



MARISCOLÂNDIA: O CORREDOR TURÍSTICO GASTRONÔMICO DO BAIRRO VARJOTA EM FORTALEZA – CE/BRASIL

Ewerton Reubens Coelho-Costa¹
Universidade Estadual do Ceará – Fortaleza/Brasil
ewertonreubens@hotmail.com

Célia Augusta Lopes Ferreira²
Instituto de Ensino Superior de Fortaleza – Fortaleza/Brasil
lopes.celia@gmail.com

Maria Socorro Figueiredo dos Santos³
Instituto Federal do Ceará – Fortaleza/Brasil
socorrofsantos@bol.com.br

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Ewerton Reubens Coelho-Costa, Célia Augusta Lopes Ferreira y Maria Socorro Figueiredo dos Santos (2016): "Mariscolândia: o corredor turístico gastronômico do bairro Varjota em Fortaleza – CE/Brasil", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 20 (junio 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/mariscolandia.html>

Resumo: O artigo trata sobre corredores turísticos e tem como objetivo apresentar a Mariscolândia, o corredor turístico gastronômico do bairro Varjota, localizado na capital do estado do Ceará, no litoral do nordeste brasileiro. Trata-se de um estudo exploratório com base na revisão bibliográfica. Dentre os achados da pesquisa pode-se citar que, o corredor gastronômico da Varjota foi instituído pela Lei Municipal nº. 0377/09, para ordenar a atividade turística e gastronômica existentes em territorialidades específicas da capital cearense, dentre elas um corredor que fortaleceu os setores do turismo e da gastronomia, reorganizou estabelecimentos e se tornou referência para outros corredores ainda não legitimados por Lei.

Palavras-chaves: Corredor Gastronômico, Turismo, Fortaleza, Varjota.

Resumen: Este artículo trata de corredores turísticos gastronómicos y tiene como objetivo presentar la Mariscolandia, el corredor turístico gastronómico del barrio Varjota, ubicado en la capital del estado de Ceará, en la costa nordeste

¹ Mestre em Gestão de Negócios Turísticos (UECE); Graduado em Gestão de Turismo pelo Centro Federal de Educação Tecnológica do Ceará, atual IFCE. Formador de Gestores das Políticas Públicas do Turismo pelo Ministério de Turismo – MTUR e Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. CV: <http://lattes.cnpq.br/2286435172070223>

² Especialista em Políticas Públicas de Turismo, graduada em Gestão de Turismo, ambos pelo Instituto Federal do Ceará – Campus Fortaleza (IFCE), É professora dos Cursos de Turismo e Administração da UNICE-CE. CV: <http://lattes.cnpq.br/4757772234050845>

³ Doutora em Geografia (UNESP), Mestre em Gestão de negócios turísticos (UECE), Especialista em Metodologia do Ensino (UECE), graduada em Economia Doméstica pela Universidade Federal do Ceará. É professora efetiva do Instituto Federal do Ceará - Campus Fortaleza, onde integra a Comissão de ética em pesquisa. CV: <http://lattes.cnpq.br/9846305135698304>

del Brasil. Se trata de un estudio exploratorio sobre la base de revisión de la literatura. Entre los resultados se puede mencionar que el Corredores Gastronômico de Varjota fue estabelecido por Ley Municipal n.0377/09, para ordenar la actividad turística y gastronômica en la territorialidad específica existente en Fortaleza, entre ellos un corredor que fortaleció los sectores del turismo y la gastronomía, há reorganizado establecimientos y se convirtió en una referencia para otros corredores sin embargo, no legitimado por la ley.

Palabras clave: Corredor gastronômico, Turismo, Fortaleza, Varjota.

Abstract: This article deals with gastronomic tourist corridor, and aims to present the Mariscalândia, the gastronomic tourist corridor in the Varjota district, located in the capital of state of Ceará, on the coast of Brazilian northeast. This is an exploratory study based on literature review. Among the survey findings may be mentioned that the gastronomic corridor of Varjota was established by Municipal Law. 0377/09, to order the tourist and gastronomic activity in specific existing territoriality of Fortaleza, among them a corridor that strengthened the sectors of tourism and gastronomy, reorganized establishments and became a reference for other runners have not legitimized by law.

Keywords: Gastronomic Corridor, Tourism, Fortaleza, Varjota.

INTRODUÇÃO

A importância do tratamento geográfico utilizado na construção de conceitos aplicados à planificação da atividade turística é fundamental para o entendimento das relações entre pessoas com o meio, com os turistas, com o mercado e com o Estado (Boullón, 2006; Rodrigues, 1997). A necessidade de compreender a complexidade de relações criadas nos lugares turísticos possibilita o surgimento de espacialidades diferenciadas em função das necessidades da demanda turística.

Nesse contexto, este artigo apresenta a “Mariscalândia”, alcunha do bairro Varjota, localizado em Fortaleza, capital do estado do Ceará, no nordeste brasileiro, como um importante corredor turístico gastronômico para aquele município.

Durante a última década a gastronomia tem se tornado, cada vez mais, objeto de estudo em trabalhos acadêmicos de turismo – e de outras áreas do conhecimento humano. Dentro da atividade turística esse tipo de estudo se concentra para melhorar o entendimento do turismo gastronômico, que se destina às pessoas que viajam em busca de comidas e bebidas (Quan e Wang, 2004; Mitchell e Hall, 2003), dispostas a experimentar uma aventura culinária

para transcender a simples necessidade de comer e beber, indo além quando se permite explorar o meio, a cultura, as tradições a partir de produções culinárias (Coelho-Costa, 2012).

