

## A GASTRONOMIA E TURISMO NA REGIÃO DOS LENÇÓIS MARANHENSES: UM ESTUDO EM PESQUENOS RESTAURANTES NA VILA DE CABURÉ

DOI: 10.5281/zenodo.18111847

*Luciano Barros da Silva<sup>1</sup>*

*Jonilson Costa Correia<sup>2</sup>*

### RESUMO

Este artigo aborda o mercado da gastronomia em restaurantes da região dos Lençóis maranhenses, na vila de Caburé. O mercado gastronômico se caracteriza como um dos atrativos dessa região, pois apresenta primeiramente um grande caráter histórico e, além disso, um caráter econômico e também social e cultural. O artigo tem como objetivo analisar os cardápios dos restaurantes da vila de Caburé, principalmente dos pequenos restaurantes com o intuito de identificar as refeições mais requisitadas nesses espaços gastronômicos. Essa pesquisa se baseia na abordagem quantitativa, pois utilizou dados numéricos para analisar opiniões sobre os alimentos servidos nos pequenos restaurantes na vila de Caburé - MA. A coleta de dados foi realizada em sete pequenos restaurantes localizados na orla de Caburé. Foi aplicado questionário para os funcionários e gerentes, no segundo semestre do ano de 2025. Conclui-se que a partir da

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

pesquisa que a o setor de gastronomia exerce um papel importante no desenvolvimento do turismo de uma localidade.

**Palavras-chave:** Gastronomia. Cultura. Alimentos. Cardápio. Culinária.

## ABSTRACT

This article addresses the gastronomy market in restaurants in the Lençóis Maranhenses region, in the village of Caburé. The gastronomic market is characterized as one of the attractions of this region, as it presents, firstly, a great historical character and, in addition, an economic, social and cultural character. The article aims to analyze the menus of restaurants in the village of Caburé, mainly small restaurants, in order to identify the most requested meals in these gastronomic spaces. This research is based on a quantitative approach, as it used numerical data to analyze opinions about the food served in small restaurants in the village of Caburé - MA. Data collection was carried out in seven small restaurants located on the Caburé waterfront. A questionnaire was applied to employees and managers in the second half of 2025. It is concluded from the research that the gastronomy sector plays an important role in the development of tourism in a locality.

**Keywords:** Gastronomy. Culture. Food. Menu. Cuisine.

## 1. INTRODUÇÃO

O turismo contemporâneo tem sido marcado por transformações significativas no perfil dos viajantes, que passaram a valorizar experiências autênticas, culturais e sensoriais. Nesse contexto, a gastronomia emerge como elemento central na configuração da oferta turística, assumindo função estratégica na atração e fidelização de visitantes. A alimentação, enquanto

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

prática cultural, ultrapassa sua dimensão biológica e passa a expressar identidades, memórias e modos de vida das comunidades locais.

Os espaços gastronômicos se caracterizam como um dos atrativos mais requisitados no turismo, pois representa a história de um povo, sua economia, suas experiências e também os processos sociais e culturais. Para Richards (2002), a gastronomia tem um importante papel, seja porque a comida é um elemento central da experiência do turista, seja porque a gastronomia se tornou uma importante fonte de expressão identitária na sociedade pós-moderna.

Diante disso observa-se que a identidade de uma região, muitas vezes se dá, pela cultura local e pela culinária ali apresentada. As questões simbólicas relacionadas com o alimento e as comidas são tratadas do ponto de vista antropológico por Da Matta (1986) “onde a comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se”.

Para Reinhard, (2007) “A comida representa uma tradição e não necessariamente faz parte do dia a dia de um povo, o importante é que ela desperta um sentimento de apropriação, que faz com que a comida vista a “roupagem” de seu lugar de origem”. Na Região Nordeste do Brasil, por exemplo, além da influência portuguesa, indígena e negra, algumas localidades receberam, também, contribuições de holandeses, ingleses e franceses. Onde se pode afirmar que a parte do litoral do nordeste que vai do Piauí até o sul da Bahia utilizam na sua culinária como alimentos básicos, a

farinha de mandioca, o feijão, a carne de sol (influência indígena), a rapadura, o milho, peixes e frutos do mar.

