

**A integração do queijo artesanal na cadeia produtiva do turismo:  
um estudo dos municípios de Currais Novos e Tenente Laurentino  
Cruz/RN**

**The integration of artisanal cheese in the tourism production chain:  
a study of the municipalities of Currais Novos and Tenente Laurentino  
Cruz/RN**

**Fernanda Rayssa da Silva**

Graduada em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2818-2550>

E-mail: [fernandarayssa1910@gmail.com](mailto:fernandarayssa1910@gmail.com)

**Eduardo Cristiano Hass da Silva**

Doutor em Educação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos)

Professor do Curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
(UFRN)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-3906-5448>

E-mail: [eduardo.hass@ufrn.br](mailto:eduardo.hass@ufrn.br)

**Resumo**

Na região do Seridó potiguar se observa a presença da gastronomia no cenário cultural identitário. Entre os produtos fabricados e comercializados na região, destaca-se o queijo artesanal. Por esse motivo, a presente pesquisa tem como objetivo analisar a produção de queijo artesanal em relação à sua integração à cadeia produtiva do turismo a partir das experiências de um produtor da cidade de Currais Novos/RN e um da cidade de Tenente Laurentino Cruz/RN. Metodologicamente esta pesquisa de abordagem qualitativa é caracterizada como exploratório-descritiva; utiliza dados coletados in loco a partir de entrevistas semiestruturadas com dois produtores e empresários de queijo artesanal. Além disso, recorre à pesquisa bibliográfica, contato via aplicativo de mensagens e visitas a duas queijarias. Do ponto de vista teórico, a pesquisa recorre aos estudos sobre cultura, patrimônio cultural e gastronômico e turismo cultural. Os resultados apontam que apesar das particularidades dos dois produtores estudados, ambos possuem potencial para inserção na cadeia produtiva do turismo, especialmente para o turismo gastronômico.

**Palavras-chave:** Queijo artesanal. Turismo Cultural. Gastronomia. Seridó potiguar

## **Abstract**

In the Seridó region of Rio Grande do Norte, gastronomy is present in the cultural identity scene. Among the products manufactured and sold in the region, artisanal cheese stands out. For this reason, this research aims to analyze the production of artisanal cheese in relation to its integration into the tourism production chain based on the experiences of a producer from the city of Currais Novos/RN and one from the city of Tenente Laurentino Cruz/RN. Methodologically, this qualitative research is characterized as exploratory-descriptive; it uses data collected on site from semi-structured interviews with two artisanal cheese producers and entrepreneurs. In addition, it uses bibliographical research, contact via messaging application and visits to two cheese factories. From a theoretical point of view, the research uses studies on culture, cultural and gastronomic heritage and cultural tourism. The results indicate that despite the particularities of the two producers studied, both have potential for insertion into the tourism production chain, especially for gastronomic tourism.

**Keywords:** Artisanal cheese. Cultural tourism. Gastronomy. Seridó potiguar.

## **1 INTRODUÇÃO**

O texto apresentado dá continuidade à pesquisa que resultou no Trabalho de Conclusão de curso intitulado “A Integração do Queijo Artesanal na Cadeia Produtiva do Turismo em Currais Novos e Tenente Laurentino Cruz/RN” (Silva, 2024b), defendido no curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), campus da Faculdade de Engenharia, Letras e Ciências Sociais do Seridó (FELCS). Além disso, integra as atividades que são desenvolvidas pelo Grupo de Estudos em Patrimônio Cultural e Turismo (GEPCTur) da FELCS.

A história da gastronomia se articula com a história da humanidade, visto que a necessidade de se alimentar, seja por razões biológicas ou culturais, é inerente a todo ser humano. Ao longo desse percurso, surgem diversos conflitos referentes à alimentação (Laraia, 2001; Santos, 2018).

Os alimentos contêm nutrientes que são indispensáveis para o organismo do ser humano, para que ele possa desenvolver as várias atividades em seu cotidiano. Para Schlüter (2003, p.16), “o alimento não é simplesmente um objeto nutritivo que permite saciar a fome, mas algo que também tem um significado simbólico em uma determinada sociedade.”

Assim como em relação à alimentação, cada região possui seus costumes, tradições e insumos para a valorização da identidade e pertencimento (Laraia, 2001), passando de geração para geração, preservando um legado histórico e criando uma memória coletiva. Ao pensar sua relação com o turismo, a gastronomia ganha cada vez mais visibilidade, devido à cultura local dos destinos e à história de cada alimento. Schlüter (2003, p. 89) afirma que “a gastronomia não só nutre o corpo e o espírito, mas faz parte da cultura dos povos.”

Ainda de acordo com Schlüter (2003, p. 69), o turismo se apropria das diferentes manifestações patrimoniais das localidades visitadas. Segundo a autora, “o uso turístico do patrimônio faz com que a gastronomia adquira cada vez maior importância para promover um destino e para atrair fluxos turísticos”.

Essas colocações podem ser mobilizadas para se pensar a região do Seridó potiguar, na qual se observa a presença da gastronomia no cenário cultural identitário, por meio de

seu povo, suas práticas e sabores, com personalidades singulares que se diferenciam e criam um sentimento de pertença do seridoense.

O queijo produzido na região do Seridó potiguar é conhecido em diversos lugares e pelos próprios seridoenses, já que é comercializado em diferentes cidades da região. Dessa forma, a pesquisa apresentada tem como objetivo analisar a produção de queijo artesanal em relação à sua integração com a cadeia produtiva do turismo a partir das experiências de um produtor localizado na cidade de Currais Novos/RN e outro na cidade de Tenente Laurentino Cruz/RN.

A investigação apresenta relevância científica, social e pessoal. Em relação à relevância científica, é possível afirmar que a pesquisa contribui para uma temática pouco explorada em investigações sobre a produção de queijo e sobre a região do Seridó Potiguar. Em pesquisas bibliográficas relacionadas ao tema, em repositórios e anais são encontrados uma extensa bibliografia referente à gastronomia seridoense e turismo gastronômico, mas não há pesquisas específicas sobre o queijo artesanal do Seridó no contexto turístico.

Além da relevância científica, a pesquisa também possui relevância social. Acredita-se que, ao tomar o queijo produzido nas cidades de Currais Novos/RN e Tenente Laurentino/RN, contribui-se para integrar a comunidade local, em especial os produtores do queijo no turismo, estimulando o desenvolvimento regional, e salvaguardando um saber-fazer que é parte da cultura presente nesses municípios. Por fim, a pesquisa possui uma relevância pessoal, uma vez que dá continuidade às investigações feitas pelos autores, os quais são moradores da região do Seridó Potiguar e se sentem motivados pela temática.

