALIDADE TURÍSTICA EM CAMPO GRANDE - MS

Antes de tratar especificamente sobre a culinária de Campo Grande - MS, é necessário apontar que, de maneira geral, a culinária sul-mato-grossense é caracterizada por uma miscigenação de elementos de outros estados e países, como derivados da cultura paraguaia, gaúcha, mineira, japonesa, etc. Dessa maneira, a culinária local é conhecida por uma mistura de pratos, tais como: arroz carreteiro, arroz boliviano, carne de capivara, carne de jacaré, carnes de peixes diversos, churrasco, mandioca, sopas/caldos, saltenha, sopa paraguaia, chipa paraguaia, tereré (e derivados da erva mate), *puchero*, bolo de mandioca, pratos derivados da cultura japonesa, dentre outros.

Sobre o cenário gastronômico de Campo Grande, vale apontar que a capital segue uma perspectiva parecida com a gastronomia do estado como um todo. Neste sentido Gomes (2015, p. 3) aponta que:

A cidade de Campo Grande sofre interferências de diversas culturas e povos, como os vizinhos fronteiriços (paraguaios e bolivianos, os japoneses devido ao grande número de imigrantes que vieram ao estado para construção da estrada de Ferro Noroeste do Brasil (NOB). Essa diversidade cultural influenciou nos costumes e na culinária local, como a introdução do sobá e do yakisoba, da sopa paraguaia e do tereré, nos leques costumes do campo-grandense.

Considerando o panorama gastronômico de Campo Grande - MS, alguns locais se destacam enquanto *locus* de promoção e valorização da gastronomia local, tais como: o Mercado Municipal, a Feira Central, as Feiras livres dos bairros, entre outras.

O Mercado Municipal Antônio Valente, por exemplo, popularmente conhecido como “Mercadão”, é um local onde podem ser encontradas para compra diversas especiarias regionais. Dentre os destaques gastronômicos do Mercado, um prato que chama a atenção de turistas e visitantes é o famoso pastel de jacaré.

Já a Feira Central, ou então “Feirona”, é o local onde se encontra o popular o Sobá, um prato derivado da culinária japonesa que é tido como prato típico campo-grandense, devido sua popularidade local e sua particularidade na adaptação sul-mato-grossense. Vale ressaltar que a Feirona e sua gastronomia estão intrinsecamente ligadas à colônia japonesa e suas práticas, ressaltando assim seu caráter cultural (GOMES; BOURLEGAT; MACIEL, 2012).

Já a culinária boliviana é divulgada e valorizada na praça Bolívia, onde os pratos são expostos em “barracas das comidas típicas corumbaenses e bolivianas, a comercialização da maioria desses produtos é de procedência boliviana e alguns como as hortaliças, verduras e frutas são de assentamentos rurais presentes no município de Corumbá” (SANTOS, 2020, p. 20). Dessa maneira, a Feira da Praça Bolívia se torna também um *locus* gastronômico da hospitalidade culinária campo-grandense, conforme afirma Santos (2020, p. 10):

Constatou-se que a Feira Praça Bolívia, pode vir a ter grande relevância para o turismo local e regional, pois reúne naquele espaço atrativos culturais que a faz permanecer há 15 anos, no mesmo bairro, atrelado a isto a Feira reúne também o conjunto de bens e serviços, favoráveis ao turismo [...].

Ainda no âmbito gastronômico, Campo Grande - MS conta com alguns corredores gastronômicos, os quais se apresentam como locais de concentração de oferta de bares, restaurantes e outras estruturas ligadas a gastronomia campo-grandense. Dentre os corredores idealizados/projetados, criados e implementados em Campo Grande - MS, cita-se o José Antônio, o da Divisão, o Gualter Barbosa, o Barreiras e o Bom Pastor.

Neste contexto, no que concerne ao panorama gastronômico de Campo Grande, destaca-se aqui o corredor da Avenida Bom Pastor que, ao decorrer de suas quadras e esquinas, apresenta um complexo de bares e restaurantes que contempla os mais variados gostos e necessidades da comunidade, turistas e visitantes.

CORREDOR GASTRONÔMICO BOM PASTOR: UM MOTIVADOR DO TURISMO GASTRONÔMICO EM CAMPO GRANDE - MS

A Avenida Bom Pastor é “conhecida na cidade por sua diversidade de opções em restaurantes, bares e similares. Conhecida agora como Corredor Gastronômico, rica pela diversidade de pratos como: lanches, espetinhos, sobá, [...]” (GOMES, 2015, p. 3). Dessa maneira, ao conquistar alta popularidade e forte apelo turístico, foi sancionada a lei nº 5. 414 de 8 de dezembro de 2014, criando o Corredor Gastronômico, Turístico e Cultural da Avenida Bom Pastor (CAMPO GRANDE, 2014). Vale ressaltar que em sua história, o corredor se chama Bom Pastor devido a Avenida já ter essa nomenclatura e inicialmente começou-se a ter estabelecimentos gastronômicos de maneira natural de maneira que, posteriormente, foi impulsionada pela oficialização do projeto de Corredor Gastronômico (GOMES,2015).

A partir de sua sanção pela lei de fundação em 2014 enquanto corredor gastronômico, a avenida passa a ser destacada em diversos meios de comunicação, indicando a atratividade turística do corredor, bem como as possíveis melhorias advindas da estruturação do corredor gastronômico na região (CAMPO GRANDE, 2014).