A diversidade de serviços e atividades turísticas desenvolvidas para atender aos desejos, gostos e aspirações da demanda inclui a gastronomia como produto/atrativo que representa a identidade de um povo. Por meio da cultura gastronômica, alimentos e bebidas são revestidos de significados e simbolismos que são usados para conquistar turistas e residentes (Coelho-Costa, 2009), ao mesmo tempo em que os lugares turísticos constroem infraestruturas e equipamentos para dar suporte às atividades turísticas (Fratucci, 2009). Neste contexto, surgem produções espaciais voltadas para a restauração que atendem turistas e residentes, como bares, restaurantes, cafés, complexos gastronômicos, corredores gastronômicos (foco desta pesquisa), dentre outros.

A importância das identidades cultural e gastronômica de um povo é também uma característica do espaço geográfico e da paisagem em que o lugar turístico se insere, revelando o que é produzido, fabricado e consumido e as peculiaridades da demanda. De tal modo, escolheu-se para este estudo contextualizar sobre a Mariscolândia, corredor turístico gastronômico existente no bairro da capital cearense chamado Varjota, bastante conhecido pelos atrativos culinários.

Trata-se de um estudo exploratório com base na revisão bibliográfica, tendo as seguintes inquietações como perguntas fundantes para o início deste estudo: o que é um corredor turístico gastronômico? Existe, de fato, um corredor turístico gastronômico na Varjota? As respostas para estes questionamentos serão dadas a seguir.

GASTRONOMIA NO TURISMO

Partindo das ideias de Beni (2006) e Krippendorf (2001) que afirmam o lugar da alimentação como um dos principais setores no turismo, por ser a alimentação uma das principais atividades que os turistas realizam em viagens; se faz necessário contextualizar a importância da gastronomia no turismo.

Há quem afirme que a gastronomia é um importante elemento do turismo pelo fato de ela trazer consigo aspectos geográficos, culturais e identitários de uma

sociedade.

A cultura gastronômica de uma sociedade, além dos alimentos, é constituída por fatores como posição geográfica, clima, tipo de solo, hábitos alimentares, de cultivo e manufatura de alimentos e bebidas, fluxos migratórios, a evolução tecnológica e posicionamento sociopolítico (Coelho-Costa e Santos, 2015a, *on line*).

Essa relação permite que o turismo entenda a gastronomia como uma forma de experiência genuína para se conhecer um destino a partir da cultura gastronômica do lugar. As produções culinárias e as bebidas tornam-se, então, produtos/atrativos que serão experienciados.

Para Coelho-Costa e Santos (2011) a importância dada pelo turismo para alimentos e bebidas, tirando-os da posição de necessidades básicas para se tornar motivo principal de viagens, faz surgir mercados especializados como o turismo gastronômico, explorando a diversidade cultural e a identidade de um destino.

A identidade também é expressa 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).

A relevância das questões de cultura e identidade na gastronomia tem propagado discussões sobre a existência da “identidade gastronômica” em destinos turísticos que, geralmente, trazem argumentos baseados nos estudos como os apresentados por Hall *et al.* (2003), Kivela (2003), Sparks *et al.* (2000), Reynolds (1993), Sheldon e Fox (1988), e Belisle (1983).

As questões de identidade na gastronomia, geralmente, implicam na existência da culinária local ou tradicional – este fato talvez explique o sentido de autenticidade da experiência turística e gastronômica, sugerido por (Quan e Wang, 2004: 302), e tem ocasionado o resgate de culinárias regionais (Silva *et al.*, 2015; Vela, 2009; Costa, 2012; Muller, 2012), livrando-as do ostracismo, preservando saberes e sabores, enriquecendo o patrimônio gastronômico de um lugar.

A ‘autenticidade’ das culinárias é ainda característica bastante explorada pelo marketing (Garrido e Finestralli, 2010; Pimentel *et al.*, 2006; Barreto, 2001) para gerar consumo, além de trabalhar o lado patrimonial da gastronomia, que

precisa ser valorizado e preservado, para que se tenha uma atividade turística gastronômica voltada para a sustentabilidade.

O processo de valorização, pelo turismo, da autenticidade gastronômica como elemento importante para a atividade não deve descaracterizar as simbologias e os significados culturais de alimentos e bebidas, modos de preparos, ingredientes e utensílios locais (Hegarty e O'mahony, 2001), para que se possa definir o consumo de identidades gastronômicas e, simultaneamente experienciar culturas e tradições, revelando com destaque o patrimônio gastronômico e as cozinhas patrimoniais (Coelho-Costa e Santos, 2015b). Nota-se, então, a vinculação direta da gastronomia com o turismo cultural, tendo o patrimônio gastronômico como elemento motivador para o desenvolvimento de viagens culturais (Alvarez, 2002).