O texto encontra-se estruturado em cinco partes. Após a Introdução, situa-se os lugares e contextos aos quais a pesquisa se refere. A investigação prossegue com um tópico destinado à apresentação dos referenciais teóricos e outro para os referenciais metodológicos mobilizados. Por fim, discute-se a inserção do queijo artesanal na cadeia produtiva do Turismo.

## **2 SITUANDO LUGARES E CONTEXTOS: CURRAIS NOVOS E TENENTE LAURENTINO CRUZ**

Conforme se destacou anteriormente, a pesquisa centra sobre a produção de queijo em dois municípios do Seridó Potiguar, sendo eles Currais Novos e Tenente Laurentino Cruz. Gomes (2017, p. 368-369) destaca que a região é composta por vinte e cinco municípios, sendo eles:

Acari, Bodó, Caicó, Carnaúba dos Dantas, Cerro Corá, Cruzeta, Currais Novos, Equador, Florânia, Ipueira, Jardim de Piranhas, Jardim do Seridó, Jucurutu, Lagoa Nova, Ouro Branco, Parelhas, Santana do Matos, Santana do Seridó, São Fernando, São João do Sabugi, São José do Seridó, São Vicente, Serra Negra do Norte, Tenente Laurentino Cruz e Timbaúba dos Batistas

Currais Novos está localizado no interior do Rio Grande do Norte, a 187,3 km da capital do estado, Natal, e integra o Polo de Turismo Seridó. Tem sua origem relacionada ao chamado ciclo do gado, no século XVIII e à figura do Coronel Cipriano Lopes Galvão que teria chegado à região em 1755 e se casado com dona Adriana de Holanda e Vasconcelos. O coronel fixou residência na região do Totoró, local no qual criou os chamados currais e comercializou gado. Cipriano Lopes Galvão faleceu em 1764, deixando

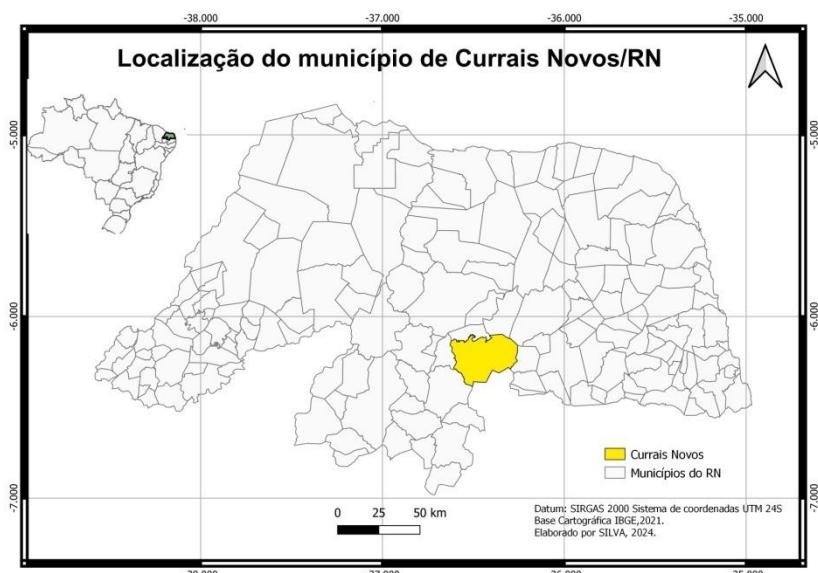
seis filhos (Taveira, 2023a). Apesar dessas narrativas, cabe salientar que o espaço já era habitado por grupos indígenas, constantemente invisibilizados pelas narrativas.

Quanto à denominação da cidade, as narrativas costumam associá-la aos “currais novos”, construídos pelo Capitão-Mór Galvão que, tornaram-se símbolos do desenvolvimento pastoril da região, passando a designar, com o tempo, a fazenda, a capela, o povoado, a vila, e, consequentemente, o próprio município (Taveira, 2023a).

Atualmente, o município conta com várias atividades econômicas, dentre as quais estão mineração, turismo, serviços e comércio. Geograficamente, a cidade pode ser vista como uma das portas de entrada para a região Seridó Potiguar, e tem potencialidade para a interiorização do turismo. Conta com diversos atrativos naturais e culturais, meios de hospedagem e equipamentos de alimentos e bebidas.

Na sequência, a figura 1 localiza o Rio Grande do Norte no mapa do Brasil, com atenção para o município de Currais Novos, em destaque amarelo.

**Figura 1 – Localização do município de Currais Novos/RN**



Fonte: Silva, 2024b.

O município conta com vários espaços que se convertem em atrativos culturais, podendo ser apropriados pelo turismo, em especial pelo turismo cultural. Dentre as modalidades do turismo cultural, o gastronômico (Brasil, 2010) possui potencial significativo. O turismo também ocorre no município pela religiosidade especialmente, através das festas das capelas, igrejas e matrizes. A padroeira da cidade é Sant'Ana, a qual tem sua festa no calendário de eventos, no mês de julho, fazendo com que milhares de fieis se desloquem para a cidade, seja para visitar familiares e amigos ou pela fé, fazendo com que a economia e o turismo se movimentem no município (Taveira, 2023a).

Conforme apontado por Bezerra (2024), um dos espaços que pode contribuir para a promoção de atividades gastronômicas é a feira livre, localizada no centro da cidade. Dentre os produtos comercializados, destacam-se produtos agropecuários, em especial os derivados do leite.

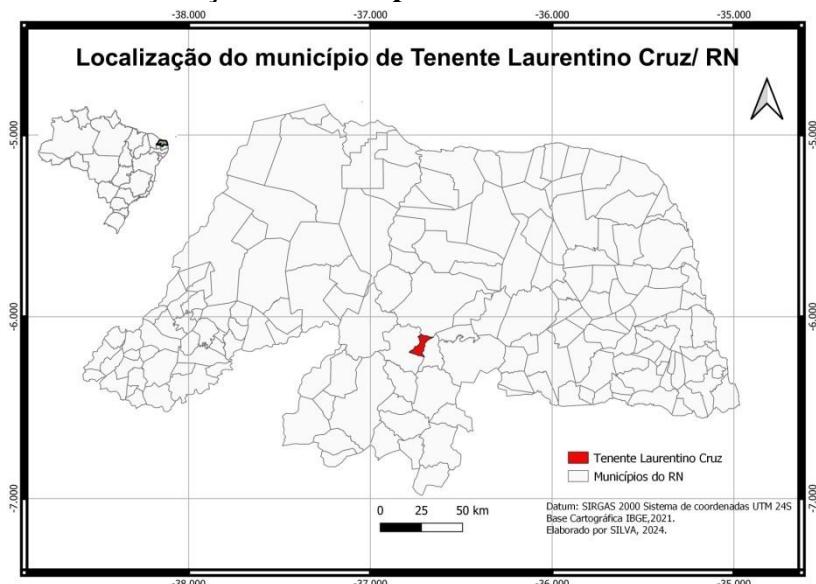
O segundo município lócus da investigação, também situado na região do Seridó Potiguar é Tenente Laurentino Cruz/RN. Está localizado na microrregião serrana da Serra de Sant'ana, a uma distância de 226,4 km da capital do Rio Grande do Norte, e integra o

Polo de Turismo Seridó. Foi desmembrada do município de Florânia e teve sua emancipação em 1997. A cidade atrai turistas por seu clima ameno, pelos grandes mirantes com vistas panorâmicas e pela sua gastronomia. Destaca-se a forte presença da cultura, principalmente voltada para o religioso com a Festa do Padroeiro São Francisco de Assis e o co-padroeiro Santo Antônio (Taveira, 2023b).