Neste âmbito, considerando a valorização da Avenida Bom Pastor enquanto e sua relação com a atividade turística, convém compreender o conceito de corredor gastronômico e sua importância, o qual é apresentado pela Superintendência de Turismo/Departamento de Fomento ao Turismo (2014):

O projeto de corredor gastronômico visa fortalecer os empreendimentos já instalados na região bem como fomentar o turismo gastronômico na região proporcionando maior comodidade e segurança aos turistas e munícipes, promoção de apresentações musicais, poéticas e artísticas, festivais e encontros gastronômicos e culturais (SEDESC, 2014).

Neste contexto, conforme as discussões supracitadas acerca da atividade turística e o segmento gastronômico de Campo Grande - MS, pode-se atrelar a Avenida Bom Pastor a ideia de um atrativo turístico. Segundo Beni (1998, p. 57) os atrativos

turísticos “são elementos passíveis de provocar deslocamentos de pessoas e que integram o marco geográfico-ecológico-cultural de um lugar, podendo, por sua origem, ser subdivididos em naturais e culturais”.

Assim sendo, discorre-se a seguir algumas informações e características que permitem evidenciar tal atratividade turística, de modo que, seja possível estabelecer ao longo do trabalho análises que permitam confirmar ou refutar o apelo turístico da Avenida Bom Pastor.

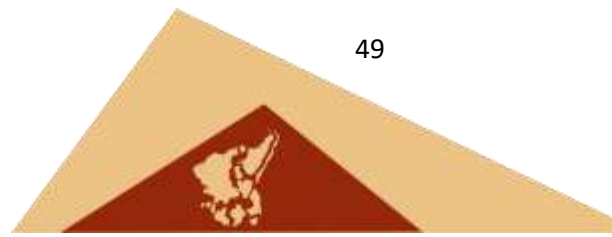
Ao longo dos últimos anos, a Avenida Bom Pastor foi ganhando destaque e a atenção do poder público na sua estruturação e promoção enquanto elemento da oferta turística de Campo Grande - MS, neste âmbito o jornal eletrônico *Campo Grande News*, destaca que a avenida passará por grandes reformas até 2023, estimando um investimento médio de 24 milhões (MATTOS, 2022). Ressalta-se ainda que, tais reformas se devem a investimentos advindos do Governo Federal, por meio do Ministério do Desenvolvimento Regional (MDR), conforme constatado em página oficial:

O Governo Federal vai financiar obras de revitalização do corredor gastronômico da Avenida Bom Pastor, espaço que reúne bares, restaurantes, lojas e espaços de convivência na cidade de Campo Grande (MS). Por meio do Programa de Desenvolvimento Urbano (Pró-Cidades), coordenado pelo Ministério do Desenvolvimento Regional (MDR), serão disponibilizados R\$ 22,6 milhões para a iniciativa. A Prefeitura local deverá prestar uma contrapartida de R\$ 1,2 milhão (BRASIL, 2022).

Além disso, destaca-se que o projeto de revitalização da Avenida tem promessa de ser entregue em 2023, de modo que: “O projeto de revitalização contará com embutimento da fiação elétrica, recapeamento, padronização das calçadas, acessibilidade e arborização” (LIBNI, 2022, s/p). Tais procedimentos e estruturações destacam os diferentes elementos visuais, de acessibilidade e de urbanismo que irão ser melhorados e, conseqüentemente, podem maximizar a experiência turística, possibilitando maior fluxo de atração turística neste ponto da cidade.

A Avenida Bom Pastor possui também uma Associação dos empresários da região chamada ASSEMPAVE (Associação dos Empresários da Avenida Bom Pastor) que foi inaugurada no dia 29 de abril de 2016, e atualmente é presidida por Eduardo Francisco Castro.

Considerando as discussões tratadas até aqui, considera-se importante contribuir com o levantamento de dados sobre o panorama atual da Avenida Bom Pastor,



bem como a verificação do olhar dos empresários frente às projeções do corredor gastronômico enquanto atrativo turístico. Neste âmbito, os resultados da pesquisa trarão um levantamento de dados sobre a oferta turística do corredor, bem como informações sobre as impressões dos empresários no que tange a promoção da Avenida Bom Pastor enquanto atrativo turístico.

INVENTÁRIO DE OFERTA DO CORREDOR GASTRONÔMICO BOM PASTOR EM CAMPO GRANDE-MS

Para o desenvolvimento do inventário, foi realizada visita de campo no dia 18 de julho de 2022, que durou das 16h às 21h45. Para coletar os dados, considerou-se o trecho da Avenida Bom Pastor entre a Avenida Eduardo Elias Zharan e a rua Maratona (intervalo dos números 92 e 1790). Para o recorte, considerou-se que, esse perímetro compreende a maior quantidade de estabelecimentos de Alimentos e Bebidas no corredor gastronômico e, conseqüentemente, onde observa-se o maior fluxo de turistas/visitantes.

Considerando a visita de campo e os dados coletados, é de se notar que a região engloba um considerável espaço físico e possui uma grande variedade de segmentos. Isso torna a área relevante para o cenário gastronômico regional e um grande potencial para atrair turistas e gerar empregos para a população local, uma vez que a variedade de opções pode chamar a atenção de diferentes públicos e gostos. O quadro 1 apresenta a variedade de tipos de estabelecimentos de alimentos e bebidas encontradas na área de estudo.