A gastronomia no turismo tem se destacado principalmente pelo impacto econômico e, no caso do Brasil, a diversidade gastronômica é outro fator que está fazendo o país ser, cada vez mais, reconhecido internacionalmente. (Ansarah e Nunes, 2007). Nessa perspectiva, Cunha e Oliveira (2009, p.8) constata que:

A gastronomia é dessa forma, um grande polo de atração de fluxos turísticos, pois alimentar é uma necessidade básica e constitui um dos eixos do turismo cultural, viabilizando e universalizando a troca humana e o convívio entre as culturas, costumes e hábitos, onde ela é uma das manifestações culturais mais expressivas, porque com ela vêm juntos traços religiosos, étnicos, sociais. A presença do turismo, neste caso funciona como opção de preservação a medida que oferece para visitação os locais mais impregnados da cultura e facilita em muito a preservação de seus locais. Os locais de atividade turística, por sua vez, criam possibilidades para a revitalização da identidade cultural, através da manutenção e preservação de seus bens culturais, além das mais ricas e variadas tradições e gera mecanismos de sustentabilidade e espaços propícios a divulgação cultural. O uso da gastronomia como ingrediente na exploração turística, é cada vez mais interessante para os visitantes, pois, oferece o acesso ao patrimônio cultural, possibilitando conhecer à história, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade no formato de turismo cultural.

Partindo do entendimento de que o aspecto cultural, intrínseco na gastronomia, seria o elemento motivacional que junto com preparações culinárias e bebidas diferenciadas conseguem catalisar interesses e gerar visitas. Sabendo da existência de espacialidades construídas para comercializar esse produtos/atrativo, faz-se primordial o link da gastronomia

com o conceito de corredores, um dos elementos da planificação turística.

CORREDORES: LUGARES TURÍSTICOS

O turismo apresenta transformações espaciais e territoriais diversificadas que possibilitam análises do fenómeno turístico e sua interação com diversas áreas do conhecimento humano. Por ser, o turismo, fruto de atividades e práticas sociais, está diretamente relacionado ao deslocamento espacial e ao movimento de informações e pessoas, o que permite a produção e o consumo de espaços (Nicolàs, 1996; Moesch, 1998; Rodrigues, 1997, 1996; Luchiari, 1998).

O turismo é construído em diversas escalas de um território, onde ações privadas e públicas facilitam o aparecimento das atividades turísticas. Para facilitar o entendimento dessa complexa relação, Rodrigues (1997) recomenda o uso de um sistema de dimensão territorial e espacial do turismo partindo de três elementos: polos emissores de turistas; polos receptores e as linhas que ligam esses polos – onde circulam as informações e turistas. Isso permite o entendimento do lugar turístico – onde ocorre a materialização do fenómeno por meio de infraestrutura, atrativos, serviços, etc.

Lugares turísticos são pontos “de encontro para as experiências em turismo, o contexto para a interação social e psicológica, e o fenómeno pelo qual este comportamento pode ser descrito, explicado e previsto (Snepenger et al, 2007, p.310); estão “imersos em valores e sentimentos (Crouch, 2000, p.71)”.

Remy Knafou (2003) discutindo sobre as relações entre território e turismo apresenta três tipos de relações a serem analisadas: territórios sem turismo, turismo sem território e territórios turísticos – em cada uma se pode analisar a interação com o Estado, com o mercado e com o turista, revelando transformações e conflitos nas territorialidades. No meio dessas relações ocorre, como apresentado em Falcão (1996, p.65), o lugar assumindo “o carácter de carácter de objeto de consumo e, como tal, é (re)produzido e comercializado” – principalmente pelo turismo.

Nesse uso de territorialidades pela atividade turísticas espaços são criados, delimitados e destinados ao consumo de serviços e atividades

apropriando-se de lugares e atrativos (culturais, naturais e artificiais). Uma das espacialidades criadas para o turismo são os corredores, cujo conceito apresentado em Boullón (2006), foi escolhido para fundamentar este escrito, que apresenta os corredores turísticos como:

las vías de conexión entre las zonas, las áreas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de entrada del turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno, que funcionan como el elemento estructurador del espacio turístico. Según su función, pueden ser: Corredores turísticos de traslado; Corredores turísticos de estadía. (Boullón, 2006, p.80)

Boullón (2006) teorizando a planificação do espaço turístico apresenta os seguintes elementos do espaço turístico: zona turística; área turística, centro turístico, complexo turístico, unidade turística, núcleos turísticos, conjunto turístico, corredores turísticos – estes últimos se dividem ainda em corredores de traslado (transporte turísticos) e corredores de estadia.

Um corredor de transporte turístico engloba as estradas e rodovias pelas quais o fluxo turístico ocorre, para atender aos itinerários das atividades. Enquanto um corredor turístico de estadia engloba territórios paralelos à costa de mares, rios ou lagos, que têm uma largura não superior a 5 km, e neles se encontram serviços capazes de atender as necessidades dos turistas.

Levando em conta o conceito de corredor apresentado anteriormente, aqui se acredita que um corredor turístico gastronômico seja uma área de conexão rápida entre diversos lugares onde a gastronomia possa ser encontrada, de formas variadas, e se torne um dos principais motivos para gerar visitação e consumo no lugar. Partindo da , se pretende investigar a realidade do corredor turístico gastronômico da Varjora, a Mariscalândia.

MARISCOL NCIA; O CORREDOR TURÍSTICO GASTRONOMICO DA VARJOTA, EM FORTALEZA- CE/BRASIL.