De acordo com o IBGE (2023, online), em 1977, “o padre Sinval Laurentino, na época prefeito de Florânia, decidiu fundar uma nova povoação dentro dos limites de seu município começando um intenso trabalho de construção de casas de alvenaria no chamado Alto da Serra”. A iniciativa histórica do padre Sinval fez surgir um povoado, contando com o apoio da comunidade e o interesse do poder público. O novo município recebeu o nome de Tenente Laurentino Cruz como uma forma de homenagear aquele que é considerado o principal responsável pelo empreendimento.

Na sequência, a figura 2 apresenta a localização do município de Tenente Laurentino Cruz, no mapa do Rio Grande do Norte, em destaque vermelho.

**Figura 2 – Localização do município de Tenente Laurentino Cruz/RN**



Fonte: Silva, 2024b.

Assim como Currais Novos, Tenente Laurentino Cruz também tem potencial para atividades gastronômicas, em especial voltadas para o queijo. Um marco forte, que atrai turistas, é a queijeira Galego da Serra, um dos atrativos de turistas para a cidade. Conforme será demonstrado ao longo do trabalho, a queijeira Galego da Serra produz queijos de manteiga, queijo de coalho, manteiga de garrafa e doce de leite. Além disso, conta com diversos prêmios: em 2017, a queijeira ganhou medalha de Ouro com o queijo de coalho no III Prêmio Queijo Brasil (SP), e a medalha de prata com o queijo de manteiga no ano seguinte; ganhou medalha Super Ouro para a manteiga do sertão, no ENEL, de Vitória da Conquista (BA); participou no Mundial de Queijo na França, em 2019 (Taveira, 2023b). Em de abril de 2024, Galego da Serra foi premiado com medalha de bronze com o queijo de manteiga e, medalha de ouro com a manteiga de garrafa, no Mundial do Queijo no Brasil, no 3º concurso de queijos e produtos lácteos ocorrido em São Paulo (Mundial, 2024).

### **3 APROXIMAÇÕES TEÓRICAS: A GASTRONOMIA COMO EXPRESSÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL E POTENCIAL PARA A PROMOÇÃO DO TURISMO NO SERIDÓ/RN**

Considerando o tema e os objetivos apresentados, a pesquisa dialoga com os conceitos de cultura, patrimônio cultural e turismo cultural e gastronômico. A gastronomia está relacionada à cultura, desde o modo de preparo do alimento, sua degustação e onde ele é preparado, podendo gerar um patrimônio imaterial e uma identidade para uma localidade. O turismo pode apropriar-se desse produto, tornando-o um atrativo turístico.

Nesta pesquisa, o conceito de cultura é tomado a partir da Antropologia. De acordo com Laraia (2001), a cultura deve ser compreendida como um fenômeno em constante transformação, sendo que, não é possível estabelecer hierarquias entre diferentes culturas. A cultura interfere nas vidas humanas, nas formas de ser e se expressar, incluindo as formas de comer. Para o autor, “[...] o ato de comer é um verdadeiro rito social, segundo o qual, em horas determinadas, a família deve toda sentar-se à mesa, com o chefe na cabeceira e somente iniciar a alimentação, em alguns casos, após a mia prece” (Laraia, 2001, p. 38).

A partir do autor, entende-se que todos têm a necessidade de se alimentar, porém a maneira como vão praticar esse ato pode variar entre cada pessoa ou grupo social, de acordo com a cultura. Em algumas famílias, por exemplo, o ato de comer pode ser público; em outras, privado. Algumas pessoas ou famílias sempre agradecem antes de se alimentar, enquanto outras não. Nem todas as famílias se alimentam com todos os membros reunidos à mesa, no mesmo horário, e isso é uma variação cultural que cada indivíduo segue.

Na perspectiva antropológica, se entende que as culturas são plurais (Santos, 1993), construindo diferenças e identidades entre os sujeitos. De acordo com Gândara (2009, p. 180):

Identidade pode ser entendida como uma representação do meio social em que a formação social de cada ser somadas entre si e recebendo influências do ambiente, proporcionam memórias coletivas, tradições, hábitos, costumes, fazeres rotineiros e demais manifestações imateriais, que identificam e diferenciam um grupo do outro. Assim, o modo de agir, vestir, falar e alimentar-se corresponde ao modo de ser de um grupo social e representa sua identidade aqui entendida como uma particularidade da cultura de uma comunidade e suas representações, identificando-a e individualizando-a.

A cultura está entre os elementos que motivam os sujeitos a viajarem. As diferentes culturas formam diferentes patrimônios culturais. “[...] patrimônio cultural é uma representação simbólica das identidades dos grupos humanos [...]” (Pereiro Pérez, 2009, p. 140). Trata-se de um legado, algo que fica marcado em uma sociedade e que remete a uma lembrança que, mesmo se transformando, continua na memória, constituindo-se em um patrimônio.

Tanto a cultura quanto o patrimônio cultural são apropriados pelo turismo, em especial pelo turismo cultural. Para o MTur (2010, p. 15):

O turismo cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio

histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.

Batista (2005, p. 31) afirma que “o Turismo Cultural pode converter em uma oportunidade para o desenvolvimento de correntes turísticas atraídas por motivações predominantemente culturais fortalecendo assim a própria cultura”. No âmbito do turismo cultural se encontra o turismo gastronômico, relacionado ao alimento e bebida e suas raízes como forma de pertencimento e memória de um lugar.

Dias e Aguiar (2002) afirmam que, a partir do turismo gastronômico, as pessoas se deslocam para vivenciar a experiência de experimentar diferentes gostos, sejam de alimentos ou de bebidas. Além disso, identificam-se, inclusive, eventos relacionados à gastronomia, que levam a um processo de circulação de turistas e visitantes. Gândara (2009, p. 181) complementa dizendo que:

Turismo gastronômico é uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade. O turismo gastronômico pode ser operacionalizado a partir de atrativos como culinária regional, eventos gastronômicos e oferta de estabelecimentos de alimentos e bebidas diferenciados, bem como roteiros, rotas e circuitos gastronômicos.

