



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**

Centro de Tecnologia e Ciências

Instituto de Geografia

Raquel Moniz Colombiano

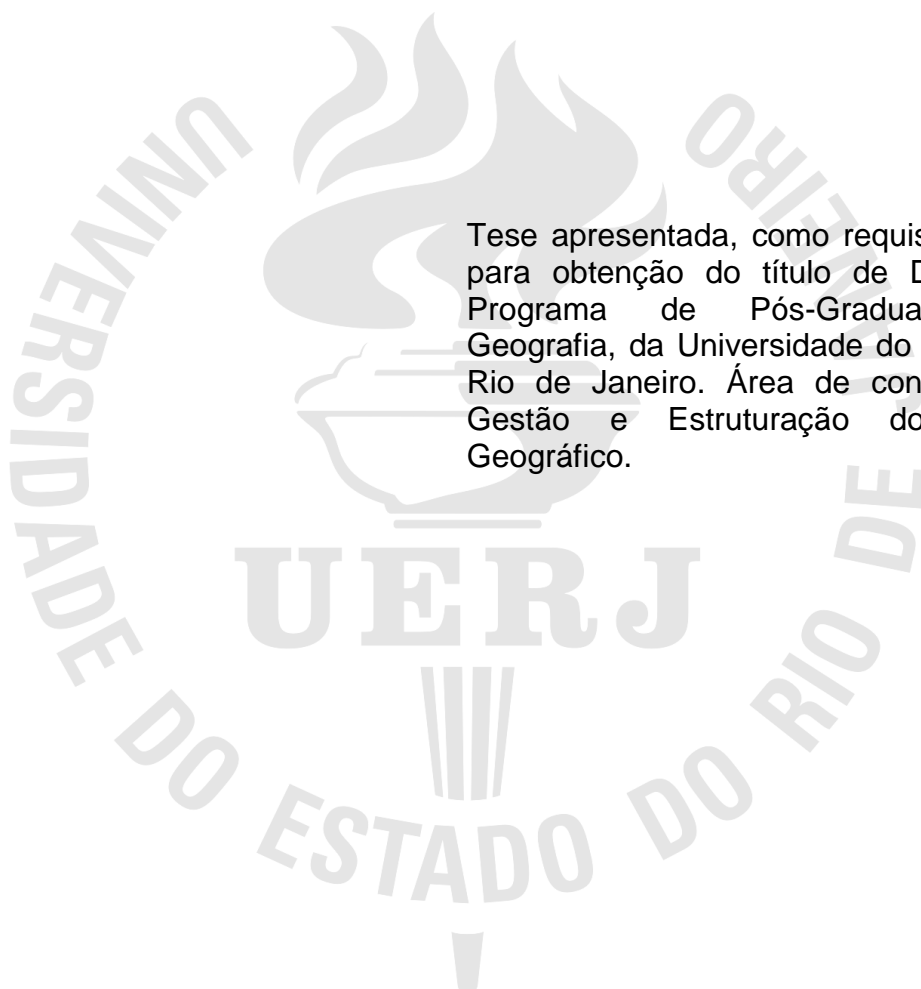
**Os Territórios das Cozinhas Regionais Brasileiras:  
O Turismo Gastronômico na Contemporaneidade a Partir do  
Exemplo da Associação de Restaurantes da Boa Lembrança**

Rio de Janeiro

2018

Raquel Moniz Colombiano

**Os Territórios das Cozinhas Regionais Brasileiras: O Turismo Gastronômico  
na Contemporaneidade a Partir do Exemplo da Associação de Restaurantes da  
Boa Lembrança**



Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Gestão e Estruturação do Espaço Geográfico.

Orientador: Prof. Dr. Miguel Angelo Ribeiro

Rio de Janeiro

2018

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CTC/C

C718 Colombiano, Raquel Moniz.

Os territórios das cozinhas regionais brasileiras: o turismo gastronômico na contemporaneidade a partir do exemplo da Associação de Restaurantes da Boa Lembrança / Raquel Moniz Colombiano. – 2018.

211 f.: il.

Orientador: Miguel Angelo Campos Ribeiro.

Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Geografia.

1. Associação dos Restaurantes da Boa Lembrança – Teses. 2. Turismo e Gastronomia – Brasil – Teses. 3. Patrimônio cultural – Brasil – Teses. 4. Culinária brasileira – Teses. I. Ribeiro, Miguel Angelo. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Geografia. III. Título.

CDU 641:379.85(81)

Bibliotecária responsável: Taciane Ferreira da Silva / CRB-7: 6337

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta tese, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Raquel Moniz Colombiano

**Os Territórios das Cozinhas Regionais Brasileiras: O Turismo Gastronômico  
na Contemporaneidade a Partir do Exemplo da Associação de Restaurantes da  
Boa Lembrança**

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Gestão e Estruturação do Espaço Geográfico.

Aprovado em 27 de Novembro de 2018.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Miguel Angelo Ribeiro (Orientador)  
Instituto de Geografia - UERJ

---

Prof. Dr. Gláucio Marafon  
Instituto de Geografia – UERJ

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Susana Mara Miranda Pacheco  
Instituto de Geografia – UERJ

---

Prof. Dr. Aguinaldo Cesar Fratucci  
Programa de Pós-Graduação em Turismo – UFF

---

Prof. Dr. Paulo Rogério de Freitas Silva  
Instituto de Geografia - UFAL

Rio de Janeiro

2018

Ao meu filho Rafael, anjo da minha vida.

## AGRADECIMENTOS

Mais do que simples formalidades, aqui, neste espaço, deixamos transparecer algumas subjetividades que nem sempre se encontram retratadas no trabalho final. Sejam pelas angústias inerentes ao processo de construção do conhecimento, pelos momentos solitários de encontros com nossos pensamentos mais profundos ou pela emoção ao mencionar aquelas pessoas mais queridas que fazem parte da nossa história, esse momento sempre toca o meu ser. Por este motivo, e não poderia ser diferente, estou escrevendo os meus agradecimentos embalada por certa nostalgia.

Em primeiro lugar, dedico este trabalho ao meu filhote Rafael, um anjinho que em seus dois aninhos de vida, foi capaz de ensinar o amor incondicional, dedicação, tolerância e autocontrole, tornando-me mais forte e preparada para a vida.

Agradeço com todo meu coração ao meu marido Fernando pelo amor, pelos mimos e pelos momentos felizes que vivemos sempre juntos. Impossível deixar de mencionar todas as aventuras que compartilhamos em nossas viagens, concretizando o que nem em meus sonhos achei que viveria. Fiquei muito feliz com o seu grande incentivo para a finalização do doutorado, sempre com palavras de apoio e estímulo. Sua certeza inabalável de que eu conseguiria defender a tese tem tempo hábil, quando eu mesma duvidava que fosse capaz. Por tudo isso, Amo você!

Faço aqui uma menção especial à minha querida avó Laudelina (*in memoriam*). Agradeço pelo amor incondicional a mim dedicado durante toda a vida, tendo sido eterna incentivadora dos meus estudos, participando e vibrando a cada conquista. Essa é minha singela homenagem a quem me inspirou a cozinhar. De certa forma, esta tese também é dedicada a minha querida vovó.

À minha mãe Janete, agradeço pelos grandes esforços para me proporcionar os melhores instrumentos que me permitiram chegar a este momento, estando sempre presente em todos os momentos, vivenciando juntas as dores e as vitórias da vida.

Ao meu pai Sérvulo por me proporcionar uma infância feliz, pelos valores e pelo exemplo de como ser uma pessoa estudiosa. Suas orações são sempre bem vindas.

Ao meu irmão Vitor por estar sempre ao meu lado, compartilhando comigo memórias, histórias divertidas, risadas e momentos felizes em família. Estamos sempre juntos em todos os momentos.

A minha sogra França, sou grata pelas palavras doces de acolhimento que sempre encontra para nos confortar.

Ao meu sogro Armando, pela disponibilidade em me ajudar todas as vezes que foram necessárias. Sua ajuda foi fundamental para impressão das primeiras versões deste trabalho, assim nos deslocamentos mais descabidos que precisei fazer durante a finalização da tese.

Às mulheres da minha família, mãe, avó, sogra, tias, primas, comadres e amigas pela cumplicidade do cotidiano que fortalece os laços afetivos entre nós.