Fortaleza, capital do estado do Ceará, tem mais de dois milhões e quatrocentos mil habitantes, o que a torna a quinta maior capital do Brasil e a segunda da região Nordeste (em termos de popula o). Conta com voca o natural para o turismo: localiza-se no litoral do nordeste brasileiro com uma faixa litorânea de 34,2 km de praia banhada pelo Oceano Atlântico; tem rico patrim nio cultural, histórico e arquitet nico; belas paisagens naturais distribuídas pelas serras, sertão e litoral – este último dispõe de águas quentes

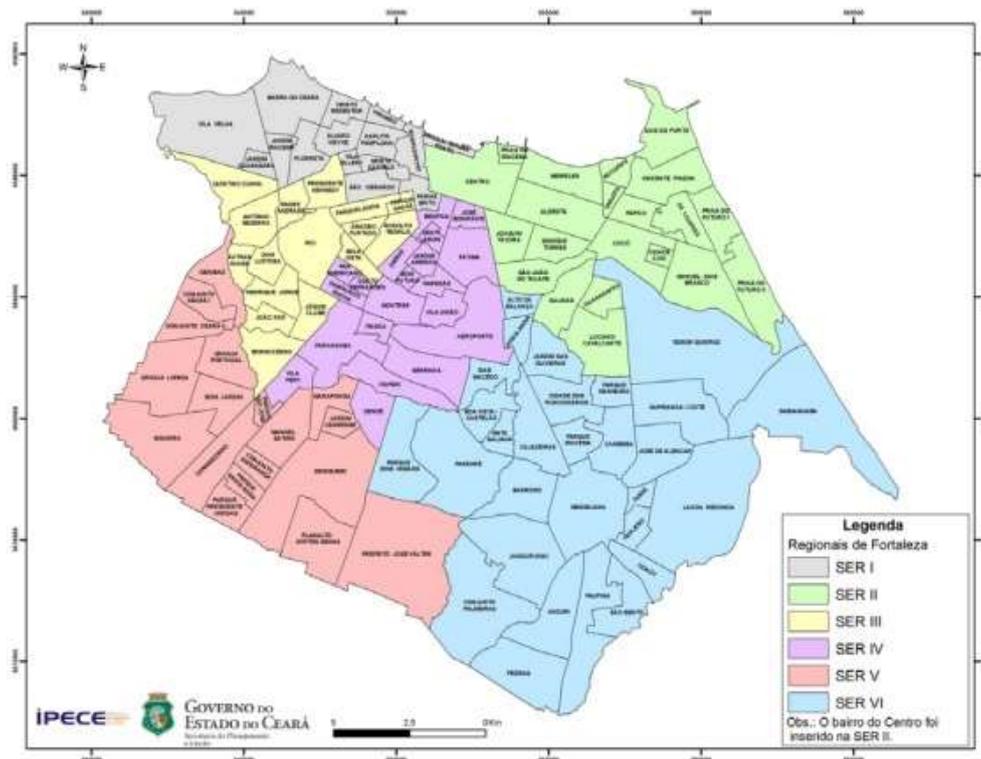
que agrada muitos turistas, além da grande incidência solar ao longo de todo o ano.

A capital cearense configura como o quarto destino turístico nacional mais procurado pelos brasileiros, escolha que também tem aumentado entre os turistas estrangeiros, principalmente quando se observa o aumento de 20% no número de turistas estrangeiros que visitaram Fortaleza nos últimos três anos (OPOVO, 2015).

De janeiro a junho de 2015, Fortaleza recebeu 1.537.698 turistas, dos quais mais de 48 mil estrangeiros (48.339): acréscimo de 7%, se comparado ao mesmo período de 2014, quando a capital cearense recebeu 45.340 turistas de outros países em virtude da cidade ser uma das cidades-sede da Copa do Mundo de 2014 (Prefeitura de Fortaleza, 2015).

Atualmente, Fortaleza é composta por 119 bairros e divididos em cinco distritos – Fortaleza (distrito-sede), Antônio Bezerra, Messejana, Mondubim e Parangaba –, historicamente, estes últimos, tratavam-se de vilas isoladas ou mesmo municípios antigos; mas desde 1997, o planejamento municipal dividiu a administração executiva da cidade em sete Secretarias Executivas Regionais, as SER's, responsáveis pelos 119 bairros (Santos Bandeira, 2015).

Figura 1 – Distribuição das SER's em Fortaleza



Fonte: IPECE (2012).

A dinâmica de bairros turísticos é um capítulo recente na história do desenvolvimento do turismo em Fortaleza, onde se observa com destaque o desenvolvimento do turismo na região à beira-mar, especialmente na Praia de Iracema e Praia do Futuro, os dois corredores turísticos mais importantes da capital Cearense e onde se concentram o parque hoteleiro e boa parte dos empreendimentos de entretenimento e restauração. No entanto, este artigo não tratará destes bairros, mas sim da Varjota, um bairro “gastronômico”.

O Bairro Varjota, conhecido como “Mariscolândia” é um dos principais territórios gastronômicos de Fortaleza, por estar localizado próximo do parque hoteleiro e da Avenida Beira-Mar, referenciais turísticos da cidade. O bairro possui restaurantes tradicionais especializados em pescados e mariscos, além de uma infinidade de restaurantes de comida internacional – o que atrai turistas e residentes amantes da boa mesa.

Varjota é um bairro pequeno, possui cerca de 1 km² com aproximadamente 18.000 habitantes, está situado a 18 km do centro da cidade de Fortaleza, limitando-se ao Norte com bairro Mucuripe, ao Sul com os bairros Aldeota e Cocó, ao Leste com Vicente Pinzon, e ao Oeste com o bairro Meireles.