Quadro 1 - Tipologia de estabelecimentos identificados na oferta do Corredor Gastronômico Bom Pastor

TIPOS DE ESTABELECIMENTOS	QUANTIDADE
Trailer's	6
Restaurantes	25
Lanchonetes	7
Bares e Lanchonete	2
Mercados	4
Bares	5
Docerias	5
Sorveterias	2
Distribuidoras de bebidas	2
Padarias	1
Açougues	1

Fonte: Autores (2022)

Analisando os dados apresentados no quadro 1, é possível verificar que há uma notável quantidade de estabelecimentos comerciais, o que possibilita uma variedade de produtos e serviços encontrados no corredor gastronômico, os quais podem compor a formatação de um atrativo para a atividade turística da capital.

Considerando o universo de estabelecimentos evidenciados no processo de inventariação, a aplicação dos questionários foi realizada por meio de amostragem, buscando sua aplicação nos principais estabelecimentos de Alimentos e Bebidas do corredor gastronômico. Neste sentido, para que houvesse uma diversificação dos dados coletados, foram aplicados questionários considerando os quantitativos apresentados no quadro 1, tomando como amostragem de pesquisa: 3 restaurantes; 2 trailers; 2 lanchonetes; 2 bar; e 1 doceria.

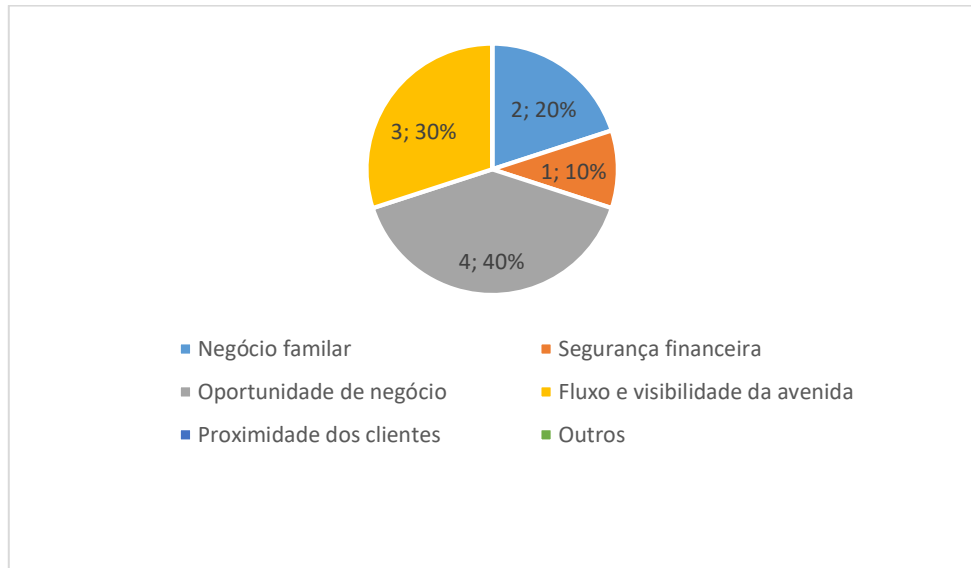
RESULTADOS E DISCUSSÕES

Sabendo que a presente pesquisa tem como objetivo trazer aos respectivos interessados a amplitude dos restaurantes e pontos gastronômicos como possibilidade de prática de turismo, viemos por meio de dados e fatos históricos debater os resultados apresentados diante do estudo realizado na Avenida.

A seguir, apresenta-se reflexões sobre as informações coletadas, as quais compreendem questões como: motivação para empreender, quantidade média diária de clientes entre outros, que serão discutidos conforme as figuras e questionários aplicados. No primeiro questionamento, buscou-se compreender o tempo de atuação das empresas na Avenida Bom Pastor. Foi observado que, nenhuma das empresas tem atuação recente, ou seja, menos de 1 ano. Todas as empresas responderam que atuam a pelo menos 1 ano. Três delas responderam que estão na avenida a mais de 10 anos.

Após descobrir o tempo de atuação, foi perguntado sobre quais motivações levaram a empreender no setor de A&B na região da Avenida Bom Pastor, fato este o qual os resultados estão representados por meio da Figura 2:

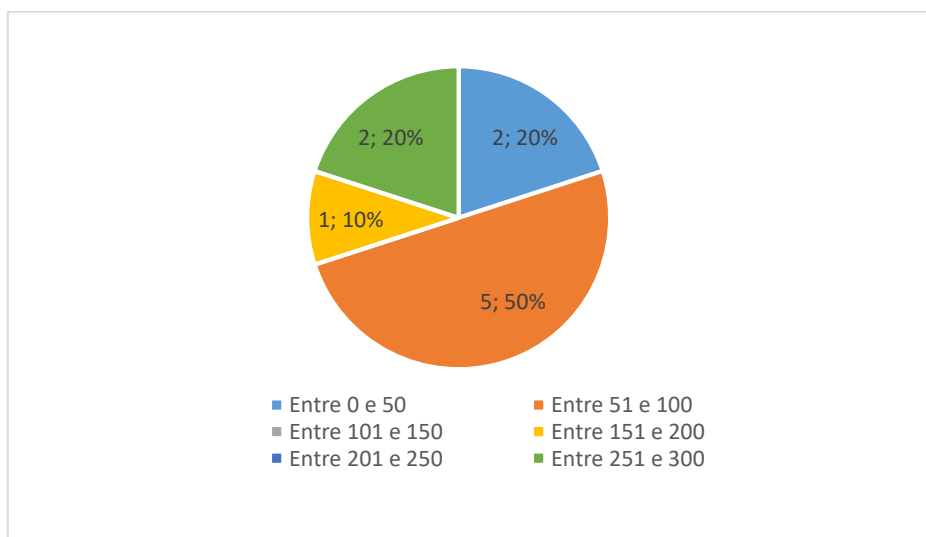
Figura 2 – Motivações para empreender na Avenida Bom Pastor