Em perspectiva semelhante, Gimenes-Minasse (2023), aponta que o turismo se relaciona com a alimentação de diversas formas, sendo uma delas, o Turismo Gastronômico, o qual contribui para a preservação do patrimônio alimentar local, que pode ser mobilizado como experiência para os visitantes e, funcionar como vetor para o desenvolvimento econômico local.

A região do Seridó, situada no Rio Grande do Norte, tem potencialidade e conhecimentos que permitem a interiorização do turismo, tendo em vista os seus atrativos naturais e culturais, a hospitalidade, os seus bens culturais materiais e imateriais e a sua gastronomia diversificada. A produção do queijo artesanal é reconhecida nessa região.

Cavignac et al. (2018, p. 8) defendem a existência de uma tradição gustativa regional do Seridó Potiguar, marcada por “[...] escolhas culturais e recomposições identitárias que foram feitas ao longo dos séculos e que definiram o estilo alimentar seridoense, privilegiando as produções locais, carnes e preparações com derivados do leite”.

Conforme é possível observar, os autores destacam que entre os elementos da tradição gustativa regional, recebem destaque os derivados do leite. Cavignac et al. (2018) destacam que entre esses derivados estão o queijo manteiga, o queijo coalho, a coalhada, o arroz de leite e outros. Nesta pesquisa, centra-se em um destes produtos, o queijo.

A presença do leite e dos seus derivados na região não podem ser desatrelados da sua história, pois os séculos XVII e XVIII marcam o Seridó Potiguar com um sistema econômico em torno das fazendas de criar. Embora o século XIX apresente a predominância da produção de algodão, o gado não perdeu a sua importância, assim como o leite.

Esses sistemas econômicos permitiram a emergência de alguns ofícios característicos da região, entre eles o de vaqueiro-queijeiro. Cavignac et al. (2018, p. 26) afirmam que:

A produção de queijo de manteiga e de coalho aparece como uma tradição familiar. O queijo, assim como outras artes de fazer (como o

caso dos doces e dos bordados) continua sendo um complemento de renda para as famílias mais humildes mas pode também se tornar uma atividade lucrativa e envolver a família ampliada.

Entre os queijos da região, o de manteiga apresenta algumas particularidades. Ainda fresco, ele era impermeabilizado com um pequeno ferro-de-passar aquecido, o qual formava uma crosta grossa e durável sobre a superfície do queijo. Na sequência, utilizava-se o ferro da propriedade para marcar o queijo, sendo uma forma de reconhecer a origem do produto (Cavignac *et al.*, 2018).

Os diferentes queijos aparecem atrelados a outros ofícios, como o de tropeiro. Entre os produtos transportados pelos tropeiros estavam “[...] algodão, manteiga da terra, queijo de manteiga, carne de sol e couro, do sertão para os brejos e litoral” (Cavignac *et al.*, 2018, p. 28). O ofício de cozinheira também exercia papel central na sociedade seridoense, sendo majoritariamente feminino. Entre os produtos utilizados na culinária, estão os laticínios, em especial, os queijos. Dessa forma, “a culinária sertaneja é uma parte importante do patrimônio imaterial do Seridó potiguar, projeta sua história, sua estrutura social e seus conflitos” (Cavignac *et al.*, 2018, p. 60).

Na atualidade, uma das formas de mobilizar os queijos pelo turismo pode ser a partir do conceito de produção associada. A produção associada ao turismo vem se tornando cada vez mais diversa, pois é nela que se podem estabelecer as diferentes ofertas de produtos, como também ter planejamentos e estratégias para que os segmentos possam se destacar e se diferenciar no mercado. O Ministério do Turismo (2011, p. 13) define a produção associada ao turismo como:

Qualquer produção artesanal, industrial ou agropecuária que detenha atributos naturais e/ou culturais de uma determinada localidade ou região, capazes de agregar valor ao produto turístico. São as riquezas, os valores e os sabores brasileiros. É o design, o estilismo, a tecnologia: o moderno e o tradicional. É ressaltar o diferencial do produto turístico para incrementar sua competitividade.

Dessa forma, pode-se ver como os processos produtivos podem contribuir com a economia local, com possibilidade de inserção no mercado, fazendo parte das atividades e culturas, com inovações, qualificações e diversificando a oferta turística de determinada região.

Como ressaltado, o queijo se trata de um produto agropecuário, derivado do leite, consumido por muitas pessoas. Tanto os produtores quanto os consumidores são capazes de criar e perpetuar memórias a partir dessa produção. Em relação ao conceito de produto agropecuário, o Ministério do Turismo (2011, p. 18) afirma que:

Produtos agropecuários são aqueles in natura, beneficiados e/ou processados, provenientes do cultivo do solo e da criação de animais. Falar em produção agropecuária capaz de agregar valor ao turismo é valorizar cada etapa do processo produtivo e as pessoas nelas envolvidas. O que atrai o turista não é só o produto final: a forma de cultivar, o modo de se relacionar e de trabalhar e a paisagem rural, despertam a curiosidade do turista que quer aprender, vivenciar e aproveitar todas as características locais.

Ao produzir determinado produto, para além da produção em si, existe um saber adquirido pelo produtor e repassado, tanto no momento em que está produzindo quanto

como quando atrai os visitantes para vivenciar a experiência. Arantes (1998, p. 26) diz que: “[...] pertencer a um grupo social, implica, basicamente, em compartilhar um modo específico de comportar-se em relação aos outros homens e a natureza”.

Os produtores, mais especificamente os queijeiros têm uma forma de ser, exercendo, ao longo de sua vida, alguns conhecimentos e habilidades relacionados à produção do queijo e que os se tornarem um queijeiro, trazendo para a sua vida, o diferencial do produto. Sendo assim, entende-se que, ao identificar o potencial de uma localidade, sua cultura, gastronomia ou patrimônio cultural, o profissional do turismo pode mobilizar tais manifestações para a construção de diversos produtos turísticos, como roteiros de visitação e experiências imersivas. Dessa forma, o turismo se intensifica no local, transformando aquela cultura em um atrativo convidativo para que o turista se aproprie e vivencie tudo o que ela oferece, inclusive através da gastronomia.

#### **4 APROXIMAÇÕES METODOLÓGICAS: PERCURSOS E ESCOLHAS**

A pesquisa é de natureza exploratória e descritiva, pois visa analisar a produção de queijo artesanal e a sua possível relação com o turismo no município de Currais Novos/RN e de Tenente Laurentino Cruz/RN. Além disso, se propõe a relatar como e onde ocorre a produção do queijo artesanal no município de Currais Novos/RN e Tenente Laurentino Cruz/RN e como esse produto se insere na cadeia produtiva do turismo. Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa, com entrevistas semiestruturadas com dois produtores e empresários do queijo artesanal.