De casas de palha, erguidas no dia 31 de março de 1912, a vila construída pelos primeiros pescadores oriundos da Volta da Jurema deu lugar a condomínios residenciais e comerciais e a um corredor de alimentação que atrai fortalezenses e milhares de visitantes. A pequena várzea (significado de seu nome no dicionário), com menos de um quilômetro quadrado, conta hoje com mais de 100 estabelecimentos. Restaurantes como agulha Frita e Osias se posicionaram como os primeiros points da gastronomia da área. do sushi aos drinks, da pizza às comidas típicas cearenses, a Varjota tem opção para todos os tipos de paladares. (DN, 2015, on line)

No final da década de 1980, a Varjota se repagina com o nome de “Mariscolandia”, alcunha colocada no bairro por profissionais do trade turístico que frequentemente se encontravam nos empreendimentos de restauração, que na sua maioria serviam frutos do mar.

Na década de 1990, pela proximidade com os hotéis da Avenida Beira Mar, a Varjota se tornou ponto de visitação para os amantes da culinária cearense, apreciadores da comida caseira –   aquela época já surgiam alguns tímidos restaurantes com culinária internacional.

Atualmente, consolidado como lugar gastron mico de Fortaleza,

apresenta grande movimentação de residentes e turistas em um cenário onde está inserido o maior número de restaurantes, com diversificação de cozinhas de várias nacionalidades, dentre as quais estão as cozinhas: árabe, francesa, chinesa, japonesa, alemã, portuguesa, espanhola e suíça – além de pizzarias, churrascarias, lanchonetes, cozinha contemporânea e regional.

Pela diversidade de cozinhas e número de empreendimentos gastronômicos, a Varjota foi ponto de partida para a exploração de corredores gastronômicos em Fortaleza, no entanto não é o único.

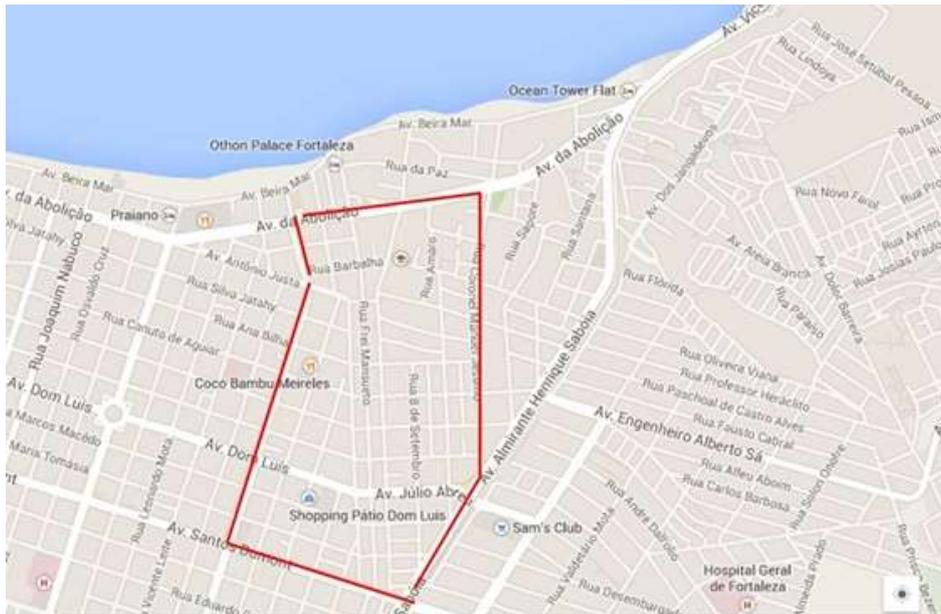
Em Fortaleza, há pelo menos, onze polos já bem constituídos - Varjota, Praia de Iracema, Dragão do Mar, Beira Mar, Maraponga, Bairro de Fátima/Benfica, Bezerra de Menezes, Jovita Feitosa, Parangaba e a área sul da Cidade, que engloba do Iguatemi até a Cidade dos Funcionários (ABRASEL-CE, 2015).

A Lei municipal nº. 0377, de 22 de outubro de 2009, sancionada pela ex-prefeita Luiziane Lins, institui o Corredor Gastronômico da Varjota, e tem como objetivos:

I - promover o desenvolvimento sustentável da atividade econômica ali espontaneamente já instalada; II - atrair novos investimentos dentro do perfil vocacional da área; III - assegurar o controle urbano e o ordenamento do uso do solo, com ênfase ao combate às poluições sonora, visual e do ar; IV - favorecer o trânsito de pedestres na área e melhorias da circulação de veículos; V - otimizar o uso coletivo de estacionamentos, bem como a ampliação da oferta de vagas no entorno; VI - realizar campanhas publicitárias objetivando a divulgação do referido corredor; VII - patrocinar festivais e encontros gastronômicos e culturais (DIÁRIO OFICIAL DO MUNICÍPIO, 2009, p.1).

O Corredor Gastronômico da Varjota se delimita no quadrilátero entre as avenidas Santos Dumont, Senador Virgílio Távora, Abolição e rua Manoel Jesuíno, como apresentado na Figura 2.

Figura 2 – Corredor Gastronômico da Varjota.



Fonte: Coelho-Costa; Ferreira e Santos (2016), feito a partir do Google Maps.

O corredor Gastronômico da Varjota foi uma proposta do para melhorar ordenamento urbano daquela área, que conta com parcerias entre poder público e iniciativa privada para fornecer opções de lazer, cultura e gastronomia, por meio de festivais específicos, para aquela região (Turismo em Fortaleza, 2016).