A todos os meus amigos, vocês, que, de diferentes formas contribuíram para concretização deste trabalho com seu apoio e verdadeira amizade. Não fosse sua colaboração, o saber ouvir, o afeto que recebi, seria muito mais difícil.

Presto os meus sinceros agradecimentos ao orientador desta tese, Prof. Dr. Miguel Ângelo Ribeiro, como parte do reconhecimento pela orientação dedicada, sua atenção e amizade. Suas contribuições foram fundamentais ao fazer comentários sinceros e realizar a leitura cuidadosa dos rascunhos do presente estudo, assim como sua generosidade quanto ao empréstimo de livros e materiais de estudo. Através de conversas instigadoras conseguimos compartilhar muitas das ideias contidas nesta tese.

Aos examinadores desta tese: Prof. Dr. Aguinaldo Fratucci, Ao Prof. Dr. Paulo Rogério de Freitas Silva, Prof.<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Susana Pacheco e ao Professor Doutor Gláucio Marafon, pela gentileza em aceitar o convite para compor a banca examinadora e pela atenciosa leitura desta tese.

A Associação de Restaurantes da Boa Lembrança - ARBL pelas informações disponibilizadas para esta tese.

Ao PPGeo/UERJ, instituição que me permitiu obter um sólido amadurecimento intelectual, assim como proporcionou a construção de grandes amizades.

Viajar! Perder países!  
Ser outro constantemente,  
Por a alma não ter raízes  
De viver de ver somente!

Não pertencer nem a mim!  
Ir em frente, ir a seguir  
A ausência de ter um fim,  
E da ânsia de o conseguir!

Viajar assim é viagem.  
Mas faço-o sem ter de meu  
Mais que o sonho da passagem.  
O resto é só terra e céu.

*Fernando Pessoa*



## RESUMO

COLOMBIANO, Raquel Moniz. **Os territórios das cozinhas regionais brasileiras: o turismo gastronômico na contemporaneidade a partir do exemplo da Associação de Restaurantes da Boa Lembrança.** 2018. 211 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

Considerando que as atividades gastronômicas relacionadas ao turismo se intensificaram nos últimos anos e que as cozinhas regionais apresentam territorialidades materiais e simbólicas, esta tese teve por objetivo analisar o fenômeno do turismo gastronômico à luz das territorialidades das cozinhas regionais brasileira, enfatizando as narrativas que compreendem a comida como cultura e elemento promotor de identidade. Para tanto, examinamos a complexidade do binômio turismo e gastronomia, primeiramente, evidenciando as mudanças na dinâmica territorial decorrentes do desenvolvimento tecnológico e dos processos de mercantilização e consumo do espaço, próprios da globalização. Da mesma forma, abordamos sua dimensão simbólica, tendo como respaldo elementos culinária nacional e seu patrimônio imaterial. Seguindo estes rumos, avançamos ao analisar os antecedentes e os novos caminhos trilhados pela gastronomia brasileira na contemporaneidade. Enquanto uma expressão do turismo cultural, buscamos estabelecer um entendimento sobre as principais narrativas em torno da problemática do turismo gastronômico na atualidade, ao se discutir as principais referências teóricas, os marcos e as políticas públicas implementadas nos últimos anos. Neste sentido, houve a identificação e análise de algumas iniciativas que veem na experiência gastronômica o principal elemento motivador de uma viagem. Observamos que o turismo gastronômico se consolidou quando o hábito de comer fora de casa foi definitivamente enraizado na cultura alimentar brasileira e que os guias turísticos impressos ajudaram a disseminar a ideia de viagens em busca dos sabores regionais. Desta forma, utilizamos a Associação de Restaurantes da Boa Lembrança (ARBL), através de sua rede de restaurantes, como um exemplo de turismo gastronômico no Brasil, discorrendo sobre as relações tecidas entre a referida rede, as viagens e as experiências vividas ao consumir a culinária regional expressa no Prato da Boa Lembrança. Por fim, ressaltamos que as viagens gastronômicas não se expressam somente em iniciativas como as visitas aos restaurantes locais, aos festivais de gastronomia ou aos tours pelos grandes mercados do país, mas sobretudo, é vislumbrada como um movimento para valorização das manifestações da culinária nacional, promovendo uma ampliação da compreensão dos brasileiros sobre diversidade gastronômica de seu próprio país, ampliando as suas próprias referências identitárias.

Palavras-chave: Turismo Gastronômico. Cozinha Regional Brasileira. Território. Patrimônio Imaterial. Prato da Boa Lembrança.

## ABSTRACT

COLOMBIANO, Raquel Moniz. **The territories of the brazilian regional cuisine:** the gastronomic tourism in the contemporaneity from the example of the Restaurant Association of the Good Remembrance. 2018. 211 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

Based on the evidence that regional cuisine have material and symbolic territorialities and considering that gastronomic activities related to tourism have intensified in recent years, this thesis aims to analyze the phenomenon of gastronomic tourism in the light of Brazilian food, emphasizing the narratives who understand food as culture and identity. We examine the complexity of the tourism and gastronomy binomial, first, evidencing the changes in the territorial dynamics resulting from the technological development and the processes of consumption of space as a result of the expression of global markets. In the same way, we approach its symbolic dimension, having the national culinary elements and its intangible heritage as important references. Following these directions, we advance in analyzing the antecedents and the new paths of the Brazilian gastronomy. As a derivation of cultural tourism, and with a great expression in the urban centers, we seek to establish an understanding about the main narratives around the problematic of gastronomic tourism in the present time. We have seen that gastronomic tourism is consolidated when the habit of eating outside was definitively established in Brazilian food culture and that the tourist guides helped to disseminate the idea of trips in search of the regional flavors. In fact, we could have a more comprehensive view of the phenomenon, as well as we recognize initiatives that shows the experience is the main motivating element of a trip. At last, we used the Restaurants Association of good Remembrance to illustrate a possible example of food tourism in Brazil. We have chosen to illustrate this thesis, these restaurants because of the relations between this network, the gastronomic tourism and the experiences lived by consuming the meals of the Plate of Good Remembrance. In this sense, there was the identification and analysis of some initiatives that see experience as the main motivating element of a trip. Food trips are consolidated in those initiatives such as visits to local restaurants, gastronomy festivals or tours of the country's major markets, but above all, it is seen as a movement to enhance the manifestations of national cuisine, promoting an expansion of the understanding of Brazilians about food diversity in his own country, expanding his own identity references.

Keywords: Food Tourism. Brazilian Local Cuisine. Territory. Intangible Heritage. Boa Lembrança Restaurants

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 –	Chegadas de Turistas Internacionais Por Região do Mundo 1950-2018.....	30
Figura 1 –	Biomias Gastronômicos do Brasil.....	83
Figura 2 –	Nova Proposta de Regionalização Culinária.....	86
Figura 3 –	Prato da Boa Lembrança - Locanda Della Mimosa de 1994.....	149
Figura 4 –	Pratos da Unione Ristorante del Buon Ricordo.....	151
Figura 5 –	Pintura dos Pratos da Boa Lembrança na Cerâmica Van Erven	155
Figura 6 –	Coleção Particular	157
Figura 7 –	Prato da Boa Lembrança - Dom Mani - Santarém.....	163
Figura 8 –	Prato da Boa Lembrança - Mahalo - Cuiabá .....	164
Figura 9 –	Prato da Boa Lembrança - Casa de Tereza - Salvador.....	167
Figura 10 –	Prato da Boa Lembrança - Xapuri - Belo Horizonte.....	169
Figura 11 –	Prato da Boa Lembrança - Banana da Terra - Paraty.....	171
Figura 12 -	Prato da Boa Lembrança - La Caceria - Gramado.....	172
Quadro 1	Pratos da Boa Lembrança por Região/Estado/Cidade 2018.....	177
Mapa 1 -	Espacialização dos Restaurantes da Boa Lembrança.....	178
Mapa 2 -	Distribuição de Restaurantes da Boa Lembrança no Sudeste....	182

