

LA GASTRONOMÍA COMO MARCA DE DESTINO

Proposiciones en Minas Gerais - Brasil

Lélis Maia Brito
Universidad Federal de
Ouro Preto - Brasil
Delane Botelho
Fundación Getúlio Vargas
São Paulo, Brasil

Las marcas de destino conforman un campo de estudio multi e interdisciplinario porque abordan diversas variaciones e interpretaciones en términos de identidad de lugar. Una de ellas es el turismo gastronómico, también conocido como 'gastroturismo' o turismo culinario, que se ha fortalecido en la valoración de los aspectos culturales y culinarios locales. Si bien la gastronomía era considerada como un elemento de apoyo al turismo, ahora se la considera como principal atractivo; una alternativa para presentar el lugar, crear su identidad y atraer visitantes. Así, se ha convertido en un importante elemento de marca capaz de promover el turismo y los valores culturales locales. Este artículo teórico relaciona los abordajes de marcas de destino y la gastronomía, discute el rol de la gastronomía como marca de destino y reflexiona sobre la gastronomía del Estado de Minas Gerais en el ámbito del debate sobre marca de destino. El artículo relaciona las discusiones teóricas sobre marcas de destino con la gastronomía, indica las principales investigaciones del área y amplía la reflexión al contextualizar la gastronomía mineira ante las propuestas presentadas.

PALABRAS CLAVE: turismo, gastroturismo, gastronomía, marca de destino, Minas Gerais.