No sertão nordestino existem pratos a base de carne bovina e/ou caprina, o leite e a manteiga, o feijão, a batata doce, mandioca, alguns legumes e frutas nativas. Os pratos típicos como o angu e cuscuz (que variam de acordo com o modo de preparo e dependendo do local), e a abóbora com leite, queijo com rapadura, a batata doce com café, doce de leite com banana, a polenta com leite e a galinha cabidela (influência portuguesa), o acarajé, vatapá, abará e o caruru (influência africana).

Assim, entende-se que "as comidas do Brasil possuem uma diversidade nos sabores, influenciadas por fatores ambientais (solo, clima, disposição geográfica, fauna) e pelo tipo de colonização"(M.S., 2004). A gastronomia que é comercializada nos cardápios dos pequenos restaurantes de Caburé, na região dos lençóis maranhenses, nos traz a refletir sobre essa diversidade com características de comidas do litoral, mas também de outros lugares do Brasil.

O objetivo deste trabalho foi analisar os cardápios dos pequenos restaurantes da vila de Caburé, principalmente com o intuito de identificar as refeições mais requisitadas nesses espaços gastronômicos.

## **2. DA RELAÇÃO ENTRE GASTRONOMIA, GESTÃO DE CARDÁPIOS E TURISMO**

O referencial teórico deste trabalho apresenta a relação entre gastronomia e turismo e conceitos de cardápio que foi o objeto de estudo da pesquisa.

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

Trazer a o tema gastronomia alinhado com as atividades turísticas de uma localidade é sempre um desafio, principalmente quando se trata de um lugar pouco explorado como é caso dos pequenos restaurantes na Vila de Caburé na região dos Lençóis maranhenses.

Nos últimos anos a gastronomia tornou-se um importante atrativo turístico, principalmente no que diz respeito a atrativo turístico- cultural, tendo em vista que os hábitos alimentares de um povo e os seus modos de fazer identificam e expressam a identidade de uma comunidade (CUNHA; OLIVEIRA, 2009).

Para destacar essa importância é necessário abordar primeiramente o que é gastronomia. Para a Braune (2007, p. 14):

*Gastronomia é uma disciplina que exige arte não somente de quem executa, mas também de quem a consome ou usufrui. É artesanato, porque exige de quem a faz conhecimento, habilidade e técnica. É uma arte ou ciência que exige conhecimento e técnica de quem a executa e formação do paladar de quem a aprecia.*

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

Desse modo, gastronomia não pode ser reduzida à cozinha e à comida, ela mobiliza todo um repertório de maneiras de se relacionar com ela que se materializa na cerimônia da refeição, ritual que só pode ser compreendido em sua ligação com a dinâmica dos estilos de vida; envolve o aparato material das refeições – a comida, os vinhos, a elaboração do cardápio assim como a decoração dos pratos, da mesa e da sala de refeições (BUENO, 2016).

A gastronomia ainda é compreendida como campo interdisciplinar, envolve aspectos culturais, sociais e identitário da alimentação, bem como o domínio de técnicas culinárias. Conforme Montanari (2013), a alimentação deve ser entendida como um fenômeno cultural, no qual os alimentos expressam valores, tradições e modos de vida.

A gastronomia se apresenta dessa forma como um elemento cultural e imaterial que se materializa em diversas formas como é citado por Bueno (2016). Uma das formas de se materializar a gastronomia, ou seja, de visualizá-la é através dos saberes técnicos ligados à alimentação tais como: a identidade culinária do estabelecimento; a escolha de ingredientes e técnicas de preparo; a experiência sensorial e simbólica do cliente e a valorização da cultura alimentar de um lugar.

Esses saberes técnicos expressados acima dialogam diretamente com a gestão de cardápios dos espaços gastronômicos, pois o cardápio nesse sentido, é uma expressão concreta da gastronomia, traduzindo conceitos culinários em ofertas acessíveis ao público.

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

O cardápio, nesse sentido, torna-se um instrumento de mediação entre a cultura alimentar e o consumidor, traduzindo conceitos gastronômicos em propostas concretas de consumo.