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APROVALE	Associação de Produtores do Vale dos Vinhedos
ARBL	Associação de Restaurantes da Boa Lembrança
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
PNT	Plano Nacional do Turismo
POF	Pesquisa de Orçamentos Familiares
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação Ciência Cultura
UNWTO	Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
1	<b>TERRITÓRIO, TURISMO CULTURAL E GASTRONOMIA: ENTRE A DIMENSÃO MATERIAL E SIMBÓLICA</b> .....	28
1.1	Dimensão Territorial do Turismo: Tendências Contemporâneas.....	34
1.2	Turismo Cultural, Patrimônio Imaterial e Gastronomia Local: Uma Abordagem Geográfica .....	45
2	<b>ESPACIALIDADES DA GASTRONOMIA BRASILEIRA: ANTECEDENTES E PERSPECTIVAS</b> .....	65
2.1	As Cozinhas Regionais Brasileiras .....	68
2.2	Caminhos da Gastronomia Regional e suas Representações no Território.....	79
3	<b>TURISMO GASTRONÔMICO NO CENÁRIO CONTEMPORÂNEO</b> .....	99
3.1	Turismo Gastronômico: Reflexões Teóricas.....	102
3.2	O Papel dos Guias de Viagem para o Turismo Gastronômico .....	112
3.3	Turismo Gastronômico no Brasil: Principais Iniciativas e Políticas Públicas .....	123
4	<b>ASSOCIAÇÃO DE RESTAURANTES DA BOA LEMBRANÇA: UM EXEMPLO DE TURISMO GASTRONÔMICO NO BRASIL</b> .....	136
4.1	Do Surgimento dos Primeiros Restaurantes ao Hábito de Comer Fora de Casa.....	139
4.2	A ARBL e o Prato da Boa Lembrança.....	148
4.3	Uma viagem gastronômica pelas Receitas do Prato da Boa Lembrança.....	160
4.4	Turismo Gastronômico e as Territorialidades da Rede de Restaurantes da Boa Lembrança.....	175
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	184
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	198

## INTRODUÇÃO

---

Muitos invocam a necessidade de escapar do ritmo infernal da vida nas grandes metrópoles para descansar e se refazer. Eles ficam felizes de evoluir numa natureza autêntica. Há outros que querem conhecer as maravilhas do mundo, aquelas das quais sempre ouviram falar. (...) Muitos partem pelo prazer de seguir os passos de homens célebres, de percorrer o ambiente que viveram as estrelas do cinema, de visitar os lugares onde a história se fez, onde as grandes batalhas foram ganhas ou perdidas, onde as revoluções tiveram início e se desenvolveram. A preocupação de descobrir obras primas do passado, os edifícios construídos pelos arquitetos célebres, os escultores e as pinturas que os grandes museus encerram, o ambiente das cidades de arte e de história testemunha a vontade de se enriquecer através do contato com as formas refinadas de cultura. O que há de comum entre todas as razões para se viajar? Elas respondem a uma pulsão pessoal: a necessidade que o indivíduo tem de descobrir o novo. (...) As civilizações modernas multiplicam as razões de se mudar e de se viajar. Na retaguarda dos modelos que elas oferecem, se encontram algumas constantes: a curiosidade do desconhecido, do diferente, o apetite pelo inédito, pelo imprevisto, a procura do outro (CLAVAL, 2010, p. 48-49).

A passagem supracitada, presente no livro *Terra dos Homens* de Paul Claval, foi evocada para ilustrar que as viagens estão cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas e a procura de significado e encantamento por parte dos viajantes sugere a ampliação do interesse nos mais variados aspectos da cultura na sociedade. Por sua vez, uma gama maior de ícones culturais são selecionados enquanto elementos formadores de identidade, havendo uma apropriação simbólica das paisagens, das comidas e da cultura como um todo. Esse fenômeno não seria apenas uma face do consumo cultural, mas uma das maiores forças que estimulam o crescimento das experiências adquiridas através do turismo.

Sincronicamente, ao considerar o aumento da atividade turística e seus impactos sócio-espaciais no ordenamento territorial, o fenômeno do turismo, não se caracteriza somente enquanto atividade econômica, mas, sobretudo, temos vistos a uma ampliação nos estudos científicos sobre esse fenômeno na seara da geografia, nas ciências sociais aplicadas, pelos estudiosos em turismo, sendo desenvolvidos nos grandes centros acadêmicos nacionais e internacionais.

Nos dias de hoje, observamos uma maior fluidez do espaço e tempo, alimentada por inter-relações e diálogos entre diversos agentes em múltiplas escalas. As práticas do cotidiano interagem cada vez mais com as tendências de inspiração global. Dentro da lógica dos territórios em rede, todavia, compreendermos

o contexto regional no que tange às cozinhas brasileiras se torna fundamental. Urge pensar a transescalaridade e o fenômeno do turismo no bojo da globalização e do meio-técnico-científico-informacional.

Neste sentido, memória e identidade são importantes para compreender a dinâmica turística atual, sendo imperativo examinar a complexidade do binômio turismo e gastronomia de acordo com as mudanças sofridas nas últimas décadas. Em consequência do desenvolvimento tecnológico e dos processos de mercantilização e consumo do espaço, cabe identificar as premissas que regem este fenômeno, assim como as causalidades em torno da expansão dessa atividade pelo território nacional. Assim, procuramos compreender a situação do turismo gastronômico nos dias atuais, tendo como respaldo a culinária brasileira e seu patrimônio imaterial.

Até pouco tempo, a gastronomia foi ignorada, tanto pelo turismo como pelo setor cultural, sendo vista como uma necessidade básica e necessária no contexto da alimentação. No entanto, nas últimas décadas, a gastronomia foi elevada ao status de arte criativa pelos chefes celebridades, cuja representatividade adquiriu uma condição de astros da culinária. O argumento mais utilizado enfatiza que a gastronomia fortalece a identidade regional e local, sendo importante pela valorização das especialidades regionais mais autênticas.

Os hábitos alimentares encontram-se tão entranhados no nosso imaginário que não percebemos as diferenças que seriam óbvias para alguém de fora. Por exemplo, a hora que comem, o modo que comem, o que comem, porque comem e, sobretudo, onde comem são questões fundamentais na hora de analisarmos as diferenças culturais mais perceptíveis no âmbito das cozinhas regionais.

As territorialidades são aqui ressaltadas na medida em que a comida é detentora de uma conexão direta com seu território. Diversos fatores contam para essa espacialização, desde os ingredientes locais, os quais possuem uma abrangência territorial mais ou menos definida, passando pelas diferenças nas técnicas de preparo de acordo com o local até os hábitos de consumo inerentes a certa porção do território. Sendo parte integrante do patrimônio intangível, acreditamos que o elo entre gastronomia, patrimônio imaterial e turismo tende a se fortalecer neste momento.

Considerando que nossa tese parte das evidências de que as cozinhas regionais apresentam territorialidades materiais e simbólicas e que as atividades

gastronômicas relacionadas ao turismo se intensificaram nos últimos anos, o objetivo deste estudo de doutoramento concentrou-se em analisar o fenômeno do turismo gastronômico à luz das cozinhas regionais brasileiras, enfatizando as narrativas que compreendem a comida como cultura e elemento promotor de identidade.

Enquanto uma derivação do turismo cultural, dotado de uma maior expressão nos centros urbanos, pudemos observar que houve, no caso brasileiro, certa expansão das atividades do turismo ligadas a gastronomia, principalmente se considerarmos o turismo interno. Nesta tese, apontamos a Associação de Restaurantes da Boa Lembrança, enquanto ilustração de algumas dinâmicas estabelecidas entre turismo e gastronomia no Brasil.

Neste sentido, a contribuição desta tese encontra-se na análise dos principais aspectos do turismo gastronômico e sua interação com a geografia, através de uma base conceitual pautada na relação entre território, turismo e gastronomia.

Sabidamente, o delineamento de uma pesquisa científica se constrói partindo dos questionamentos, que, a rigor, norteiam o caminho que o pesquisador passará a trilhar. Então, nós questionamos de que modo os territórios das cozinhas regionais brasileiras constituem o quadro de referência para a consolidação do turismo gastronômico no Brasil na contemporaneidade?

Seguindo estes rumos, avançamos ao tratar sobre os antecedentes da gastronomia brasileira. Por isso, indagamos: Quais seriam os seus elementos fundadores? Por que se constituíram dessa forma e quais foram as ações que nortearam o movimento de renovação da gastronomia nacional?

Ao estabelecer um retrato da gastronomia brasileira, vislumbramos a necessidade de esclarecer conceitualmente em que consiste o turismo gastronômico na atualidade. Buscamos identificar como a rede formada pela Associação de Restaurantes da Boa Lembrança pode se constituir em um exemplo de turismo gastronômico no Brasil?