Fonte: Autores (2022)

Observa-se que de acordo com a figura, a qual trata sobre a motivação de empreender, quatro respondentes indicaram que aproveitaram uma oportunidade de negócio, enquanto três respondentes disseram que o fluxo e visibilidade da avenida foi importante para empreender. Assim sendo, percebe-se que, a criação do corredor pode ter sido ser considerado um fator que criou mais oportunidades de negócios e também aumentou o fluxo de clientes na região, condição importante para estimular o turismo. A proximidade dos clientes e outras respostas não foram apontadas pelos respondentes. Já na Figura 3, as informações indicam sobre a quantidade média diária de clientes.

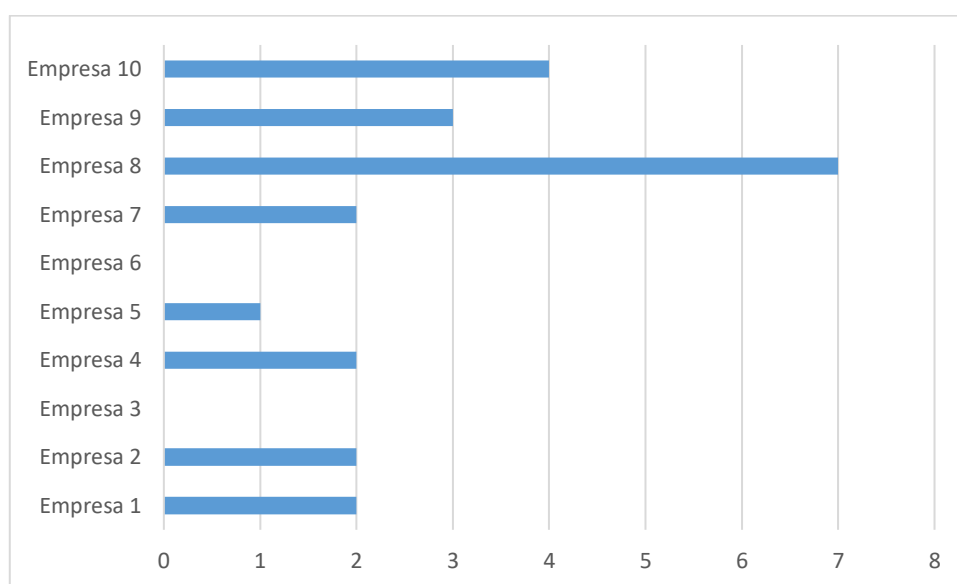
Figura 3 – Quantidade média diária de clientes



Fonte: Autores (2022)

Logo, partindo dos dados apresentados na figura, é possível observar que a maioria das empresas tem fluxo próximo a 100, ou seja, 5 empresas, 2 delas possuem um fluxo menor que 50 e apenas 3 empresas entre 200 e 300. Considerando a média observada nos respondentes, percebe-se uma quantidade de visitantes relevante, capaz de se caracterizar enquanto um relevante fluxo turístico. Na sequência, apresenta-se dados sobre as reformas desenvolvidas nos estabelecimentos que compõem a oferta gastronômica da Avenida Bom Pastor (Figura 4):

Figura 4 – Quantidade de reformas realizadas nos estabelecimentos da Avenida Bom Pastor (desde 2014)



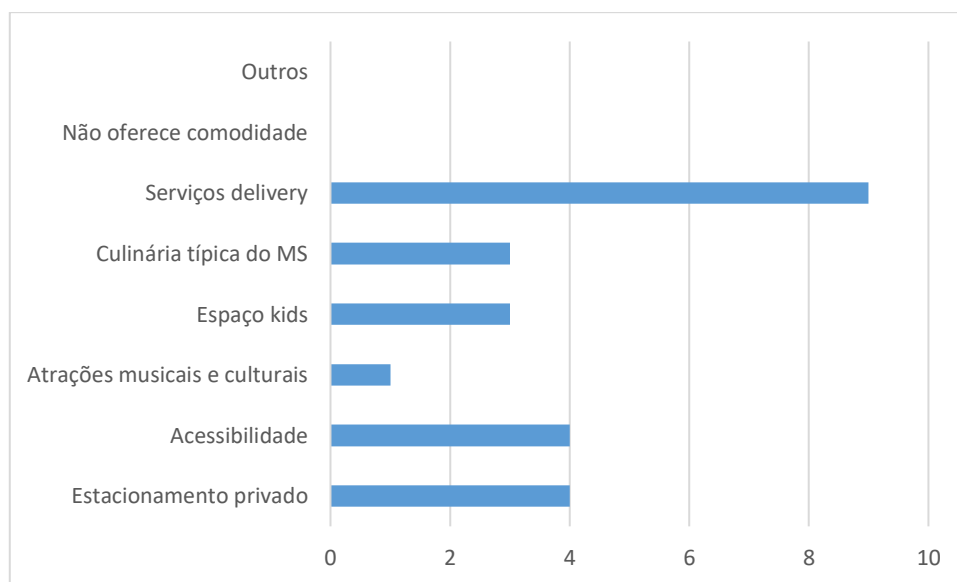
Fonte: Autores (2022)

Neste cenário, observa-se que das empresas que foram analisadas, a maioria, 5 delas apresentaram até duas reformas, 2 empresas nenhuma reforma e apenas 3 mais de três reformas, destacando-se a empresa 8 com sete reformas. Tal informação destaca a visão dos empreendedores quanto a importância de melhorar seus ambientes e propor uma melhor experiência aos turistas/visitantes que frequentam o corredor gastronômico. Entretanto, é importante destacar que, diferentes fatos podem influenciar no entendimento das reformas realizadas, como por exemplo, o número de clientes que cada empresa recebe e/ou passou a receber ao longo de sua existência, o tempo de atuação da empresa, dentre outras variáveis.