A gestão de cardápios em espaços de alimentos e bebidas garante que a proposta gastronômica seja viável, coerente e competitiva. E enquanto a gastronomia estimula a criatividade, inovação e identidade cultural, a gestão de cardápios assegura: rentabilidade dos pratos, qualidade constante, eficiência operacional e tomada de decisões baseada em indicadores (engenharia de cardápio, margem de contribuição e popularidade dos pratos).

Essa integração evita que o cardápio seja apenas um instrumento meramente técnico, uma estratégia de vendas, e uma ferramenta de atendimento aos clientes, se tornado algo que promove o equilíbrio entre arte culinária e gestão.

De acordo com Davis et al. (2012), o cardápio influencia diretamente os custos operacionais, o controle de estoques, o desperdício de alimentos e a rentabilidade do empreendimento. Elementos como padronização de receitas, análise de custos, engenharia de cardápio e adequação ao público-alvo são essenciais para garantir a viabilidade econômica sem comprometer a identidade gastronômica.

O cardápio é o elo entre a gastronomia e a administração, pois transforma o gastronômico em uma proposta organizada, sustentável e economicamente viável, assegurando que a identidade culinária se mantenha sem perder eficiência e qualidade. Segundo Walker (2018), essa articulação é

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

fundamental para a manutenção da qualidade dos serviços de alimentação e para a fidelização dos clientes.

Assim, considerando o caráter interdisciplinar da gastronomia assim como o objetivo deste trabalho, é importante trazer à tona a sua relação com o turismo, considerando ainda que a Vila de Caburé está em umas das regiões do Maranhão onde o turismo tem despontado como uma das principais atividades econômicas.

A relação entre gastronomia e turismo tem se consolidado como um campo relevante de investigação acadêmica, especialmente no contexto do turismo contemporâneo, marcado pela busca por experiências autênticas, identitárias e culturalmente significativas. A gastronomia, tradicionalmente compreendida como um serviço complementar à atividade turística, passou a ocupar posição central na configuração e na promoção dos destinos, assumindo o papel de atrativo cultural, econômico e simbólico (RICHARDS, 2012).

No âmbito do turismo experiencial, a gastronomia assume papel estratégico na qualificação da experiência turística. De acordo com Pine e Gilmore (1999), a experiência constitui elemento central na economia contemporânea, e, nesse contexto, a alimentação transforma-se em vivência sensorial, emocional e simbólica. Festivais gastronômicos, rotas culinárias, visitas a mercados tradicionais, experiências com produtores locais e atividades de cozinha participativa ampliam a interação do turista com o destino, promovendo envolvimento, aprendizado e construção de memórias afetivas.



# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

Sob a perspectiva econômica, a integração entre gastronomia e turismo contribui significativamente para o desenvolvimento local e regional. A cadeia produtiva da alimentação — que envolve agricultores familiares, pescadores artesanais, produtores locais, restaurantes e serviços turísticos — gera emprego, renda e dinamização econômica. Segundo Hall e Sharples (2003), o turismo gastronômico pode atuar como instrumento de diversificação da oferta turística, reduzindo a sazonalidade e promovendo a inclusão social quando articulado a políticas públicas consistentes.

Além disso, a gastronomia exerce influência direta na construção da imagem e no posicionamento competitivo dos destinos turísticos. Destinos associados a cozinhas reconhecidas nacional ou internacionalmente utilizam a gastronomia como elemento de diferenciação e fortalecimento de marca. Conforme Richards (2012), a comida torna-se um recurso estratégico de place branding, contribuindo para a atração de fluxos turísticos e para o reconhecimento simbólico dos territórios.

A relação entre gastronomia e turismo também se articula aos princípios da sustentabilidade. A valorização de ingredientes locais, o respeito à sazonalidade, a preservação da biodiversidade alimentar e o estímulo ao consumo responsável estão alinhados às diretrizes do turismo sustentável. De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2019), práticas gastronômicas sustentáveis contribuem para a preservação ambiental, o fortalecimento cultural e o desenvolvimento econômico equilibrado dos destinos.

Dessa forma, a gastronomia, quando integrada ao turismo de maneira planejada e participativa, configura-se como instrumento de valorização cultural, desenvolvimento sustentável e enriquecimento da experiência turística. A compreensão dessa relação revela-se fundamental tanto para a formulação de políticas públicas quanto para a atuação profissional nos campos do turismo, da hospitalidade e da gastronomia.