Com o intuito de elucidar a problemática, buscamos compreender o fenômeno das viagens e da gastronomia através do instrumental da geografia. Nossa perspectiva foi construída a partir da realidade geográfica em que estamos inseridos, isto é, das questões levantadas em nosso contexto brasileiro, articulando tais particularidades com aquelas do âmbito global.

Posto que o objeto de estudo seja um fenômeno da atualidade, espacializando-se de forma descontínua pelo território nacional, podemos afirmar



que adotamos, como recortes espacial e temporal, o estudo do turismo gastronômico na escala nacional na contemporaneidade, particularmente, as primeiras décadas do século XXI.

Visando construir uma análise que reflita algumas de nossas inquietações, aproveitamos para travar possíveis interlocuções, privilegiando questões referentes ao turismo cultural, patrimônio imaterial e gastronomia. Procurou-se, nesta tese, uma abordagem mais compreensiva e dinâmica, na medida em que os conceitos e categorias foram analisados não somente à luz do contexto em que foram criados, mas, sobretudo, respeitando a necessidade de serem reavaliados e revisitados sistematicamente.

Dito isto, ao propor uma discussão sobre turismo gastronômico nos tempos atuais, traremos ao campo de estudo da geografia a problematização de uma temática pouco explorada e ferramentas teóricas que auxiliem a leitura das novas dinâmicas existentes. No decorrer da trajetória da pesquisa, inscrita nos horizontes da geografia urbana e da geografia cultural, vimos a necessidade de incluir discussões que permeiam os campos de estudo de duas linhas de deste programa de pós-graduação, a saber: a linha de pesquisa 1, Globalização, Políticas Públicas e Reestruturação Territorial e a linha de pesquisa 3, Dimensões Culturais na dinâmica sócio espacial.

Assim,

a despeito da força da geografia cultural e da geografia urbana, as relações entre ambas estiveram ausentes das preocupações dos geógrafos. Os interessados na cultura privilegiaram o passado (...); os interessados no urbano preocuparam-se com processos e formas espaciais, privilegiando os padrões de uso do solo, as interações espaciais e as redes derivadas ou os movimentos sociais. A convergência veio tardiamente, na década de 1980, mas foi nos anos 1990, que ela ganhou força (ROSENDAHL, CORRÊA, 2013, p. 11).

Notadamente, a Geografia Cultural é um campo de estudo com visibilidade dentro de PPGEU UERJ. Nos últimos anos, consolidou-se como referência no cenário nacional, vide as amplas publicações da Prof. Dr. Zeny Rosendahl e Prof. Dr. Roberto Lobato Corrêa, assim como a repercussão internacional do Simpósio Espaço e Cultura.

Como o próprio Roberto Lobato nos sugere,

Os geógrafos incorporam uma perspectiva que inclui as práticas sócio-espaciais e seus significados, envolvendo crenças, valores e intersubjetividades diversas, admitindo a coexistência de múltiplas espacialidades construídas, percebidas, vivenciadas, por uma sociedade

que é fragmentada, estando longe de uma homogeneidade sociocultural (CORRÊA, 2002, p. 5).

Não temos a pretensão de esgotar as possibilidades de análise sobre a temática em tela, na medida em que nenhum estudo seria totalmente completo dentro de uma realidade complexa como a nossa. Resgatamos um trecho escrito por Miguel Angelo RIBEIRO (2013, p. 90) que julgamos elucidativo quanto a prática da pesquisa científica.

Aprender a investigar no campo da ciência geográfica implica atravessar uma experiência pessoal e profissional complexa, difícil e inquietante. Trata-se de uma tarefa que obriga a disciplina do pensamento e da ação e requer um permanente exercício de introspecção e reflexão, muitas vezes solitário, acerca de como encarar o conhecimento de um aspecto particular do mundo. (...) Aprender a investigar exige desenvolver um delicado equilíbrio entre a aplicação de normas, mais ou menos, pré-estabelecidas pelo método e certa dose de criatividade, originalidade e inspiração.

Partindo do trecho supracitado, pensamos que a construção do conhecimento seria um processo dinâmico e interativo, no qual, em diferentes fases do pensamento, algumas escolhas são retomadas e repensadas. Os objetivos devem ser rediscutidos, assim como as escolhas feitas, até então, podem ser redirecionadas. O pensar complexo, implica um procedimento metodológico mais dinâmico e aberto, sendo caracterizado pela pluralidade de recursos e, tendo como resultado, uma visão holística. Nesse percurso, nos afastamos de algumas ideias preliminares e outras necessidades foram surgindo e sendo reavaliadas de acordo com o andamento da pesquisa.

De acordo com Morin (1999), o pensar complexo não seria o oposto do simples, mas sobretudo, o pensar em conjunto através de superposições. Por não haver linearidade nas relações de causa e efeito, sendo a realidade complexa como as teorias de Morin, Ribeiro (2013, p.100), nos diz ser provável que

os pesquisadores da contemporaneidade ao invés de utilizarem a lógica da verificação, marcada pela presença da hipótese e da linearidade causa/efeito, preferam caminhar pela lógica da descoberta, na qual pelo menos um questionamento central se torna imprescindível.

Visando pavimentar um caminho metodológico para a tese, optamos por adotar, no estudo em tela, a lógica da descoberta para estudar turismo e gastronomia, pois esta se descortina como um campo complexo com interações diversas em que causas e consequências se misturam, não apresentando uma lógica linear. O turismo não está apartado das lógicas estruturais que comandam os

espaços nos quais se desenvolve. Para além de suas contradições, trata-se de um fenômeno social marcado pela transversalidade, e multiescalaridade. Daí, pensar o todo de forma complexa. Devemos incorporar uma visão mais holística dos fenômenos, mirando em sua totalidade e não somente em suas partes.

Com a premissa de analisar a relação entre gastronomia e turismo sob uma perspectiva inovadora, a pesquisa se pauta na investigação documental e bibliográfica vinculada a diferentes características da temática em análise, estabelecendo correlações entre as variáveis e definindo sua natureza. Do mesmo modo, por ser de cunho explicativo, pretendemos esclarecer quais fatores contribuem para a ocorrência das novas dinâmicas do turismo gastronômico no território.

Assim, temos por prerrogativa uma análise qualitativa dos fenômenos em uma visão não linear, buscando abordar a pluralidade de narrativas existentes e as múltiplas interações em um movimento constante. Neste sentido, nós não optamos por segmentar a operacionalização da pesquisa em etapas lineares como leitura bibliográfica e, posteriormente, incursões a empiria. A análise bibliográfica e documental ocorreu concomitantemente aos trabalhos de campo, de forma que houvesse rebatimentos mútuos.

Dito isto, a revisão bibliográfica desempenha um papel essencial para o desenvolvimento desta pesquisa, na medida em que permite discutir autores que propiciaram um embasamento teórico-conceitual ao estudo. A leitura da bibliografia proposta, realizada ao longo dos últimos meses, permitiu sedimentar o conhecimento sobre a temática em estudo. Em relação a essa revisão bibliográfica, optamos por fracioná-la em três partes.

Na primeira parte, de âmbito mais conceitual, procuramos por obras mais clássicas da tradição geográfica, que nos desse respaldo teórico para pensar as interações entre território, redes, região e turismo, por exemplo. Posteriormente, exploramos obras que tratam da gastronomia e da formação da culinária brasileira. E, por fim, consultamos uma bibliografia especializada sobre geografia e turismo. Conferimos enfoque na literatura sobre turismo gastronômico, cujos autores estrangeiros se constituem as maiores referências na área.

Dentro desse contexto, foram selecionadas categorias conceituais norteadoras da tese, que seriam redes, região e território. Pensamos no entrelaçamento desses conceitos como elementos fundamentais para a

compreensão do fenômeno em questão. Nessas condições, inter-relacionar autores como Henri Lefebvre (1991, 1992, 2002), Milton Santos (1992 e 1996), Rogério Haesbaert (2004, 2014), David Harvey (2012), Castells (1999 e 2005) foi enriquecedor para a análise em tela. Buscando uma abordagem crítica, Santos e Haesbaert discutem territórios e territórios-redes e Castells fala em espaços de fluxos e territórios desconectados. Harvey, por sua vez, faz um aprofundamento claro sobre o papel do Estado nas políticas urbanas e sobre o impacto dessas políticas no território.