A escolha pelas duas cidades se deu por diferentes motivos. Inicialmente, destaca-se que Currais Novos, conforme apontado pelo inventário turístico (Taveira, 2023a) conta com uma comercialização significativa de laticínios na sua feira livre. Além disso, o Inventário Cultural do Povoado Trangola (Silva, 2024a), comunidade rural da cidade, aponta a produção de queijo na zona rural. Em relação a Tenente Laurentino, o inventário turístico do município (Taveira, 2023b) também aponta a produção de queijo. No caso dessa cidade, destaca-se a existência de uma queijaria já consolidada, inclusive, com espaço para receber turistas e visitantes.

Após a análise dos dois inventários turísticos e do inventário cultural citados, seguiu-se realizando contato com a Secretaria de Agricultura do município de Currais Novos e, na sequência, visitas à Feira Livre, realizada no Centro da cidade. Apesar das dificuldades em contatar e dialogar com as produtoras e produtores, foi possível construir o Quadro 1, que sistematiza informações sobre os produtores da cidade<sup>1</sup>:

**Quadro 1 – Produtores de queijos de Currais Novos**

Produtores	Tipo de Queijo	Localização
Produtora A	Queijo de Coalho	Currais Novos - Povoado Trangola
Produtora B	Queijo de Coalho	Currais Novos - Povoado Trangola
Rafael	Queijo de Coalho	Currais Novos - Povoado Trangola
Produtor C	Queijo de Manteiga	Currais Novos
Produtor D	Queijo de Coalho e Manteiga	Currais Novos e Cerro Corá
Produtor E	Não identificado	Currais Novos

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

<sup>1</sup> Os nomes reais das produtoras e produtores serão substituídos por Produtora A, Produtor B, Produtor C e, assim respectivamente. Os únicos nomes mantidos serão os de Rafael e Galego da Serra, os quais assinaram termo de Livre-esclarecimento.

Conforme é possível observar no quadro 1, foram identificados seis produtores, sendo quatro homens e duas mulheres. Dos produtores, não se localizou o tipo de queijo que o Produtor E produz. Em relação aos outros, pode-se identificar que três produzem exclusivamente queijo de coalho, um produz exclusivamente o queijo de manteiga e um desses produtores produz os dois tipos de queijo.

Dentre os produtores mapeados, foi selecionado para essa investigação o produtor Rafael. Essa escolha se deu por diferentes motivos, dentre os quais se destaca o fato de ele possuir redes sociais com informações do seu produto, bem como ser citado e descrito no Inventário do Povoado Trangola (Silva, 2024). Além disso, possui um espaço na sua propriedade destinado para receber turistas e visitantes. O senhor Rafael é um produtor da zona rural, o qual produz seu queijo de coalho artesanal e nessa produção coloca o saber e a experiência adquirida para produzir um queijo que possa ser diferente dos outros. Destaca-se ainda que, ao ser contatado, o produtor deu retorno facilmente. Considerando a forma como o produtor é conhecido, ele será chamado de Rafael do Queijo ao longo da pesquisa.

Em relação ao município de Tenente Laurentino, foram identificados dois produtores, conforme sistematizado no Quadro 2:

**Quadro 2 – Produtores de Tenente Laurentino Cruz**

Produtores	Tipo de Queijo	Localização
Lucenildo Firmino	Queijo de Coalho e Manteiga	Tenente Laurentino Cruz
Produtor F	Queijo de Coalho	Tenente Laurentino Cruz

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

A partir do Quadro 2 é possível afirmar que no município de Tenente Laurentino foram identificados dois produtores, ambos homens. Um produz o queijo de coalho e o outro produz queijo de coalho e de manteiga, além de produzir manteiga de garrafa e doce de leite. Conforme se destacou anteriormente, foi selecionado o senhor Galego da Serra, por já ser reconhecido mundialmente pela sua produção de queijos e por fazer diversas apresentações ao vivo, produzindo o queijo para o público, em feiras, concursos, exposições e diversos eventos para os quais é convidado. Em relação à inserção internacional de Galego, destaca-se que um dos seus prêmios foi recebido na França. Dentre os prêmios mais recentes estão a medalha de prata para o queijo de coalho e a medalha de bronze para o queijo de manteiga, ganhas no VII Prêmio Queijo Brasil (2024).

Galego da Serra já foi contemplado com várias medalhas pelo diferencial de seu produto, tendo títulos de melhor queijo de laticínios nordestino, conforme se demonstrará na sequência da pesquisa. Além disso, o produtor tem um espaço para visitantes que procuram conhecer mais sua queijeira. O contato com ele é dinâmico, uma vez que o mesmo costuma responder de forma imediata. Considerando essa inserção, Lucenildo será chamado ao longo do trabalho por Galego da Serra, forma como ficou conhecido e que leva em sua marca.

Foram realizadas entrevistas, gravadas com o consentimento dos entrevistados, sendo uma com Rafael e, outra com Galego da Serra. Em relação a Rafael, além da entrevista feita *in loco*, no final de outubro de 2023, foi mantido contato via mensagens. A entrevista com Rafael teve duração de uma hora, contou com perguntas abertas a respeitos da produção e comercialização do queijo. Em relação ao contato por mensagens, sua transcrição resultou em uma página. As perguntas feitas por aplicativo de mensagens estão listadas no Quadro 3, a seguir:

### **Quadro 3 – Perguntas feitas para o produtor Rafael por aplicativo de mensagens**

Como você se tornou produtor de queijo? Poderia contar um pouco da sua história?  
 quais os produtos são produzidos por você/ou na sua queijaria? você produz queijo?  
 Quais tipos? Como funciona o processo de produção do queijo?  
 Quais as técnicas e instrumentos utilizados?  
 Quais os produtos?  
 Quem são os consumidores do queijo ofertado?  
 Você saberia apontar a quantidade de queijo vendido?  
 Você vende diretamente para o consumidor ou para algum comércio?  
 você já participou ou costuma participar de eventos, feiras, exposições? Já ganhou  
 algum prêmio?  
 Você identifica no Turismo um potencial para a venda do queijo?  
 Você possui um espaço específico para receber turistas ou visitantes?

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

A entrevista com o Galego da Serra foi realizada em novembro de a partir de uma visita *in loco*, na qual foi possível a realização de registros fotográficos. A entrevista teve tempo médio de três horas e resultou em 26 páginas de transcrição.