Essa análise da relação entre gastronomia e turismo evidencia que a alimentação desempenha papel estratégico no turismo contemporâneo, ultrapassando a função de serviço complementar e consolidando-se como atrativo cultural, econômico e simbólico.

A gastronomia contribui para a valorização do patrimônio cultural imaterial, qualifica a experiência turística, fortalece identidades locais e promove o desenvolvimento sustentável dos destinos. Contudo, sua integração ao turismo deve ocorrer de forma planejada e participativa, respeitando os saberes tradicionais e evitando processos de descaracterização cultural.

### **3. METODOLOGIA**

Essa pesquisa se baseia na abordagem quantitativa, pois utilizou dados numéricos para analisar opiniões sobre os alimentos servidos nos pequenos restaurantes na vila de Caburé - MA. Foram analisadas obras clássicas e contemporâneas sobre gastronomia, turismo cultural, turismo gastronômico e experiência turística, além de documentos institucionais de organismos internacionais, como a Organização Mundial do Turismo (OMT) e a UNESCO.

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

Segundo Gerhardt e Silveira (2009) a pesquisa quantitativa “[...] se centra na objetividade [...]recorre à linguagem matemática para descrever as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, etc.”

A pesquisa bibliográfica, para Fonseca (2002),

*é realizada [...] a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. (FONSECA, 2002, p. 32).*

A abordagem teórico-bibliográfica permitiu compreender a gastronomia como fenômeno cultural e social, bem como identificar suas interfaces com o turismo e o desenvolvimento sustentável. A análise dos dados foi realizada de forma interpretativa, buscando estabelecer relações entre os conceitos apresentados pelos autores selecionados.

Porntanto, após a definição da abordagem quantitativa da pesquisa, e da pesquisa bibliográfica, passou-se para a fase da coleta dos dados, que implica em um primeiro momento a escolha do instrumento. Nesse caso foi utilizado um questionário com perguntas abertas e fechadas. segundo Gil (2009), o questionário é uma técnica de investigação com questões que possuem o propósito de obter informações; segundo Parasuraman (1991), é um conjunto de questões feito com o fim de gerar os dados necessários para se atingirem os objetivos de uma pesquisa.

A coleta de dados foi realizada em sete pequenos restaurantes localizados na orla de Caburé. Foi aplicado questionário para os funcionários e gerentes, no segundo semestre do ano de 2025.

## **4. O CENÁRIO DA PESQUISA: A VILA DE CABURÉ**

Caburé é uma península de areia no Maranhão, localizada entre o Rio Preguiças e o Oceano Atlântico, que faz parte do Circuito Caburé, um dos passeios mais famosos para quem visita os Lençóis Maranhenses.

A palavra Caburé" procede do tupi antigo *kaburé*, que designa uma espécie de coruja com tufo na cabeça. A vila de Caburé está situada na região nos pequenos lençóis maranhenses na parte que pertence ao município de Barreirinhas, localizada a 272 quilômetros a leste da capital maranhense.

Segundo Martins (2008) o povoado de Caburé tem como atrativos principais as paisagens naturais e espaços gastronômicos (alimentação, banho de rio e mar).

Observa-se a partir do exposto que esta localidade tem uma grande importância no desenvolvimento das atividades relacionadas ao turismo no Maranhão e de modo particular na região do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses – Barreirinhas.

## **5. OS ACHADOS DA PESQUISA: DISCUSSÕES E ANÁLISES**

O crescimento do turismo em Barreirinhas em 2025 é significativo, impulsionado pelo aumento do fluxo aéreo, melhoria da infraestrutura e projeção de superar 400 mil visitantes. O destino se beneficia do reconhecimento do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses como patrimônio da humanidade, o que o torna mais acessível e atraente, com alta aprovação por parte dos turistas que valorizam as belezas naturais do local.

De forma natural este crescimento reflete não somente na sede do município, mas em todos os seus povoados que compõem o conjunto de atrativos turísticos da região, inclusive Caburé.