Em relação às tendências teóricas contemporâneas sobre globalização, processos transescalares e cultura optou-se por trilhar o caminho indicado por Bourdieu (1982, 1998) e Baudrillard (2009) e no cenário latino-americano, os teóricos culturais como García Canclini (1995). Estes autores são referência para o pensamento social crítico nesta conjuntura.

Ao tratarmos da gastronomia brasileira e sua construção, fomos buscar as principais referências sobre o tema e nos deparamos com narrativas detalhadas sobre as minúcias da culinária nacional. Foram resgatados especialmente três autores que tratam do tema alimentação no Brasil, que mesmo com perspectivas diferentes dialogam entre si. Estes autores, Josué de Castro (1984), Gilberto Freyre (2001 e 2007) e Luís da Câmara Cascudo (2004), foram importantes na construção da narrativa de identidade nacional a partir da comida. Eles apresentaram, a sua época, visões inovadoras, que mudaram a forma como era pensada a culinária brasileira e a própria identidade nacional

Enquanto Castro debate o tema da alimentação pela ausência do alimento, ou seja pela perspectiva da fome, Freyre nos revela uma obra mais política e sociológica, trazendo os temas raciais para o debate da alimentação e promovendo o que ele denomina de "geografia do doce". Em contraponto, o repertório cascudiano nos fala da história da alimentação do Brasil, em uma obra riquíssima, repleta de detalhes, tendo como principal categoria o paladar e a formação do "gosto". De forma geral, esses autores construíram uma literatura que destrincharam a formação da culinária nacional e a alimentação do brasileiro. Além de criar uma mitologia em torno da identidade, estes autores foram, e ainda hoje são, importantes fontes de referência para pesquisadores do assunto.

Com uma abordagem mais contemporânea, privilegiamos os artigos de Maciel (2001 e 2004), Collaço (2003, 2013), Peccini (2013) e, de forma ainda mais

recente, Dória (2014), assim como, o aporte teórico de DaMatta (1986) no clássico “O que faz o Brasil, Brasil?”.

No tocante às categorias relacionadas ao campo do turismo, este se revela especialmente rico na investigação. No entanto, a problematização do fenômeno do turismo ainda está em processo de construção pelas ciências sociais e pela geografia. Somente quando as mesmas se voltam para o estudo do lazer, tempo livre e consumo, é que o turismo começou a merecer uma atenção científica por parte da Geografia. A aproximação com a academia ocorre mais intensamente a partir das últimas décadas do século XX. Alguns ensaios e análises com visão mais crítica entram em cena na literatura especializada. O debate acadêmico e uma visão mais integradora encontram campo fértil para se desenvolver.

De acordo com Fratucci (2008, p.24),

o aumento da produção bibliográfica e o crescente número de encontros, congressos e eventos científicos, a partir da década de 1980, não podem ser vistos como indicadores decisivos de um aprofundamento dos estudos teóricos sobre o fenômeno do turismo. Somente há poucos anos, os estudos e a reflexão sobre o campo do turismo vêm merecendo alguma atenção dos acadêmicos, apesar de serem perceptíveis, ainda, certas resistências quanto à validade desses estudos, principalmente no campo das ciências sociais.

Pensar sobre turismo na academia, segundo Gimenes (2012), é recente no Brasil e, por um longo período, a produção bibliográfica esteve limitada ao caráter técnico, mais operacional. As publicações, cujo debate era considerado mais amplo sobre turismo, reduziam-se a poucas produções estrangeiras, que demoravam a chegar ao país.

Adyr Balastrieri Rodrigues (1996) foi uma das pioneiras a trabalhar com turismo e sua interface na geografia e influenciou a ampliação de estudos nessa área a partir de então. Foram importantes os estudos brasileiros que pensam turismo Barreto (2000), Fratucci (2008), Panosso Netto (2010).

Não podemos deixar de citar os artigos de John Urry sobre turismo como referências para este estudo. Sendo o “Olhar do Turista” uma de suas principais obras, Urry (1990) traz um panorama da atividade turística, a qual merece ser pormenorizada por características próprias e como elemento central nas mudanças culturais da sociedade.

Quanto aos artigos brasileiros que tratam especificamente sobre essa relação entre turismo e gastronomia, observamos, ao longo das leituras, certa diversidade de

abordagem, assim como um tom jornalístico, pouco profundo, mesmo se tratando de textos acadêmicos. Em diversas ocasiões, vimos textos em que são contadas histórias sobre as aventuras dos viajantes, exemplificando como aprenderam sobre a história e a geografia local através de ingredientes culinários. Isso pode ser explicado, em certa medida, pela ausência de teorias sobre a temática, posto que essa relação entre turismo e gastronomia seja recente e pouco explorada pelos cientistas sociais no Brasil.

Identificamos na revisão bibliográfica, autores que trabalham a referida problemática como Maria Henriqueta Gimenes, professora da Universidade Anhembi/Morumbi e seu grupo de trabalho. Gimenes (2012, p.4) destaca que “a produção científica relacionada à temática turismo/gastronomia ainda é bastante jovem e ainda dá os primeiros passos rumo à sua consolidação”.

No plano internacional, nos debruçamos sobre os estudos elaborados por Greg Richards (2002, 2012, 2014), o qual vem se tornando uma referência no âmbito do Turismo Gastronômico. Além de conceituar e caracterizar turismo gastronômico, este autor trata da cultura e turismo cultural e os relaciona com economia criativa. Richards participa de grupos de estudos sobre turismo e gastronomia que contribuem para a difusão desse conhecimento. Para esta tese, nos baseamos em alguns artigos deste autor como o “Papel da Gastronomia no Desenvolvimento Turístico” (2014) e “Gastronomia e o Turismo de Experiências” (2012).

Destacamos ainda os autores Bell e Valentine (1997), no livro “Consuming Geographies: We Are Where We Eat”. que nos trazem a perspectiva geográfica sobre a questão do consumo na atualidade, tendo como exemplo a comida. Os autores articulam a questão do consumo e da alimentação pela visão dos estudos culturais.

Outro autor de elevada importância para a temática em tela é Michael Hall (2006 e 2009) que trata do turismo gastronômico e de casos sobre o desenvolvimento regional na Nova Zelândia. Este autor foca seus estudos no enoturismo, tratando da realidade das vinícolas neozelandesas para estudar o comportamento dos turistas em relação ao consumo de vinho e visitas às vinícolas produtoras.

Por isso, abordar o tema gastronomia e turismo no Brasil através de uma perspectiva geográfica é um desafio que se coloca neste momento. A maior parte da bibliografia selecionada para este estudo é estrangeira e não foi publicada em

português. Desta forma, a bibliografia proposta foi pouco trabalhada por autores brasileiros.

Sendo assim, uma das contribuições desta tese encontra-se na atualização das referências bibliográficas sobre turismo gastronômico. Houve a preocupação em pesquisar, sistematizar e analisar as obras mais recentes publicadas sobre esta temática, muitas das quais ainda não publicadas no Brasil.

Concomitantemente a revisão bibliográfica, houve uma pesquisa extensa sobre as fontes e materiais a serem utilizados, etapa que demandou esforço e um longo tempo para ser concluída. Em relação às fontes de pesquisa, tornou-se relevante a consulta do acervo e bases de dados sobre a problemática em foco nas seguintes instituições: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN e UNESCO.

Assim como, propõe-se analisar algumas informações qualitativas dos órgãos governamentais dedicados ao turismo brasileiro como o Ministério do Turismo e o Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR no plano nacional e as secretarias de turismo estaduais e municipais, quando pertinentes. Ainda foram consideradas como fontes de dados, as entidades diretamente vinculadas ao setor turístico, como a Associação Brasileira de Agências de Viagens - ABAV, Associação Brasileira da Indústria de Hotéis - ABIH, Associação Brasileira de Gastronomia, Hospedagem e Turismo - ABRESI e Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação ABIA.