Para ambos os entrevistados foi realizada a transcrição literal das falas. Para as análises foram feitos pequenos ajustes de concordância. As entrevistas foram analisadas a partir dos conceitos e referencial teóricos adotados ligados a cultura, gastronomia e turismo. Ambos os produtores possuem *Instagram*, que foram utilizados para a obtenção de informações sobre os produtos e a sua comercialização. No dia 21 de março de 2024, Rafael possuía 348 seguidores e oito publicações em seu *feed*. Galego da Serra possuía 13,6 mil seguidores e 992 publicações, nas quais ele posta as suas apresentações nos eventos e comentários positivos de pessoas retratando sobre a experiência e como sentem quando provam de seu queijo.

## **5 INSERÇÃO DO QUEIJO NA CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO: COMPARAÇÕES INICIAIS ENTRE RAFAEL DO QUEIJO E GALEGO DA SERRA**

Considerando os objetivos da investigação, bem como o referencial teórico adotado, as análises das informações produzidas foram realizadas de forma comparativa. A comparação não é tomada como uma forma de hierarquização, mas como possibilidade de identificar aproximações e distanciamentos da inserção do queijo na cadeia produtiva do turismo. A partir das entrevistas, das perguntas enviadas via aplicativo de mensagens, visitas *in loco*, pesquisa bibliográfica e informações das páginas de *Instagram* dos produtores, os materiais produzidos foram organizados em cinco temas de análise, sendo eles: história do produtor e relação com os produtos; tipos e características dos produtos; comércio e circulação do produto; participação em eventos; e relação da produção de queijo com o turismo.

### **5. 1 História do produtor e relação com os produtos**

Em relação à história do produtor e a sua relação com os produtos, é possível observar algumas semelhanças, mas também, diferenças. Em relação ao produtor Rafael, foi possível identificar que trabalhava de carteira assinada, na cidade de Currais Novos. No

entanto, saiu do emprego para vender leite para uma queijeira e depois de um tempo comprou cinco vacas. Logo em seguida, recebeu o convite do dono da queijeira para ir trabalhar com ele na fabricação do queijo de manteiga. Em 2020, também saiu da queijaria e decidiu fabricar queijo de coalho, iniciando seu próprio negócio (Rafael do Queijo, 2023).

Já o sr. Galego da Serra começou a produzir o queijo de forma simples e, aos poucos, foi tomando proporções maiores. Sua família não era de produtoras e produtores. Em 2018, surgiu um convite do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) para Galego participar de um evento e a partir disso o seu queijo ganhou destaque. Ele afirma: “que você nunca deve perder uma oportunidade, por pequena que seja ela pode ser significativa” (Galego da Serra, 2023, p. 1).

Esse momento é entendido como o início da história do sr. Galego da Serra. A partir de então, recebeu vários convites para participar de eventos, inclusive fora do país e seu produto foi ganhando uma visibilidade maior. Visando avançar nos resultados financeiros, Galego começou a contar com alguns funcionários, os quais foram sendo capacitados para ter uma equipe preparada na sua produção.

Pode-se perceber e destacar que ambos não vêm de família de produtoras e produtores de queijos. Essa informação é importante, uma vez que, para os dois casos analisados, não se identifica a continuação de um saber familiar. No entanto, Galego da Serra tem perpetuado os seus saberes com esposa e filhos.

## **5.2 Tipos e características dos produtos**

Em relação à produção de queijo, embora o senhor Rafael produzisse os dois tipos (manteiga e coalho), quando trabalhava como funcionário, ao assumir seu negócio, limitou-se apenas ao queijo de coalho, pois é entendido pelo produtor como mais fácil:

Primeiramente, tira o leite, coloca para coalhar por 40 minutos. Após, mexe-se bem a coalhada, fazendo com que ela desça e, o soro suba. Depois, faz a retirada do soro, cozinha a coalhada acrescentando o sal logo e, em seguida, coloca para imprensar, fazendo com que o queijo fique pronto (Rafael do Queijo, 2023, p. 1).

Embora o processo seja mais fácil, o produtor tem poucas vacas e a produção depende da quantidade do leite. Dessa forma, identificou-se a compra de leite de outros produtores em pequena quantidade. Em relação aos instrumentos utilizados na produção, Rafael destaca utilizar uma colher de inox, uma prensa de inox e, formas de plástico. Os ingredientes bases são o leite, o coalho e o sal. Na sequência, é possível observar o rótulo dos queijos de Rafael:

**Figura 3 – Produto do Rafael do Queijo**

Fonte: Visita *in Loco* (2023)

Como podemos observar, Rafael possui uma marca própria para seu produto. Consiste em um rótulo redondo com a imagem de uma vaca se alimentando no pasto, com o nome do produto “Queijo coalho artesanal” em destaque. Abaixo da imagem do animal, centralizado, está o seu telefone para contato. É possível observar que o rótulo ainda possui poucas informações, mas está sendo aprimorado pelo produtor.

Já Galego da Serra produz os dois tipos de queijo, bem como manteiga de garrafa e doce de leite. Em relação ao queijo, o primeiro a ter destaque foi o de coalho e, em seguida, o de manteiga. Em relação ao segundo, o produtor afirma que buscou uma receita tradicional, que estava se perdendo: “Para a produção do queijo de manteiga é preciso desnatrar, passa por uma máquina que separa a gordura do leite, levando ao fogo para apurar e reduz 40%” (Galego da Serra, 2023, p. 17).

Em relação ao leite, Galego tem diversos fornecedores para compor sua produção. Alguns levam o leite ao seu estabelecimento e, em outros casos, Galego faz a busca. O produtor afirma ainda que, todo dia ele tem produção em sua queijeira. Em relação aos utensílios utilizados na produção de queijo, observa-se que Galego da Serra possui uma estrutura planejada, tanto para a produção quanto para a recepção de público. Além disso, em suas apresentações, costuma utilizar um tacho que é levado para diferentes lugares, conforme se observa na figura 4:

**Figura 4 – Galego da Serra em apresentação, com o tacho**

Fonte: Instagram @galegodaserra

Assim como Rafael do Queijo, Galego da Serra também tem sua própria marca. O layout dos seus rótulos é o mesmo para todos os produtos, diferenciando apenas no nome, uma vez que, cada rótulo traz o nome do produto na frente, para identificar. Na sequência, a figura 5 apresenta o rótulo de um dos produtos de Galego da Serra:

**Figura 5 – Rótulo do Queijo de Manteiga com Raspa**

Fonte: Galego da Serra (2024)

O rótulo do Galego da Serra é em formato oval na horizontal. É composto por uma imagem de fundo com textos e um selo em primeiro plano. Em relação à imagem de

fundo, observa-se tratar-se de um casarão existente no município e que, de acordo com o produtor (Galego da Serra, 2024), chama-se “Casa Grande” para remeter ao passado, uma vez que os queijos eram produzidos nas grandes fazendas. Dessa forma, observa-se o uso da cultura e do patrimônio cultural local como inspiração.