Secretaria de Turismo do Maranhão (Setur-MA, 2025) divulgou dados que revelam um crescimento expressivo no fluxo turístico do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, abrangendo os municípios de Barreirinhas e Santo Amaro. Entre janeiro e julho de 2025, foram registrados 381.131 visitantes, contra 277.091 no mesmo período de 2024, o que representa um aumento de 37,55% na visitação.

Esse crescimento está atrelado a vários aspectos, dentre eles o setor de gastronomia como serviços de alimentação e bebidas. Devido à sua localização privilegiada a região dos lençóis dispõe de uma gastronomia

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

baseada principalmente em pescados e frutos do mar, o que deriva em uma enorme variedade de pratos da culinária maranhense (peixada, peixe frito, camaroadá, entre outros).

Para Schluter (2003, p. 70):

*A gastronomia como patrimônio local está sendo incorporada aos novos produtos turísticos orientados a determinados nichos de mercado, permitindo incorporar aos agentes da própria comunidade na elaboração desses produtos, assistindo ao desenvolvimento sustentável da atividade.*

No entanto, é preciso compreender que a gastronomia por si só não é capaz de se tornar um atrativo turístico, ela deve acompanhar outros elementos que a compõe, a matéria prima, a mão-de-obra local que produz o produto final, os lugares dos serviços gastronômicos (restaurantes e bares) e outros.

A partir da pesquisa realizada em sete pequenos restaurantes foi possível perceber que esses lugares de serviços gastronômicos precisam acompanhar os novos modelos de gestão, que envolve desde as equipes, os fornecedores,

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

o planejamento dos espaços até chegar no cardápio, principal ferramenta de diálogo entre cliente e garçom.

O cardápio recebe outras denominações como: menu, lista ou carta, é uma forma de informar, vender e promover a publicidade de um estabelecimento que visa auxiliar os consumidores na escolha dos alimentos e nutrientes que serão ingeridos no momento da alimentação (SILVA; MARTINEZ, 2008).

Atualmente os cardápios tem se modernizado muito, isto para facilitar o conto com o cliente. Existem hoje os cardápios virtuais, que com uso de QRCODE facilita bastante a escolha do prato e também agiliza o atendimento e o preparo dos alimentos.

Um primeiro questionamento sobre os cardápios dos restaurantes pesquisados em Caburé foi sobre a relação que este serviço tem com os atendimentos aos turistas. E todos responderam que *“muitas empresas de turismo, usam esse tipo de cardápio para se adiantar nas solicitações das refeições dos clientes enquanto realizam o passeio pelas belezas naturais como as praias, rios e dunas dos lençóis maranhenses”*.

Além disso os entrevistados responderam que houve *“uma redução dos números de erros dos pedidos, o que contribuiu para melhor satisfação do cliente”*.

Porém apontaram que ponto negativo e que dentre os sete cardápios analisados somente três trabalham com o sistema de QRCODE devido ao investimento ser alto. O que não é verdadeiro, pois em pesquisa realizada em portais de criação de cardápios digitais foi possível verificar que essa opção

# REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

é simples e de baixo custo, ideal para estabelecimentos que desejam apenas substituir o cardápio físico.

Alguns dos dados obtidos foram compilados em um quadro, ou seja, uma forma mais resumida de preferências, a existência de cardápio, se trabalham com cardápio digital (QRCODE), valores dos pratos e refeições diferenciadas que não seguem um padrão de consumo.

## Quadro 01 – Resumo da pesquisa em pequenos restaurantes da Vila de Caburé.

RESTAURANTES	TRABALHAM COM QR CODE	POSUEM CARDÁPIO	REFEIÇÃO COM MELHOR SAÍDA	REFEIÇÃO MENOR SAÍDA	REFEIÇÕES DIFERENCIADAS	VALOR MÉDIO DAS REFEIÇÕES
POR TAL DO CABURÉ	NÃO	SIM	PEIXA DA à MODA DA CASA	FILÉ DE FRANGO NA CHAPA	PEIXE GRELHADO P/5 PESSOAS	R\$ 170,00



# REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

DUD U & SÓFI A	NÃO	SIM	PEIXA DA à MODA DA CASA	FRANG O A PASSA RINHO	PEIXE GRELH ADO P/5 PESSOA S	R\$ 160,00
BRIL HO DO SOL	NÃO	SIM	PEIXA DA à MODA DA CASA	OMELE TE P/2 PESSO AS	PEIXE GRELH ADO P/5 PESSOA S	R\$ 170,00
CAB ANA MAR DE SAB OR	SIM	SIM	PEIXA DA à MODA DA CASA	FILE DE FRANG O (FRITO OU GRELH ADO)	CALDEI RADA DE CAMAR ÃO S/CASC A	R\$ 160,00
LÁ MAR É	SIM	SIM	PEIXA DA à MODA	FILE DE FRANG O À	CAMAR ÃO NO ABACA XI	R\$ 160,00

REVISTA TÓPICOS – ISSN: 2965-6672

# REVISTA TÓPICOS

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

			DA CASA	MODA DA CASA		
PÔR DO SOL	NÃO	SIM	PEIXA DA à MODA DA CASA	FILÉ DE FRANG O NA CHAPA COM FRITAS	PEIXE GRELH ADO P/5 PESSOA S	R\$ 170,00
POR TO DE CAB URÉ	SIM	SIM	PEIXA DA à MODA DA CASA	FRANG O A PASSA RINHO	PEIXE GRELH ADO AO MOLHO DE CAMAR ÃO	R\$ 170,00

**Fonte:** Trabalho de campo, 2025.

O quadro acima demonstra que dentre os pratos típicos, o mais consumido é peixada à moda da casa. A peixada maranhense é um prato rico em sabor e muito simples de preparar, feito com pescada amarela e camarões. A pescada é cozida com um molho muito saboroso, feito com cebola, alho, pimentões,

tomates, batatas e ovos cozidos. Os camarões entram na finalização do prato, devido ao seu rápido cozimento (Nascimento; Nascimento, 2023).

A pesquisa revelou, ainda, que a iguaria que é menos pedida nos restaurantes é o filé de frango na chapa, pois considerando que as pessoas estão em uma região de mar, há uma preferência maior por frutos do mar e pescados. As escolhas alimentares podem ser influenciadas por preferências individuais, fatores ecológicos, econômicos, sociais e culturais, bem como por aversões (MACBETH; LAWRY, 1997).

No caso das escolhas dos clientes em restaurantes de Caburé, deduz-se que os fatores preponderantes sejam as preferências individuais, a proximidade com o mar (fatores ecológicos) e o cultural do lugar (as experiências).

O fator econômico não é considerado, pois os valores dos pratos são muito parecidos se comparados entre os estabelecimentos pesquisados.

E por fim existem os pratos diferenciados a exemplo da caldeirada que é feita com camarões graúdos cozidos e engrossada com farinha branca, temperos e ovos cozidos. E além disso, o peixe grelhado e camarões com abacaxi.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta parte do trabalho teve como objetivo deste trabalho foi analisar os cardápios dos pequenos restaurantes da vila de Caburé, principalmente com o intuito de identificar as refeições mais requisitadas nesses espaços gastronômicos.

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

Os dados da pesquisa demonstraram que o item de maior preferência nos cardápios foi a peixada à moda da casa. A peixada é um prato típico da região do litoral maranhense, e por isso devido a sua influência local, provavelmente é o prato mais consumido pelos turistas.

Também, outro aspecto pesquisado foi o uso de novas tecnologias no a dia dos restaurantes de Caburé, como foi o caso do uso de QRCODE na realização de pedidos, agilidade no atendimento aos clientes. Apenas três dos sete restaurantes pesquisados já aderiram a este tipo de cardápio digital.

Por fim observa-se a partir da pesquisa que a o setor de gastronomia exerce um papel importante no desenvolvimento do turismo de uma localidade.

Conclui-se, portanto que apesar da sua importância, os estudos sobre a gastronomia maranhense, sobre cardápios e sobre os lugares dos lençóis maranhenses ainda são frágeis, necessita-se, portanto, de mais estudos que desvelem esse protagonismo da gastronomia nas comunidades turísticas do Maranhão, em particular na região de Barreirinhas, e em particular a Vila de Caburé.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRAUNE, R. e FRANCO, S. O que é Gastronomia. São Paulo (SP): Brasiliense, Col. 322, primeiros passos, 1ª edição, 2007.