Notadamente os documentos do Conselho Internacional de Monumentos e Sítios - ICOMOS e da UNESCO foram fundamentais para o desenvolvimento desta tese. Os textos conceituais produzidos por tais instituições são parte das referências bibliográficas incluídas na tese. Podemos dizer o mesmo sobre os relatórios globais (global reports) publicados por entidades como a Organização Mundial do Turismo - UNWTO, os quais se mostraram fundamentais para a compreensão de lógicas do turismo internacional e sua vinculação com o patrimônio imaterial e a gastronomia. Dentre o material documental pesquisado, investigamos os relatórios globais anuais da UNWTO em diferentes instâncias, abrangendo desde a textos mais gerais que tratam sobre o crescimento da atividade turística mundialmente, as cartas sobre patrimônio, até os últimos reports sobre turismo e gastronomia.

Cabe sublinhar que obtivemos acesso uma pesquisa internacional, de cunho privado, sobre turismo gastronômico denominada "Travel Food Monitor" (2016),

cujas informações foram relevantes para traçar um perfil do setor e do turista que consome gastronomia.

Baseando-se em dados do setor de turismo, da cultura e da gastronomia, nossa análise ainda fez uso de material publicado em livros, periódicos e guias de viagem, além de outros materiais que foram utilizados como suporte durante a elaboração da tese. De forma complementar, utilizamos também outras fontes documentais, tais como matérias de jornais, revistas e sites especializados, publicações oficiais e vídeos institucionais com a finalidade de contextualizar o discurso, projetos e ações oficiais.

Estivemos atentos às reportagens sobre a temática do turismo gastronômico nas mídias impressas e nos domínios da internet. Identificamos alguns encontros, fóruns e congressos que estão tratando do tema turismo e gastronomia. Estes se constituem em importantes fontes em relação a uma temática relativamente nova no meio acadêmico. Ganharam relevo os seguintes fóruns de discussão: o World Food Travel Summit, realizado em 2015 em Portugal; os eventos promovidos pelo ATLAS, uma associação portuguesa sobre turismo e gastronomia que teve seu primeiro encontro em 2000 e desde então promove encontros anuais; o Fusion Madrid em que o governo de Minas Gerais representou a gastronomia brasileira e o recém-ocorrido Fórum sobre turismo e gastronomia da UNIVALE.

Cumprir mencionar o uso das geotecnologias, bases cadastrais e uso de imagens de satélite como elementos técnicos de suporte à elaboração dos mapas necessários à tese. Da mesma forma, o emprego de recursos visuais e cartográficos como mapas, gráficos e fotografias constituem fontes relevantes para que fosse possível a realização do estudo em questão efetivamente.

Naquilo que tange à pesquisa empírica, pode-se afirmar que contribuiu para verificar, validar e consolidar os dados disponíveis, funcionando como um elemento agregador entre os conceitos apreendidos e a visão espacial do geógrafo e conferindo um maior grau de aprofundamento a análise.

Em linhas gerais, o senso comum é visto como uma etapa preliminar na pesquisa científica, um saber trivial e incompleto que deve ser rebatido pelo pensamento dito científico. No entanto, o senso comum deve ser tomado, antes de tudo, como um conjunto de observações empíricas da vida cotidiana, não devendo ser inteiramente desprezado, mas visto com certo cuidado como nos sugere Haesbaert (2014). O autor nos lembra de que nossos conceitos são moldados para



enfrentar problemáticas no campo teórico e estes acabam sendo reapropriados e refeitos empiricamente de acordo com a realidade vivenciada pelos grupos sociais.

A observação realizada, a partir da prática empírica, contribuiu para o esclarecimento de alguns questionamentos existentes, gerando, simultaneamente, a formulação de novas indagações. Somados aos esforços de construção de um quadro teórico coerente, a abordagem empírica e os procedimentos operacionais da pesquisa foram pensados de forma a enriquecer este estudo.

Ressalte-se que promovemos alguns trabalhos de campo no decorrer da pesquisa. Procuramos estruturá-los com a finalidade de observação e de confirmação ou não de alguns questionamentos. Escolhemos, em princípio, algumas áreas gastronômicas dotadas de certa centralidade no contexto do turismo gastronômico dentro do território nacional, como o Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul e a região da Serra da Canastra em Minas Gerais. Note-se que ambos são reconhecidos pelo valor material e imaterial de seus produtos.

Olhamos com a devida atenção para o crescimento em torno das cervejarias da região serrana fluminense, dos arredores de Belo Horizonte. Participamos ainda de festivais gastronômicos como o Rio Gastronomia, o Taste São Paulo e do Festival Gastronômico de Tiradentes, assim como fizemos o roteiro de bares propostos pelo concurso “Comida di Buteco” em Belo Horizonte e no Rio de Janeiro. A participação nestes festivais se justificou, pois precisávamos compreender o funcionamento dos mesmos e se existia de fato um fluxo turístico dentro deles.

Como parte da operacionalização dos trabalhos de campo, programamos, cuidadosamente, visitas aos principais mercados do país, com o objetivo de entender o funcionamento turístico dos mesmos e conhecer os ingredientes regionais utilizados em muitas das receitas do prato da Boa Lembrança.

Programamos nossas incursões, primeiramente, pelo Mercado Municipal de São Paulo, uma vez que o "Mercadão" já é alvo comercial de empresas de turismo que organizam passeios guiados. Já são comercializados tours gastronômicos em seu interior. Posteriormente, visitamos o Mercado Central de Belo Horizonte e o Mercado Ver-o-Peso em Belém do Pará, ambos figuram entre os atrativos turísticos de suas cidades nos principais guias, detendo intenso fluxo turístico. Visitamos, ainda, o Mercado Modelo em Salvador e, por último, no Mercado Municipal do Rio de Janeiro, a CADEG.

De certa forma, essas vivências, proporcionadas pelas viagens orientadas para uma redescoberta dos ingredientes regionais, nos levaram a trabalhar a temática do turismo e gastronomia dentro da Geografia.

Em relação a visita aos restaurantes do prato da Boa Lembrança, podemos dizer que já conhecíamos a experiência dos restaurantes Boa Lembrança e do seu famoso prato, muito por influência do orientador desta tese, Professor Dr. Miguel Angelo Ribeiro. Ele foi o responsável por nos apresentar ao Prato da Boa Lembrança e nos estimular o início de uma coleção. Mesmo a experiência já nos sendo familiar, agendamos visitas a alguns dos restaurantes da Associação da Boa Lembrança para ter a experiência de comer o prato da Boa Lembrança, agora com o olhar de pesquisador.

Ressalte-se que conseguimos estabelecer um contato com a Associação dos Restaurantes da Boa Lembrança - ARBL, pois precisávamos levantar maiores informações da relação da entidade para com o turismo, para além daquelas disponibilizadas em seu endereço eletrônico. Por conseguinte, obtivemos valiosas informações através de entrevistas informais. A ARBL, foi bastante solícita ao responder as perguntas realizadas, assim como a disponibilizar material complementar ao oferecido em seu endereço eletrônico.

Neste sentido, torna-se imperativo que a base teórico-conceitual fosse complementada pelas atividades empíricas, podendo ratificar ou, mesmo, negar algumas das premissas desta tese. Por conta dessas experiências, mudamos de rumo em alguns momentos e nos afastamos de falsas premissas.

Assim sendo, ao nos debruçarmos sobre as questões levantadas, vemos os desafios que se colocaram à nossa frente. Procuramos pensar, no decorrer da tese, sobre cada uma das questões aqui mencionadas, de forma que o conjunto dos capítulos sejam norteados por tais questionamentos.

O primeiro capítulo intitula-se “Território, Turismo Cultural e Gastronomia: Entre a Dimensão Material e Simbólica”. A priori, procuramos estabelecer os conceitos e categorias que nos respaldam teoricamente para debatermos temática em tela. Neste capítulo, analisou-se os conceitos caros à geografia como território, redes e território-redes em sua inter-relação com políticas públicas voltadas para o setor. O objetivo deste capítulo primeiro foi contextualizar o fenômeno do turismo na contemporaneidade em sua dimensão material e simbólica. Evidenciamos o seu crescimento mundial enquanto atividade socioeconômica, promotora de intensos

fluxos, bem como, descortinamos seus aspectos simbólicos, sua dimensão cultural e sua vinculação entre o patrimônio imaterial e gastronomia regional brasileira.