Quanto a tais dados, percebe-se que a manutenção desses prédios é de suma importância para o contexto local, ou seja, valorizando o ambiente, atraindo pessoas com novidades, e reforçando o atrativo até mesmo para aqueles que residem próximo trazendo um certo envolvimento da comunidade reforçando o apelo turístico. Sobre essa valorização dos ambientes e estruturas turísticas, Silva (2004) lembra que percorrer ruas arborizadas, com calçadas limpas e fachadas padronizadas, permite que os turistas/visitantes tenham uma boa impressão.

Dentre os fatores os quais puderam ser observados enquanto comodidades oferecidas pelos empreendimentos, destaca-se o oferecimento de estacionamento, fator este que permite ao consumidor uma certa tranquilidade ao escolher seu ponto de parada na Avenida Bom Pastor. Na Figura 5, apresenta-se algumas das comodidades oferecidas e que podem fidelizar e conquistar clientes.

Figura 5 – Comodidades oferecidas pelos estabelecimentos de A&B da Avenida Bom Pastor



Fonte: Autores (2022)

Destaca-se ainda que o serviço *delivery* é um fator bastante preponderante no corredor gastronômico. Este diferencial é ressaltado por Santos (2015), que indica que cada vez mais os consumidores têm buscado comodidade e agilidade para sua alimentação. Partindo desse pressuposto, podemos argumentar que durante e após a

pandemia este número tem crescido, pois a presente pesquisa demonstra que o maior número de vendas tem sido nesta modalidade.

No que tange a fidelização dos turistas/visitantes, Bei e Chiao (2001) reforçam que, a qualidade de um produto ou serviço influencia diretamente a satisfação do cliente, indicando que os consumidores se tornam mais rapidamente fiéis quando estão satisfeitos com o produto/serviço oferecido. No caso do Corredor da Avenida Bom Pastor, as comodidades oferecidas podem facilitar esse processo de fidelização.

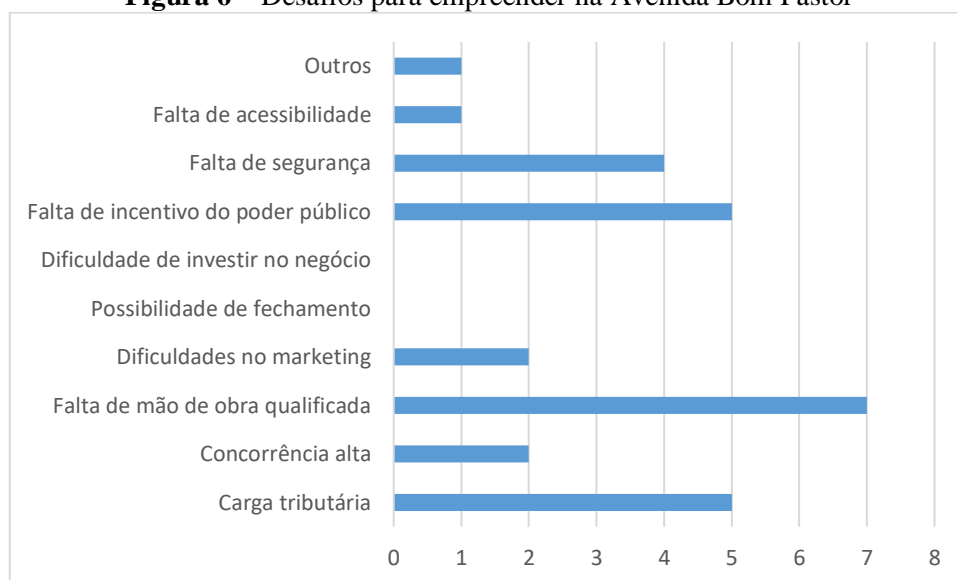
Observa-se ainda que, o estacionamento privado, assim como a acessibilidade são fatores de grande influência, pois geram no consumidor uma certa comodidade transparecendo segurança, logo atrás destes fatores os quais foram discutidos, temos os espaços Kids e a Culinária do MS, a qual também tem poder atrativo, sendo para os pais uma forma de comodidade e para os filhos divertimento e entretenimento, e a culinária do MS sendo uma opção de fortalecimento cultural.

Quando perguntado sobre os principais desafios de empreender na avenida Bom Pastor, do total de respondentes, apenas um citou outro motivo que não estava no questionário, ele indicou que uma das dificuldades é a falta de estacionamento na Avenida Bom Pastor. Quanto a dificuldade de investir e a possibilidade de fechamento, ninguém indicou esse fator como um problema nos negócios (Figura 6). Percebe-se que os mais citados foram, a falta de segurança, falta do incentivo do poder público, e a falta de mão de obra qualificada e a carga tributária. Isso indica que o poder público por exemplo: precisa investir em qualificação de mão de obra qualificada como poderia fazer parceria com o SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – MS), ou até mesmo em uma instituição de ensino, como por exemplo a própria UEMS. Neste sentido Cisne e Gastal (2010, p. 51) apontam que:

A gestão realizada pelo Poder Público local deve estimular o turismo urbano e o lazer, tendo cuidado no manejo do ciclo vital do produto (introdução, crescimento, maturidade e declínio), que é a oferta integral dos atrativos do lugar, as facilidades e as atividades programadas no destino turístico, de maneira que possa compensar a adequada prestação de serviços, á medida que sejam solicitados nas distintas fases do ciclo, já que é inevitável que ocorram altos e baixos na demanda.