BUENO, Maria Lúcia. Da gastronomia francesa à gastronomia global: Hibridismos e identidades inventadas. Caderno CrH, v. 29, n. 78, p. 443-462, 2016

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

CUNHA, K. B.; OLIVEIRA, L. V. A Gastronomia Enquanto Atrativo Turístico-Cultural Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-Graduação em Geografia, Meio Ambiente e Turismo). Universidade Estadual de Goiás, 2009.

DAMATTA, Roberto. Sobre o simbolismo da comida no Brasil. **Correio da Unesco**, ano 15, n. 7, julho. 1987.

DAVIS, Bernard et al. **Food and beverage management**. 5. ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2012.

ETO, Tatiana Cristina Teixeira. **Planejamento de cardápio**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2018.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila. GARCIA, R.W.D. Dieta Mediterrânea: inconsistências ao se preconizar modelos de dieta. **Cadernos de Debate**, Campinas, Vol. VIII, 28-36, 2001.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. (Org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

HALL, C. Michael; SHARPLES, Liz. The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In:

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

HALL, C. Michael et al. (org.). **Food tourism around the world**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003.

MACBETH, H.; LAWRY, S. **Food Preferences and Taste**. In: MACBETH, H. Food Preferences and Taste. Oxford: Berghahn Books. 1997.

MARTINS, E. M. **Desenvolvimento Local E Atividade Turística Em Barreirinhas – Cidade Portal dos Lençóis Maranhenses**. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Estadual de Londrina. Londrina, 2008.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Cultura Alimentar. Faculdade de Ciências da Saúde da Universidade de Brasília – Área Técnica de Alimentação e Nutrição do Departamento de Atenção Básica da Secretaria de Política de Saúde do Ministério da Saúde**. 2004. Disponível em: [http://nutricao.saude.gov.br/documentos/alimentacao\\_cultura.pdf](http://nutricao.saude.gov.br/documentos/alimentacao_cultura.pdf) Acesso: 15/10/2025.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2013.

NASCIMENTO, E. C. M.; NASCIMENTO, D.C. Heranças Portuguesas que Permanecem nas Receitas Salgadas da Culinária Maranhense. In: **Alimentos e nutrição: promoção da saúde e qualidade de vida**. Atena Editora, 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Turismo e gastronomia: desenvolvimento sustentável**. Madrid: OMT, 2019.

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

PARASURAMAN, A. **Marketing research**, 2ª ed. New York: Addison-Wesley Publishing Company, 1991.

PINE, B. Joseph; GILMORE, James H. **The experience economy**. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

REINHARDT, J.C. **Dize-me o que comes e te direi quem és: alemães, comida e identidade**. Dissertação (Doutorado em História) – Faculdade de Ciências, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2007.

RICHARDS, G. Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption?. In: Hjalager, A. M. & Richards, G. (Eds.), **Tourism and gastronomy**.pp. 3-20, 2002.

RICHARDS, Greg. **Food and the tourism experience**. Journal of Tourism Consumption and Practice, v. 4, n. 1, p. 1–17, 2012.

SCHLUTER, Regina G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo (SP): Aleph. 2ª Edição. Revista, 2006.

SILVA, Sandra Maria Chemin Seabra; MARTINEZ, Sílvia. **Cardápio: guia prático para elaboração**. 2 ed. São Paulo: Roca, 2008.

SILVA, L. M DA. A Influência do Cardápio na Hospitalidade e Sustentabilidade do Restaurante: Um Estudo de Caso do Restaurante Taioba Gastronomia. ENGEMA – **Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente da FEA/USP (ANAIS)**. São Paulo, 2024.

# REVISTA TÓPICOS

---

<https://revistatopicos.com.br> – ISSN: 2965-6672

WALKER, John R. **The restaurant: from concept to operation**. 7. ed. Hoboken: Wiley, 2018.

<sup>1</sup> Discente do Curso Superior de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão- *Campus* do Bacanga. E-mail: [luciano.barros@discente.ufma.br](mailto:luciano.barros@discente.ufma.br)

<sup>2</sup> Docente do Curso Superior de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão- *Campus* do Bacanga. Doutor em Educação (PPGE/FaE/UFGM).  
E-mail: [jonilson.costa@ufma.br](mailto:jonilson.costa@ufma.br)