Para tanto, discorreremos sobre os seus antecedentes históricos, das primeiras viagens até sua institucionalização da atividade turística enquanto um fenômeno marcadamente urbano. Através desta análise, situamos o turismo cultural no contexto atual de espaços de fluxos e territórios descontínuos. A valorização dos bens imateriais e das políticas públicas de patrimonialização em relação aos aspectos das cozinhas regionais emergem para resgatar a memória e elementos da identidade local. Por conseguinte, o turismo se apropria desse resgate do patrimônio e revalorização cultural para criar novas modalidades de consumo cultural baseados na experiência. O turismo gastronômico entra em cena a partir do contexto em questão.

O capítulo segundo, denominado “Espacialidades da Gastronomia Brasileira: Antecedentes e Perspectivas” aborda, em um primeiro momento, a compreensão dos antecedentes das cozinhas regionais brasileiras, desconstruindo a narrativa sobre a miscigenação cultural e seus rebatimentos na culinária. Procurou-se estabelecer um quadro analítico sobre os elementos espaciais e algumas territorialidades das cozinhas regionais brasileiras.

Com esse objetivo, procuramos desvelar o processo de formação das cozinhas regionais em uma prática criativa contínua, a qual é permeada por influências e conflitos múltiplos. Visando iluminar nossa trajetória e aprofundar as questões concernentes a este capítulo, recorreremos ao aporte teórico de autores como Gilberto Freyre (2001) e Luís da Câmara Cascudo, ambos especialistas nesta temática.

Na segunda seção deste capítulo, abordamos os novos caminhos da gastronomia regional contemporânea e suas representações no território. Vislumbramos novas perspectivas que surgem na atual conjuntura, como o movimento denominado “Nova Gastronomia Brasileira”, cuja característica principal se define através da utilização de ingredientes tipicamente brasileiros na culinária e uma ressignificação de pratos tradicionais das cozinhas regionais.

Observamos, ainda, que regionalização formal do país não corresponde às práticas culturais exercidas pelas cozinhas regionais, apresentando territorialidades mais fluídas, marcadas, em alguns casos, pela abrangência territorial dos ingredientes nativos. Assim sendo, a classificação da gastronomia nas cinco regiões

já estabelecidas seria redutora e não representativa da realidade vivenciada. Outras proposições para uma regionalização surgiram e foram analisadas neste capítulo.

A terceira parte desta tese, denominada “Turismo Gastronômico no Cenário Contemporâneo”, realizou uma revisão conceitual da categoria turismo gastronômico, discorrendo sobre as principais iniciativas já existentes na realidade brasileira, tendo em vista uma mudança na forma de viajar e no interesse dos turistas por tours gastronômicos, visitas aos mercados públicos locais ou aulas de culinária durante o tempo de viagem.

Notadamente, as inter-relações existentes entre a atividade do turismo e a gastronomia local são multifacetadas, evidenciando as experiências vividas como um dos elementos motivadores das viagens. O turismo gastronômico surge dentro do contexto do “turismo de experiências”, expressão que foi cunhada nos últimos anos, e muito utilizada pelo mercado turístico.

Cumprir mencionar que os discursos propagados e imagens veiculadas por alguns guias de turismo como o Guia Michelin e o Guia Quatro Rodas contribuíram para a formação de roteiros, circuitos e redes gastronômicas, direcionando o deslocamento em busca de novas experiências do paladar.

No decorrer do quarto capítulo, o qual se intitula “Associação de Restaurantes da Boa Lembrança: Um exemplo de Turismo Gastronômico no Brasil”, investigamos a relevância da ARBL para o turismo gastronômico no país. Esta rede de restaurantes dialoga com as principais tendências da gastronomia, ao procurar valorizar as cozinhas regionais e utilizar ingredientes locais.

De forma a ilustrar tal afirmação, houve a sistematização das receitas criadas exclusivamente para fazer parte do cardápio do Prato da Boa Lembrança. Destas, foram escolhidas seis receitas, cuja análise foi detalhada neste quarto capítulo. Por último, trabalhamos a espacialização dos restaurantes pertencentes à ARBL no ano de 2018, de modo a compreender, através do mapeamento, como a territorialidade desta rede de restaurantes se manifesta.

Por fim, cabe aqui uma justificativa subjetiva antes de passarmos para o primeiro capítulo. Na primavera de 2005, o professor Miguel Angelo Ribeiro, meu atual orientador no processo de doutoramento e, na época, orientador de monografia na graduação em Geografia e com quem trabalhei sob sua tutoria no Programa de Ensino Tutoria - PET, sugeriu prepararmos um artigo sobre gastronomia na geografia, dado nosso interesse comum frente à gastronomia brasileira. Ele

pensava, então, em um estudo sobre a Associação do Prato da Boa Lembrança e seu arranjo no território. Foi justamente nesse período que conheci, por intermédio de meu orientador, o Prato da Boa Lembrança. Já a época, sua coleção de pratos era significativa. Seu interesse pela boa comida e pelos pratos nos levou a conhecer diversos restaurantes da Associação da Boa Lembrança.

Avançamos ao prepararmos uma revisão bibliográfica básica, mas, por questões de tempo e outros compromissos, a ideia foi deixada em um segundo plano, porém, não esquecida. A graduação em Geografia na UERJ foi muito importante com sua base conceitual e experiências de campo. Pensar o território através do olhar geográfico influenciou a visão de mundo que tenho hoje.

Depois que me intitulei mestre em Planejamento Urbano e Regional pelo IPPUR/UFRJ em 2007, trabalhando com Cultura e Políticas Culturais na cidade do Rio de Janeiro, meu hobby passou a ser a organização das viagens independentes com foco na gastronomia local.

Ao ser admitida para o Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Geografia da UERJ em 2014 e participar da disciplina Geografia e Turismo, ministrada pelo Professor Miguel Ângelo Ribeiro, a ideia inicial foi retomada e novos pensamentos vieram a mente, resultando em uma mudança de temática.

Cumprir mencionar que a disciplina “Geografia e Turismo” foi extremamente relevante para que se pudesse compreender algumas das principais concepções sobre o turismo no mundo contemporâneo, uma vez que os textos analisados e debatidos durante as aulas formaram um conjunto coerente e ajudaram a pensar questões importantes sobre a atividade turística e seus rebatimentos no território. Da mesma forma, a carga teórica da geografia cultural, da qual este programa é referência, propiciou o instrumental necessário para amalgamar esta tese.

Por fim, acreditamos que nossa abordagem foi cuidadosamente pensada de forma a apresentar a profundidade que uma tese requer. Dialogamos com algumas referências na literatura estrangeira especializada e resgatamos autores brasileiros importantes para pensar a gastronomia nacional. Embarcamos na aventura de estudar um tema bastante desconhecido na seara da geografia e pouco debatido no círculo teórico do turismo no Brasil.

Boa viagem e bom apetite.

## CAPÍTULO 1

### TERRITÓRIO, TURISMO CULTURAL E GASTRONOMIA: ENTRE A DIMENSÃO MATERIAL E SIMBÓLICA

---

Ao longo do século XX, com maior intensidade a partir de sua segunda metade, o turismo, visto como atividade econômica, se consolida como um agente de transformação sócio territorial. Somente nas últimas décadas, quando as ciências sociais se voltam para o estudo do tempo livre e do consumo do espaço, o turismo começou a merecer uma atenção científica, por parte da Geografia, pelo forte impacto exercido na produção do espaço. Vimos que não as viagens, mas o turismo cultural é um fenômeno cada vez mais atual e urbano.

Desde o período do pós-guerra, tal atividade vem sendo cada vez mais valorizada e está adquirindo uma dimensão mais relevante na vida cotidiana para a formação de estilos de vida individuais e dos grupos sociais. Há um forte diálogo entre a ampliação do tempo disponível para o lazer, sua ressignificação diante da lógica de consumo do espaço e as transformações sócio-espaciais verificadas no território. Dessa maneira, propomos uma análise mais densa e crítica que vá além dos estudos mais pragmáticos do turismo no território.

De acordo com Panosso Netto (2011, p. 541),

a análise tradicional do turismo, predominantemente positivista, está focada nos impactos do turismo, nos turistas, nas relações entre turistas e pessoas do local, no funcionamento do “sistema turístico” e nas consequências do fenômeno. Poucas vezes o valor do turismo é discutido; o seu significado desde tempos imemoráveis e para a atualidade; a necessidade dos deslocamentos; o que significa estar em viagem e; qual o significado das viagens. Essas são questões fundamentais para a visão crítica da área, porém ainda não são abordadas com a seriedade necessária.