Figura 6 – Desafios para empreender na Avenida Bom Pastor



Fonte: Autores (2022)

Acerca dos motivos que dificultam empreender na Avenida Bom Pastor, percebe-se que a falta de mão de obra qualificada é apontada como um dos fatores que mais dificultam a atuação das empresas no corredor gastronômico. Neste contexto, os empresários indicam que o poder público ainda peca no incentivo ao setor gastronômico na Avenida Bom Pastor, uma vez que, este poderia incentivar e promover cursos de qualificação para propiciar a melhoria do atendimento aos turistas/visitantes. De acordo com Ribeiro *et al.*, (2021, p. 572):

“[...] fatores como a sazonalidade intrínseca ao setor, baixa escolaridade dos empregados, alta rotatividade, entre outros, dificultam a qualificação da mão de obra e comprometem os serviços oferecidos, tornando-se desafios a serem superados pelo setor”.

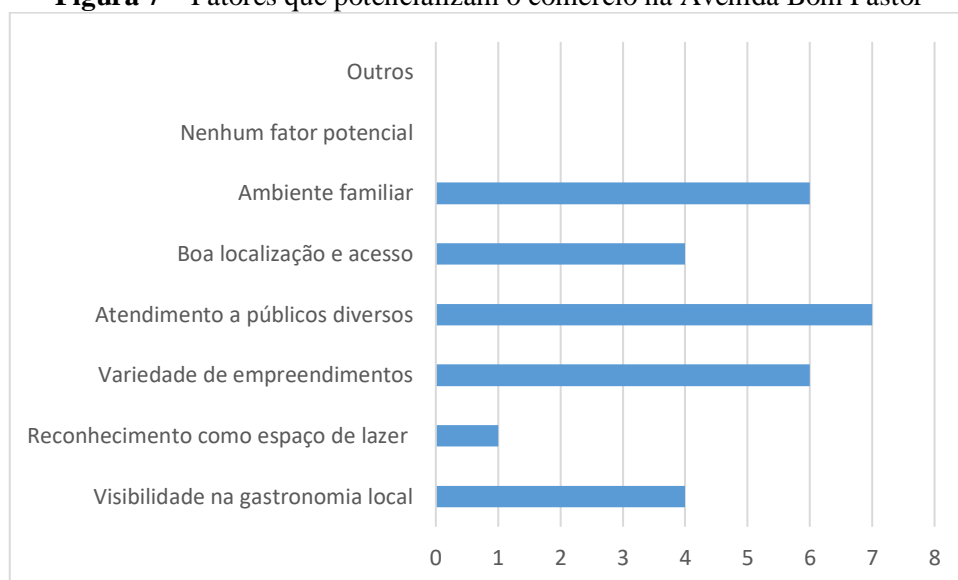
É importante destacar que, tal visão sobre a falta de investimentos em qualificação de mão de obra por parte do poder público é uma percepção apontada pelos empreendedores que, muitas vezes, não estão dispostos a pagar melhores salários para os mais qualificados profissionais disponíveis no mercado. Além disso, instituições de qualificação como as disponibilizadas pelo Sistema S são atuantes em Campo grande – MS e, muitas vezes, possui uma baixa procura mesmo em cursos oferecidos gratuitamente.

Quanto a carga tributária, é importante lembrar que esta é uma questão generalizada, ou seja, impacta diferentes segmentos (não apenas o gastronômico), e que acaba por muitas vezes dificultar a consolidação de empresas.

Outro questionamento direcionado aos respondentes teve por objetivo compreender a visão dos empresários da avenida Bom Pastor sobre o quanto acreditam no apelo turístico do corredor. Dos respondentes, apenas 1 respondente acredita que a inauguração do Corredor Gastronômico não é importante. O respondente justifica não acreditar na atratividade turística uma vez que, desde a criação do nome Corredor, pouco mudou, e que nada foi feito de 2015 até agora em 2022. Os demais respondentes acreditam que o corredor é importante para o turismo no local. Os empresários acreditam que, com a inauguração do Corredor Gastronômico da Avenida Bom Pastor, o fluxo de turistas nos seus estabelecimentos aumentou e a tendência é de aumentar mais o fluxo familiar por ter uma variedade de estabelecimentos com comidas variadas atendendo todos os paladares e preços.

Na sequência, observa-se os dados sobre os fatores que potencializam o comércio na avenida Bom Pastor. Conforme observado na Figura 7, todos os fatores foram citados como um potencial da Avenida Bom Pastor, porém, o que se destacou foi o “atendimento a públicos diversos”, fato que se justifica uma vez que, uma das coisas mais perceptíveis na Avenida Bom Pastor é sua variedade: encontra-se comida regional, japonesa, paraguaia, entre outras, agradando um público diversificado e exigente, no ponto de vista do turista isso é muito importante, por exemplo: um turista chega em Campo Grande - MS, e tem preferência por comida japonesa, é possível que na Avenida Bom Pastor ele encontre o prato desejado, e não só apenas comida japonesa, mais sim saborear várias opções da gastronomia campo-grandense, facilitando o turista encontrar em um só lugar variedades de alimentos.