A lei nº. 0377/09 entende que o Corredor Gastronômico da Varjota é um atrativo turístico e que, por isso estabelece que as atividades nele desenvolvidas explorem o potencial turístico do lugar, de forma ambientalmente sustentável, e sugere a inclusão do corredor nas campanhas publicitárias destinadas á promoção do turismo em Fortaleza. Com isso, pode-se citar a Varjota como corredor turístico gastronômico.

Ressalta-se que desde a década de 1960 até a década de 1980, a os restaurantes da Varjota já atraíam turistas que visitavam o lugar em busca de peixadas, peixe frito. Era comum o turista ir por lá comer mariscada, lagosta gratinada com manteiga da terra, arroz de polvo, dentre outras iguarias. (Turismo em Fortaleza, 2016).

Apesar de boa parte do faturamento de diversão noturna de Fortaleza vir da Varjota, por conta dos seus empreendimentos gastronômicos, uma grande reclamação por parte de residentes e visitantes, relatados aos donos de empreendimentos, é a falta de estacionamento que atenda a demanda. Este fato está fazendo surgir a construção de estacionamentos nas áreas de entorno

para atender a demanda (DN, 2010).

Infelizmente, ainda não se tem estudos confiáveis sobre o impacto da atividade turística na Varjota. Desta forma, não se sabe ao certo a quantidade de turistas que frequentam a Mariscolândia, nem se sabe sobre as preferências e procedências desses turistas. O que é lastimável, considerando que saber essas informações seria fundamental para a melhoria das atividades turística e gastronômica do bairro, e mostra a falta de interesse em conhecer essa demanda por parte dos governos, órgãos ligados ao turismo e empresários do setor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa permitiu reforçar a existência do lugar turístico e a ligação do turismo gastronômico com o segmento cultural – isso, quando se considera que essa atividade explora a busca por novas produções culinárias e bebidas diferenciadas onde a cultura e as características intrínsecas ao lugar são valorizadas e usadas como produto/atrativo.

Compreende-se que o lugar turístico é composto de espacialidades e territorialidades criadas para desenvolver o turismo, mas que pode significar, para o turista, como o lugar de experiências onde é possível materializar gostos, desejos e expectativas. Dentre essas espacialidades e territorialidades criadas no lugar turístico estão os corredores, que podem ser encontrado em Fortaleza, capital do estado do Ceará, no nordeste brasileiro.

Fortaleza configura como um destino turístico brasileiro consolidado no turismo de sol e praia, chegando a ser internacionalizado, mas que apresenta muitos outros atrativos para além deste seguimento.

Dispondo de uma culinária regional peculiar e com excelentes empreendimentos gastronômicos que servem também cozinhas internacionalizadas (árabe, francesa, italiana, espanhola, suíça, alemã, etc.) a Mariscolândia, alcunha do bairro Varjota, em Fortaleza, é um corredor turístico gastronômico, protegido por lei, relevante para o destino.

A falta de estudos confiáveis sobre a presença e o perfil dos turistas que frequentam o Corredor Turístico Gastronômico da Varjota impede que se contextualize o impacto da atividade no lugar. No entanto, isso faz com que

este estudo continue, posteriormente, para traçar este perfil e analisar as características do que nele for encontrado.

Por fim, espera-se despertar o interesse de outros pesquisadores para investigar a realidade do Corredor Turístico Gastronômico da Varjota, contribuindo assim para a melhoria da atividade turística do lugar.

REFERÊNCIAS

Abrasel-CE - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes do Ceará. (2015) “Abrasel-CE Prioriza Setorização Dos Polos Gastronômicos”. Disponível desde 07/01/2015, em: < <http://www.brasil247.com/pt/247/ceara247/165873/Abrasel-CE-prioriza-setoriza%C3%A7%C3%A3o-dos-polos-gastron%C3%B4micos.htm> >. Acesso em 05/04/2016.

Álvarez, M. (2002) “La cocina como patrimonio (in) tangible”. In: Comisión Para La Preservación Del Patrimonio Histórico Cultural De La Ciudad De Buenos Aires. Buenos Aires: Imprenta del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 2002. p. 11-25. (Temas de Patrimonio Cultural 8)

Ansarah, M. G. R.; Nunes, C. (2007) “Hospitalidade nos serviços de alimentação como diferencial na prestação de serviços”. In: VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Comunicação, Turismo e Hospitalidade. Santos. Disponível em: < <http://74.125.45.104/search?q=cache:sICToAPK27AJ:www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R23061.pdf+a+comida+brasileira+esta+se+tornando+um+novo+atrativo+tur%C3%ADstico+para+diversas+cidades&hl=ptBR&ct=clnk&cd=1&gl=br> >. Acesso em: 05. 05.2014.

Barretto, M. (2001) “Turismo e identidade local: uma visão antropológica”. Papi-rus Editora.

Belisle, F. J. (1983) “Tourism and food production in the Caribbean”. *Annals of Tourism Research*, 10 (4), pp. 497–513.

Beni, M. C. (2006). “Análise Estrutural do Turismo”. São Paulo: Editora SENAC.

Boullón, R. C. (2006) “Planificación del espacio turístico”. -- 4a ed. -- México :Trillas.

Coelho-Costa, E. R. (2012) “Turismo Gourmand: o luxo e a gastronomia como vetores para o apetite de viajar”. *Turismo e Sociedade*, v. 5, n. 1, p. 310-339. Disponível em: < <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/turismo/article/view/26584/17708> >. Acesso em 04/04/2016.