No primeiro plano, existem informações como, o nome da queijeira, o tipo de queijeira (artesanal) e o nome do produto (em destaque na cor branca). Além disso, observa-se que ao lado do nome existe um selo de “queijo artesanal potiguar”, destacando que o mesmo é artesanal e produzido no Rio Grande do Norte. Do outro lado encontra-se uma informação específica deste produto, que no caso é composto por “raspas” (parte do queijo que fica no tacho, com tonalidade mais escura e maior firmeza).

Na parte inferior se observa uma frase, “tradição do Seridó” com destaque para o nome Seridó. Mais abaixo, em letras pequenas, está a localidade onde o queijo é produzido, no “Sítio Umbuzeiro na Serra de Santana no município de Tenente Laurentino Cruz/RN na região do Seridó”. Pode-se observar que o rótulo do Galego da Serra se torna mais completo e industrial (mesmo que o produto seja artesanal) do que o rótulo do Rafael do Queijo que é mais simples.

### **5.3 Comércio e circulação do produto**

Rafael oferta o seu produto tanto para o comércio quanto para o consumidor local e visitantes, produzindo uma quantidade pequena do seu queijo. A produção mais restrita se justifica, conforme salientado anteriormente, pela pequena quantidade de vacas e de leite para produzir seu produto. Apesar da pequena produção, o senhor Rafael afirma conseguir produzir em média 20 quilos de queijo de coalho por dia, todos já destinados para o mercado e/ou consumidores.

Galego da Serra também vende para o comércio, consumidores e visitantes. No entanto, quando comparado a Rafael, observa-se que a oferta é maior, tanto em relação ao comércio (seu queijo é entregue em várias cidades da região e até para a capital do estado) quanto para visitantes. Além disso, Galego da Serra recebe um número maior de visitantes, os quais têm acesso à degustação e à compra do produto. Sendo assim, é possível afirmar que Galego já é mais conhecido e procurado no mercado através dos seus produtos.

### **5.4 Participações em eventos**

Além da comercialização de produtos, a investigação buscou identificar a participação dos dois produtores em eventos, especialmente gastronômicos. Rafael, por não ser tão consolidado, ainda não ganhou nenhum prêmio e, nem foi para atividades além da cidade de Currais Novos. De acordo com o produtor, participou apenas de feira e exposição agropecuária que acontecem no início do ano, na cidade (Exponovos).

Galego da Serra, diferentemente de Rafael, já possui significativa inserção e consolidação dos seus produtos, os quais já receberam diferentes prêmios. Além de participar de feiras, exposições, concursos e eventos públicos e privados nacionais, já participou de diversos eventos internacionais, trazendo prêmios e medalhas para somar no seu conhecimento e visibilidade do seu produto.

Nos eventos, Galego da Serra faz apresentações mostrando o processo de fabricação do queijo de manteiga para o público presente, fazendo com que o público conheça seu trabalho e possa adquiri-lo naquele momento. Galego não vende apenas o seu queijo, mas também, uma espécie de show gastronômico, dialogando de forma direta com o consumidor.

De acordo com Galego, a apresentação possui um valor específico e, além disso, o mesmo lucra com a venda dos seus produtos. Em relação ao queijo de manteiga produzido no local, o mesmo costuma ser todo vendido e, até mesmo, não dá conta de todo o público. Nessas atividades, o produtor costuma oferecer degustação dos seus diferentes produtos, em especial, do queijo.

Entre os eventos que contaram com a sua participação, destacam-se o 3º Mundial de Queijo Brasil, ocorrido em São Paulo, e o 3º Concurso de queijos e produtos lácteos. Nesse último, sua manteiga de garrafa, conhecida como manteiga do sertão, foi contemplada com ouro e, o queijo de manteiga, levou o bronze.

É possível observar que o senhor Galego da Serra utiliza das suas participações e premiações em eventos como promoção pessoal e do seu produto. A recepção do seu estabelecimento conta com um banner que apresenta as suas premiações, o qual também costuma ser levado para eventos.

**Figura 6 – Banner dos títulos localizado na recepção da queijaria**



Fonte: Via Instagram

A figura 6 apresenta o banner citado, o qual contém alguns dos títulos que Galego da Serra já recebeu ao longo de sua vida como produtor artesanal. Apesar de não estar atualizado com os títulos mais recentes, o banner conta com um número significativo de premiações. Com o título de “Entre os melhores queijos do Brasil e do mundo”, o banner está dividido em diferentes espaços. À esquerda se encontram os títulos do pelo produtor e, à direita, a imagem da “Casa grande”, em formato oval horizontal, como em seu rótulo. Ainda à direita, na parte inferior do rótulo, observa-se o nome da marca “Galego da Serra, queijeira artesanal”. Na parte inferior, contém duas etiquetas com a logo da queijaria e, centralizado, o nome do município.

## 5.5 Relação da produção de queijo com o turismo

Rafael afirma que identifica potencial no turismo para a venda do seu queijo. O produtor ressalta que “próximo a minha queijeira tem a Pedra do Sino, que é um dos atrativos turísticos.” (Rafael do Queijo, 2023, p. 1). Esse atrativo está inserido no geossítio

Pico do Totoró dentro do Geoparque Seridó e atrai visitantes quando vão conhecer esses espaços. Rafael tem um espaço em sua queijeira para receber turistas e visitantes.

Galego da Serra também identifica potencial, porém diferentemente de Rafael ele, já é mais inserido e consolidado no mercado. Turistas e visitantes vão a sua queijeira para fazer visitas e adquirir seu produto. Assim como Rafael, ele também possui um espaço para acolher os visitantes, fazer demonstração e degustação. Há relatos no *Instagram* de visitantes que provaram do seu queijo e relembraram as memórias afetivas do seu passado, outras relatam que ao ouvir falar o seu nome e saber do seu produto despertam o interesse de ir até sua queijaria para vê-lo produzir e experimentar o seu queijo.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Conforme mencionado, a presente investigação apresentou como objetivo, analisar a produção de queijo artesanal em relação à sua integração à cadeia produtiva do turismo a partir das experiências de um produtor da cidade de Currais Novos/RN e um da cidade de Tenente Lauretino Cruz/RN. Para tanto, iniciou-se fazendo o levantamento dos produtores de queijo das cidades analisadas e, centrou-se nos dois produtores em destaque.

Considerando os dois casos analisados, foi possível identificar que existem semelhanças e diferenças entre eles, em especial dentro do potencial mercado turístico. Em relação à semelhança destaca-se que ambos não pertencem à família de queijeiros, tendo iniciado sua produção em momentos distintos de sua vida. Em relação ao senhor Rafael, é possível afirmar que o mesmo iniciou sendo empregado em uma queijeira, e posteriormente abriu seu próprio empreendimento. Já o senhor Galego da Serra iniciou através de uma sociedade com familiares.