Figura 7 – Fatores que potencializam o comércio na Avenida Bom Pastor

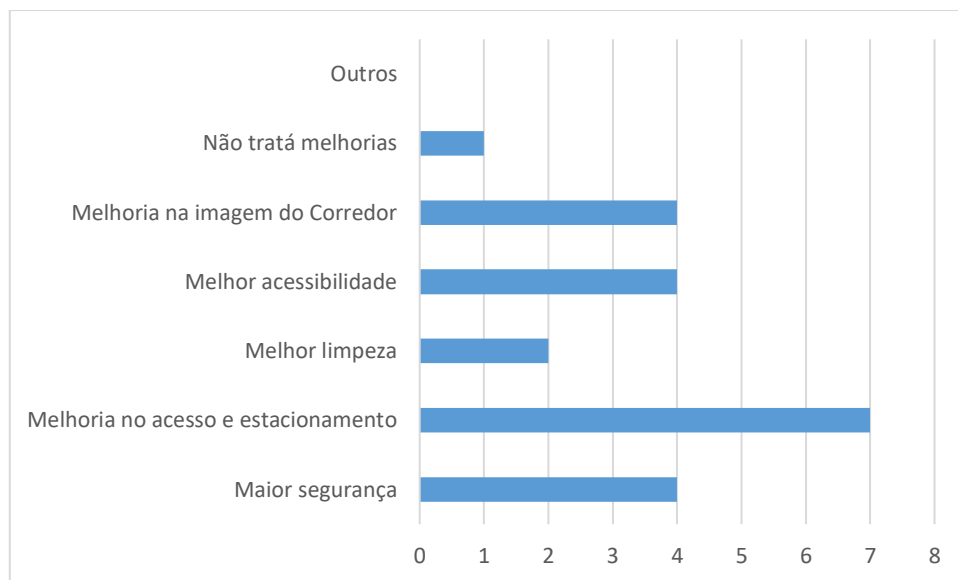


Fonte: Autores (2022)

Os outras duas variáveis bem citadas foram “ambiente familiar” e “variedades de empreendimentos”. Neste sentido, percebe-se a importância de ambientes acolhedores, que ofereça segurança para os turistas, local receptivo onde pode se sentir bem acolhido. Por isso, o Corredor Gastronômico e um lugar positivo e com variedades de estabelecimentos para atender a todos turistas e visitantes.

Quanto aos possíveis pontos de melhoria na Avenida Bom Pastor a partir da revitalização do corredor gastronômico, apenas um respondente não acredita que o comércio da Avenida Bom Pastor seja potencializado em função da reforma do corredor gastronômico. Já os demais respondentes indicam que fatores como a imagem do corredor, acessibilidade acesso/estacionamento e segurança devem ser melhorados para potencializar o comércio na Avenida Bom Pastor, conforme indica a Figura 8.

Figura 8 – Possíveis pontos de melhoria da Avenida Bom Pastor a partir da revitalização do corredor gastronômico



Fonte: Autora (2022)

Neste sentido Sá (2002, p.12)s aponta que: “toda comunicação tem por referência um sistema mais amplo de marketing”. No turismo, uma imagem pode atrair o cliente, mas se a estrutura social é problemática e as condições regionais e as infraestruturas são deficientes, essas irão atuar como uma imagem contraposta, diminuindo o interesse do consumidor e muitas vezes criando uma outra imagem repulsiva, comumente chamada de negativa. Tais fatores são importantes, uma vez que, os itens elencados influenciam diretamente na boa experiência do visitante/turista e, conseqüentemente, são determinantes no sucesso do corredor enquanto opção gastronômica em Campo Grande - MS.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados apresentados e discutidos permitiram diagnosticar importantes aspectos na estruturação do corredor gastronômico, bem como compreender o olhar dos empresários quanto a seu apelo turístico.

Percebe-se que, ao longo dos últimos anos, a Avenida Bom Pastor foi ganhando destaque e atenção do Poder Público na sua estruturação e promoção enquanto elemento da oferta turística em Campo Grande – MS, com um investimento médio de 24

milhões, reformas se devem a investimentos advindos do Governo Federal por meio do Desenvolvimento Regional (MDR), conforme constatado em páginas oficial.

A pesquisa permitiu constatar a existência da ligação do turismo gastronômico com o seguimento cultural na avenida Bom Pastor, onde a cultura e as características do lugar é valorizado sendo usado como o atrativo o lugar de experiência onde é possível materializar gostos desejos e expectativas.

Com uma culinária regional peculiar e a variedade de empreendimentos gastronômicos, o Corredor Gastronômico Bom Pastor ainda dispõe de poucas investigações acadêmicas, as quais podem propor maiores estudos sobre a presença e o perfil dos turistas que frequentam o Corredor Gastronômico da Avenida Bom Pastor. No entanto, a presente pesquisa pode instigar que estudos com essas perspectivas continuem despertando o interesse de novos outros pesquisadores. Com isso, acredita-se que a presente pesquisa contribui a investigar a realidade da Avenida Bom Pastor para melhoria turística do lugar.