Coelho-Costa, E. R.; Santos, M. S. F. Dos. (2015a): “Estratégia gastronômica na Terra da Luz: desvendando a culinária cearense pelo turismo”, *Revista*

Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 18 (junio 2015). En línea: <http://www.eumed.net/rev/turydes/18/gastronomia.html>

Coelho-Costa, E. R.; Santos, M. S. F. dos. (2015b) "Considerações sobre Cozinha Patrimonial e Turismo". Revista Resgate - Revista Interdisciplinar de Cultura. Campinas, v.23, n.30, p. 5-15, jul./dez. 2015. Disponível em: < <http://www.cmu.unicamp.br/resgate/index.php/resgate/article/view/447/397> >. Acesso em 05/04/2016.

Coelho-Costa, E.R. (2009) "Mistura do dia: a gastronomia e a sua contribuição para o turismo". Revista Eletrônica de turismo Cultural - RETC - ECA/USP, v.03, n.01, p.57-74. < http://www.eca.usp.br/turismocultural/05_gastronomia_e_turismo_ewerton.pdf >. Acesso em 04/04/2016.

Coelho-Costa, E. R.; Santos, M. S. F dos. (2011). "Gastronomia: do cotidiano para o turismo". In: Mota, K.C.N.; Aragão, A.R.F. [Org.] Educação tecnológica: teoria e prática do turismo, da hospitalidade e do lazer. Expressão Gráfica e Editora: Fortaleza, Ceará/Brasil, p. 119-135.

Crouch, David. (2000) "Places around us: Embodied lay geographies in leisure and tourism". Leisure studies, v. 19, n. 2, p. 63-76.

Cunha, Kênia Braz; Oliveira, Leidmar da Veiga. (2009) "A gastronomia enquanto atrativo turístico-cultural". Curso de Pós-Graduação em Geografia, Meio Ambiente e Turismo da Universidade Estadual de Goiás em dezembro de 2009. Disponível em < <http://ad.rosana.unesp.br/docview/directories/Arquivos/Cursos/Apoio%20Did%C3%A1tico/Savanna%20da%20Rosa%20Ramos/Introdu%C3%A7%C3%A3o%20a%20Gastronomia/A-GASTRONOMIA-ENQUANTO-ATRATIVO-TUR%C3%8DSTICO-CULTURAL.pdf> >. Acesso em 22 de Maio de 2014.

Diário Oficial Do Município. (2009) "Fortaleza - Diário Oficial do Município. Ano LVII, n. 14.215, de 30 de dezembro de 2009". Disponível em: < <http://www.fortaleza.ce.gov.br/sites/default/files/arquivos/diariosoficiais/2009/12/Suplemento%20-%2030122009%20-%2014215.pdf> >. Acesso em 06/04/2016.

DN – Diário Do Nordeste.(2015) "Corredor gastronômico atrai na capital". Disponível desde 03/12/2015, em: < <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/suplementos/tur/corredor-gastronomico-atrai-na-capital-1.1445587> >. Acesso em 05/04/2016.

DN - Diário Do Nordeste. (2010) "Varjota concentra bares e restaurantes na Capital." Disponível desde 14/11/2010, em: < <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/negocios/varjota-concentra-bares-e-restaurantes-na-capital-1.667111> >. Acesso em 06/04/2016.

Falcão, J. A. G (1996) "O turismo internacional e os mecanismos de circulação e transferência de renda". In: Eduardo Yasigi (org.) Turismo. Espaço, paisagem e cultura. São Paulo: HUCITEC.

Fratucci, A.C. (2009) “Os Lugares Turísticos: território do fenômeno turístico”. Niterói: EdUFF.

Furtado, F. L. (2004) “A Gastronomia como Produto Turístico”. Revista Turismo, 2004. Disponível: < <http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/gastronomia.html> >. Acesso em: 22 de Maio de 2014.

Garrido, I. L.; Finestralli, M. (2010) “Uso de referências da identidade cultural brasileira no marketing internacional de produtos e marcas de luxo”. Revista de Administração FACES Journal, v. 9, n. 3, p. 57-76 · jul./set. 2010. Disponível em: < <http://www.fumec.br/revistas/facesp/article/view/198/195> >. Acesso em 06/04/2016.

Hall, C.M.; Sharples, L.; Mitchell, R.; Macionis, N.; Cambourne, B. (2003) “Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets”. Butterworth-Heinemann, Oxford (2003).

Hegarty, Joseph A.; O'mahony, G. Barry. (2001) “Gastronomy: A phenomenon of cultural expressionism and an aesthetic for living”. International Journal of Hospitality Management, v. 20, n. 1, p. 3-13, 2001.

IPECE - Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará “Informe n. 43” - novembro 2012 (Edição Especial). Disponível em: < http://www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/ipece-informe/ipece_Informe_43_05_novembro_2012.pdf >. Acesso em 06/04/2016.

Kivela, J. (2003) “Restorani, gastronomija i turisti: nova metoda za ispitivanje turističkog iskustva vezanog za objede”. Turizam, 51 (1), p. 3–18.

Knafou, R. (1996) “Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo”. In: RODRIGUES, Ayr A. B. (org). Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, p 62-74.

Krippendorf, J. A. (2001). “Sociologia do Turismo”. Rio de Janeiro: Editora Civilização brasileira.

Luchiari, M. T. D.P. (1998) “Urbanização Turística: um novo nexos entre o Lugar e o mundo”. In: Luiz Cruz Lima (org.). Da Cidade ao Campo: A Diversidade do saber-fazer turístico. Fortaleza-CE: UECE.