Outra semelhança entre ambos é que possuem um espaço destinado exclusivamente para produção e comercialização do queijo e para possíveis visitações. O senhor Rafael possui um espaço com características mais artesanais e, já o senhor Galego possui um espaço mais estruturado com equipamentos e tamanho que permite receber públicos maiores.

Sobre a produção de queijo, embora ambos produzam, é possível observar as diferenças entre a tipologia e quantidade de produtos. Rafael produz apenas um tipo de queijo, o de coalho. Já Galego da Serra pode-se identificar uma maior variedade de produtos: queijos (coalho e manteiga), manteiga da terra, doce de leite e, mais recentemente, banha de porco. Essa diferença em relação à quantidade de produtos reflete nas embalagens e rótulos dos produtos. Conforme identificou-se na pesquisa Rafael, possui apenas um rótulo mais genérico, enquanto o senhor Galego apresenta rótulos mais elaborados e diversificados.

No que se refere à quantidade de queijos e outros produtos, também existe diferenças. Rafael produz em menor quantidade, sendo com a comercialização voltada para mercados locais e a Feira Livre de Currais Novos/RN. Já Galego da Serra tem uma produção quantitativamente maior, com comércio em diversas cidades, vendas em eventos e na própria queijeira.

De forma geral, é possível afirmar que o queijo já vem se inserindo na cadeia produtiva do turismo, embora, de forma tímida. Foi possível identificar a venda do produto para turistas e visitantes tanto em espaços da cidade quanto a partir de espaço específico nas queijarias, bem como a venda em eventos.

É possível observar que o potencial se encontra no turismo cultural, especificamente voltado para o gastronômico, bem como para os eventos. Sendo assim o queijo artesanal

tem características identitárias e culturais em relação ao Seridó potiguar, o que agrupa valor ao produto. Enquanto Rafael busca se inserir em eventos e premiações, Galego já participa de diversos eventos e competições, tanto regionais e nacionais quanto internacionais. Dessa forma, Galego já ganhou vários títulos, medalhas, selos entre outros. Por fim, é possível identificar a importância das redes sociais para promoção dos respectivos produtos, em especial o *Instagram*.

Conclui-se que ambos os produtores têm importância para o turismo, visto que, seus produtos podem ser consumidos pelo turista/visitante e por estarem em um cenário de relevância e visibilidade no Seridó. Sendo assim, acredita-se que a presente investigação contribui, para além do conhecimento produzido, para oferecer ferramentas para que os produtores continuem inserindo seus produtos da cadeia produtiva do turismo e, de forma cada vez mais profissionalizada.

## REFERÊNCIAS

- ARANTES, Antônio Augusto. **O que é Cultura Popular**. Editora Brasiliense: São Paulo, 1998.
- BATISTA, Cláudio Magalhães. Memória e Identidade: Aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural. **Caderno Virtual de Turismo, vol. 5, núm. 3**, 2005. Disponível em: <https://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/article/view/93>. Acesso em: 16 maio 2025.
- BEZERRA, Deyvid Medeiros. **Roteiro cultural**: produção associada ao turismo em Currais Novos - RN. Orientador: Eduardo Cristiano Hass da Silva. 2024. 31 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) - Faculdade de Engenharia, Letras e Ciências Sociais do Seridó, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Currais Novos, RN, 2024.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo cultural**: orientações básicas. 3. ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: [https://repositorio.ifs.edu.br/biblioteca/bitstream/123456789/1068/1/Turismo\\_Cultural.pdf](https://repositorio.ifs.edu.br/biblioteca/bitstream/123456789/1068/1/Turismo_Cultural.pdf). Acesso em: 16 maio 2025.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Associação de Cultura Gerais. **Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada**. Brasília: Ministério do Turismo, 2011.
- CAVIGNAC, Julie; et. al. **Comida da Terra**: notas sobre o sistema alimentar do Seridó. Natal: Sebo Vermelho, 2018.
- DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina Rodrigues de. **Fundamentos do Turismo**: conceitos, normas e definições. Campinas, SP: Editora Alínea, 2002.
- GALEGO DA SERRA. **Entrevista** concedida a Eduardo Cristiano Hass da Silva, 2024.

GÂNDARA, J. M. G. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: NETTO, A. P.; ANSARAH, M. G. dos R. **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas.** Barueri, SP: Manole, 2009. p. 179-194.

GIMENES-MINASSE, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. Turismo gastronômico: conceitos & características. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, 17, e-2791, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/YVQ9VnC4vHSHR6bHL5Wvs9L/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 16 maio 2025.

GOMES, Danilo Cortez. “Tirando leite de Pedra”: a dinâmica econômica do Seridó Potiguar. **Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE**. Ano XIX , v. 3, n 38, 2017. Disponível em: <https://revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/view/4658>. Acesso em: 16 maio 2025.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura:** um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

MUNDIAL DO QUEIJO DO BRASIL. 3º Mundial do Queijo. São Paulo, 2024. Disponível em: <https://mundialdoquejodobrasil.com/>. Acesso em: 14 maio, 2024.

PEREIRO PÉREZ, Xerardo. **Turismo cultural:** uma visão antropológica. El Sauzal (Tenerife. Espanha): ACA y PASOS, RTPC. 2009.

RAFAEL DO QUEIJO. **Entrevista** concedida a Eduardo Cristiano Hass da Silva, 2023.

SANTOS, Daiana Marques dos. **História da gastronomia mundial.** Indaiá: UNIASSELVI, 2018.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é Cultura.** Brasiliense: São Paulo, 1993.

SILVA, Eduardo Cristiano Hass da. **Inventário cultural da comunidade do Trangola:** um olhar para a Zona Rural de Currais Novos/RN. Currais Novos, RN: UFRN/PROEX/ FELCS, 2024.

SILVA, Fernanda Rayssa da. A integração do queijo artesanal na cadeia produtiva do turismo em Currais Novos e Tenente Laurentino Cruz/RN. Monografia (graduação) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Faculdade de Engenharia, Letras e Ciências Sociais do Seridó, Curso de Turismo, Currais Novos, RN, 2004. Currais Novos, RN, 2024.

SCHLÜTER, Regina G. **Gastronomia e turismo.** São Paulo: Aleph, 2003.

TAVEIRA, Marcelo da Silva. **Inventário Turístico de Currais Novos-RN.** Currais Novos: UFRN, 2023a.

TAVEIRA, Marcelo da Silva (coord.). **Inventário turístico: Tenente Laurentino Cruz - edição 2022-2023.** Currais Novos, RN: UFRN/FELCS, 2023b.