Assim, destaca-se a possibilidade e/ou necessidade de novas avaliações sobre a contribuição e relações (favoráveis ou não) da gastronomia para a prática do turismo, as quais podem privilegiar não apenas a realidade do Corredor Gastronômico Bom Pastor e Campo Grande – MS, mas sim de outros contextos em que essa problemática se apresente como uma possibilidade de desenvolvimento turístico.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Renan Ramires de; BATISTOTE, Maria Luceli Faria. **Manipulações no ciberespaço: discurso e linguagem do turismo pantaneiro**. Linguagens - Revista de Letras, Artes e Comunicação, v. 14, n. 2, p. 114-127, ago. 2020. Disponível em: <https://proxy.furb.br/ojs/index.php/linguagens/article/view/8956>. Acesso em: 28 maio 2022.

BARBOSA, Fábila Fonseca. O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional. **Caminhos de Geografia**, v. 10, n. 14, p. 107-114, 2005.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Regional – MDR. MDR autoriza R\$ 22,6 milhões para modernização de corredor gastronômico em Campo Grande (MS), MDR, 2020. Disponível em: <https://portalnovonorte.com.br/noticias/noticia/10937/mdr-autoriza-r-226-milhoes-para-modernizacao-de-corredor-gastronomico-em-campo-grande-ms>. Acesso em: 20 ago 2022.

BEI, Lien-Ti; CHIAO, Yu-Ching. **An integrated model for the effects of perceived product, perceived service quality, and perceived price fairness on consumer**

satisfaction and loyalty. The Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior, v. 14, 2001.pp. 125-140.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo.** São Paulo: Senac, 1998.

BRILLAT, Savarin. **A fisiologia do gosto.** São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

CAMPO GRANDE, Município de. **Lei 5.441/2014.** Lei de implementação do Corredor Gastronômico da Avenida Bom Pastor como ponto turístico de Campo Grande, 2014.

CAMPO GRANDE. Lei cria corredor gastronômico e cultural em Campo Grande. **G1**, 9 nov. 2014. Disponível em: <https://g1.globo.com/mato-grosso-do-sul/noticia/2014/12/lei-cria-corredor-gastronomico-e-cultural-em-campo-grande.html>>. Acesso em 20 jun. 2022.

CISNE, Rebecca; GASTAL, Susana. **Turismo e sua história:** discutindo periodizações. **Anais...** do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul-RS. 2010.

FRANCO, Areovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia.** Thesaurus Editora, 2001.

GIMENES-MINASSE, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. **Atrativos gastronômicos da cidade São Paulo (SP):** uma análise preliminar. 2014.

GOMES, Alanna Marques. **Corredor Gastronômico da Avenida Bom Pastor.** TCC (Bacharel em Turismo) – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2015

GOMES, L. A. S.; BOURLEGAT, C. A. L.; MACIEL, J. C. **Sobá de Okinawa ou Sobá de Campo Grande? Imigração japonesa e territorialização do Sobá,** Acta Geografia, Boa Vista, v. 6, n. 11, jan./abr. de 2012.

LEDHESMA, Miguel. **Tipos de turismo: nueva clasificación.** Buenos aires, v. 1, p. 66-86, 2018.

LIBNI, Thais. **Corredor gastronômico da avenida Bom Pastor é promessa para 2023.** Correio do Estado, 21 abr. 2022. Disponível em: <<https://correiodoestado.com.br/cidades/corredor-gastronomico-da-bom-pastor-e-promessa-para-2023/399106>>. Acesso em 28 maio 2022.

MATTOS, Adriel. **Empresa da Capital é escolhida para projeto de revitalização da Bom Pastor.** Campo Grande News, 06 maio 2022. Disponível em: <https://www.campograndenews.com.br/cidades/capital/empresa-da-capital-e-escolhida-para-projeto-de-revitalizacao-da-bom-pastor>>. Acesso em 28 maio 2022.

MONTANARI, Massimo. **A comida como cultura.** São Paulo: Senac, 2013.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Turismo internacional: uma perspectiva global.** 2. ed. 1997.

PECCINI, Rosana. A Gastronomia e o Turismo. **Revista Rosa dos Ventos**, v. 5, n. 2, p. 206-217, abr-jun, 2013.

RIBEIRO, Luiz Carlos de Santana; SANTOS, Monique Manuela Carvalho dos; SANTOS, Fernanda Rodrigues dos. Avaliação das Atividades Características do Turismo no Brasil: 2012-2020. **Turismo: Visão e Ação**, v. 23, p. 557-578, 2021.

SÁ, Aleph; **A imagem do Brasil no Turismo - construção, desafios e vantagens competitiva**: Editora Aleph, 2002, p.12.

SAMPAIO, Francisco. **A gastronomia como produto turístico**. Exedra: Revista Científica, n. 4, p. 119-134, 2010.

SANTOS, Rosane Canavarros dos. **A feira Praça Bolívia**: um atrativo turístico e cultural em Campo Grande – MS. TCC (Bacharel em Turismo) – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2020.

SANTOS, Marília. **Precificando de forma estratégica**: um estudo junto as empresas do ramo delivery de alimentos em um município gaúcho. Anais... 4º Fórum Internacional Ecoinnovar, Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil, 2015. Disponível em: <http://ecoinovar.com.br/cd2015/arquivos/artigos/ECO641.pdf>. Acesso em: 15 jul 2022.

SILVA, Maria da Glória Lanei da. **Cidades turísticas: identidades e cenários de lazer**. São Paulo: Aleph, 2004.

Recebido em dezembro de 2022.

Revisão realizada em abril de 2023.

Aceito para publicação em maio de 2023.