Mitchell, R.; Hall, C. M. (2003) “Consuming tourists: food tourism consumer behavior”. Food tourism around the world: Development, management and markets, p. 60-80. Disponível em: < http://shora.tabriz.ir/Uploads/83/cms/user/File/657/E_Book/Tourism/Food%20Tourism.pdf#page=77 >. Acesso em 04/04/2016.

Moesch, N. M. (1998) “Turismo: virtudes e pecados”. In: Susana Gastal (org.). Turismo: 9 propostas para um saber-fazer. S/local: dos autores.

Muller, S. G. (2012) "Patrimônio cultural gastronômico: identificação, sistematização e disseminação dos saberes e fazeres tradicionais". Tese (doutorado) Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento. Florianópolis: UFSC.

Nicolás, D. H. (1996) "Elementos para un análisis sociogeográfico del Turismo". In Adyr A.B. Rodrigues (org.) Turismo e Geografia. Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais. São Paulo: HUCITEC.

OPOVO. (2015) "Turismo estrangeiro cresce mais de 20% em Fortaleza". Disponível desde 24/04/2015, em: < <http://www.opovo.com.br/app/economia/2015/04/24/noticiaseconomia,3427700/turismo-estrangeiro-cresce-mais-de-20-em-fortaleza.shtml> >. Acesso em 04/04/2016.

Pimentel, E.; Pinho, T.; Vieira, A. (2006) "Imagem da Marca de um Destino Turístico". Turismo Visão e Ação. Vol 8, n.2, p.283-298, maio/ago 2006. Disponível em: < <http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30915859/291-506-1-PB.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1460141514&Signature=OY53OCcRZyBhoOtzK9i%2BGBbudtg%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DImagem+da+marca+de+um+destino+turistico.pdf> > Acesso em 06/04/2016.

Prefeitura De Fortaleza. (2015) "Cresce número de turistas estrangeiros em Fortaleza em comparação a período em ano de Copa do Mundo". Disponível desde 03/08/2015, em: < <http://www.fortaleza.ce.gov.br/noticias/turismo/cresce-numero-de-turistas-estrangeiros-em-fortaleza-em-comparacao-periodo-em-ano-de> >. Acesso em 04/04/2016.

Quan, S.; Wang, N. (2004) "Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism". Tourism Management 25, p. 297-305.

Reynolds, P.C. (1993) "Food and tourism: towards an understanding of sustainable culture". Journal of Sustainable Tourism, 1 (1), p. 48–54.

Rodrigues, A. B. (1997): Turismo e Espaço. Rumo a um conhecimento transdisciplinar São Paulo: Editora HUCITEC.

Santos Bandeira, J.; LIMA, J. R. de. (2015) "Da Delimitação Territorial Do Município De Fortaleza/Ce À Discussão Dos Conceitos De Território E Fronteira". Revista Geonorte, v. 4, n. 2, p. 1039-1052, 2015. Disponível em: < <http://www.revistageonorte.ufam.edu.br/attachments/article/14/DA%20DELIMITA%20C3%87%20C3%83O%20TERRITORIAL%20DO%20MUNIC%20C3%8DPIO%20DE%20FORTALEZA%20CE%20C3%80%20DISCUSS%20C3%83O%20DOS> >

[20CONCEITOS%20DE%20TERRIT%C3%93RIO%20E%20FRONTEIRA.pdf](#)

>. Acesso em 06/04/2016.

Schluter, R. G.(2003) “Gastronomia e Turismo”. São Paulo (SP): Aleph. 2ª, 2003.

Sheldon, P. J.; FOX, M. (1988) “The Role Of Foodservice I n Vacation Choice And Experience: A Cross-Cultural Analysis”. Journal of Travel Research, v. 27, n. 2, p. 9-15.

Silva, Y. F.; Cruz, H.S.B.; Christofolli, A.R.; Lima, F.B.C.; Conceição, A.C.S. (2015) “A Tainha como Patrimônio Cultural e Experiência Turístico-Cultural em Bombinhas, Santa Catarina/Mullet Fish as Cultural Heritage and Tourism Experience in Bombinhas, Santa Catarina, Brazil”. ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade, v. 7, n. 1,pp. 34-53, jan-mar, 2015. Disponível em: < <file:///C:/Users/Bernardo%20Carvalho.IFCE-00X/Downloads/3019-14038-1-PB.pdf> >. Acesso em 07/04/2016.

Snepenger, D.; Snepenger, M.; Dalbey, M.; Wessol, A. (2007) “Meanings and consumption characteristics of places at a tourism destination”. Journal of travel Research, v. 45, n. 3, p. 310-321. Disponível em: < <http://jtr.sagepub.com/content/45/3/310.short> >. Acesso em 04/04/2016.

Sparks, B.; Bowen, J.; Klag, S. (2003) “Restaurants and the tourist market”. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 15 (1), pp. 6–13.

Turismo em Fortaleza. (2014) “Varjota, reduto culinário de Fortaleza”. Disponível em: < <http://turismofortaleza.wordpress.com/2009/10/02/varjota-reduto-culinario-de-fortaleza/> >.Acesso em 26 de abril 2014.

Vela, M.R. (2009) “Rural-cultural excursion conceptualization: a local tourism marketing management model based on tourist destination image measurement”. Tourism Management, 30 (02): 419-428.