O turismo enquanto atividade política, econômica e cultural tende a se destacar nos estudos científicos atuais. De acordo com Richards (2009, p. 25), o turismo cultural tem sido considerado “a área de maior crescimento no turismo global e, cada vez mais, tem sido tomado como a maior área de desenvolvimento de produto pelos destinos turísticos em busca de diversificação”.

A Organização Mundial do Turismo (UNWTO) estima que esse mercado abarque 37% do turismo global, ou cerca de 265 milhões de viagens internacionais

em 2003. Em 2015, houve, notadamente, um crescimento consistente do turismo cultural no mundo abrangendo cerca de 40% do turismo global. A atual proporção de turismo cultural em qualquer destino depende da natureza do produto, tanto quanto da definição de turismo cultural.

Segundo a referida organização, os turistas culturais são aqueles viajantes que participam de uma visita ou atividade cultural ao longo da sua estadia. Torna-se importante ressaltar que devemos considerar apenas a motivação essencialmente cultural como parâmetro no momento de análise das estatísticas para que o dado seja corretamente interpretado, principalmente se comparado com fontes dotadas de aporte metodológico distinto.

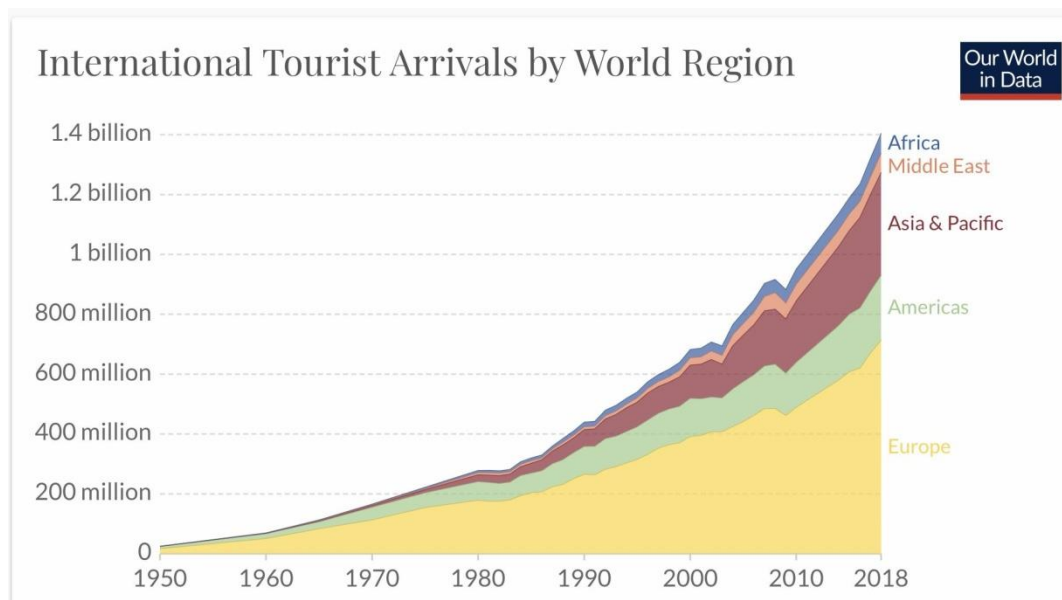
Nos últimos anos, houve uma intensificação do debate em torno da problemática de turismo e cultura em caráter mundial. Não raro, tais discussões foram responsáveis pela Declaração de Siem Reap (2015) e a Declaração de Muscat (2017). Tais declarações estabeleceram princípios e diretrizes para a implementação das políticas de turismo cultural e sugeriram práticas integradas e sustentáveis. Enquanto a primeira estabelece diretrizes para construção de um novo modelo de parcerias público privadas mais eficiente visando o desenvolvimento de rotas culturais e o estímulo à indústria criativa, a segunda propõe a criação de uma agenda para 2030 de fortalecimento das sinergias entre turismo e cultura a partir do fomento às práticas sustentáveis de turismo.

Em termos estatísticos, observamos um incremento ano a ano no fluxo de turistas em escala global. Verificou-se um aumento médio de 6% na atividade turística global de acordo com os dados da Organização Mundial do Turismo UNWTO (2017).

Conforme aponta o Gráfico 1, divulgado pela Organização Mundial do Turismo, demonstrado a seguir, houve um crescimento no volume de turistas internacionais na escala global ano após ano desde a década de 1950 até 2018. O aumento da atividade turística no ano de 2018 movimentou uma ordem de grandeza de aproximadamente 1,4 milhões de turistas em números absolutos no mundo todo.

Se pontuarmos o período de 2010 a 2018, o número absoluto salta, aproximadamente, de 940 milhões de turistas globais para cerca de 1,4 bilhões de pessoas viajando. Esta ordem de grandeza, equivale a um percentual de crescimento expressivo, não visto anteriormente.

Gráfico 1: Chegadas de Turistas Internacionais por Região do Mundo 1950 - 2018



Fonte: UNWTO - World Tourism Barometer 2018

Ainda de acordo com o gráfico 1, note-se que a Europa detém historicamente cerca de 50% de todo o fluxo de turistas internacionais, denotando primazia no estabelecimento das primeiras políticas voltadas para o setor. O fluxo de turistas no continente ultrapassa os 600 milhões.

Nas Américas, contabilizou-se cerca de 215 milhões de turistas. Ressalte-se que mesmo as Américas detendo um elevado percentual no turismo mundial, a América do Norte concentra a imensa maioria de turistas, particularmente, os Estados Unidos. Se isolarmos a América do Sul, constatou-se que esta detém um percentual de 2,8% do turismo mundial segundo a própria Organização Mundial do Turismo, 2017.

O eixo da Ásia e do Pacífico, região que inclui Japão, China, todo o Sudeste Asiático e Austrália vem obtendo um crescimento maior a cada ano. A partir de 2010, o fluxo de chegada de turistas ultrapassa as Américas, se tornando a segunda maior área na recepção de turistas com mais de 300 milhões de turistas.

A África e o Oriente Médio detém os menores números absolutos, mas notamos crescimento contínuo nos últimos anos. A ascensão do turismo nos Emirados Árabes, em cidades como Dubai e Abu Dhabi vem ganhando destaque



mundialmente. Quanto aos países da África, aqueles que mais se destacam são o Egito, Marrocos, Quênia e África do Sul. Este continente abriga um nicho do turismo mundial voltado para os safáris parques nacionais e em reservas privadas associadas a hotéis e campings de alto luxo.

Desta forma, é notório o crescimento do fenômeno do turismo mundialmente, sendo representativo o fluxo de turistas para a economia global. De forma a trazer luz a essa problemática, Rodrigues (2006, p.297) traz a seguinte reflexão:

Focalizando o turismo na escala planetária, é consensual considerá-lo como um dos elementos fundamentais da globalização, estando subordinado aos atores hegemônicos que capitanearam a economia global, assumindo como tal um cores importantes no modelo de acumulação capitalista contemporâneo. Assim, o turismo só pode ser entendido à luz de matrizes conceituais-metodológicas que iluminam o contexto social da modernidade, particularmente a partir do fordismo, o qual impôs um pacto social baseado na redistribuição do excedente material da produção e na distinção bipolar do espaço-tempo, nomeada como esfera de trabalho e esfera do ócio. Essa dualidade dilui-se no pós-fordismo nos países centrais do capitalismo, mas não desaparece por completo, embora se considere a flexibilidade da produção e dos calendários operativos. Tais ambiguidades dificultam as análises que procuram apreender as dinâmicas dos espaços de lazer, tanto no campo como na cidade, assim como as novas territorialidades produzidas pelo turismo

Neste sentido, foi necessário ter definições oficiais, para serem utilizadas para fins estatísticos, dado ao amplo volume do fluxo de turistas. Tais definições conceituam o Turismo como o

fenômeno que ocorre quando um ou mais indivíduos se transladam a um ou mais locais diferentes de sua residência habitual por um período maior que vinte e quatro horas e menor que cento e oitenta dias, sem participar dos mercados de trabalho e capital dos locais visitados (UNWTO, 2000).

Tal como foi evidenciado, a visão de um órgão oficial privilegia uma abordagem um tanto técnica, não dando conta da totalidade da realidade. Com efeito, para uso em estatísticas, basta conceituar a atividade turística pelas distâncias percorridas e pelo tempo de permanência fora dos espaços habituais de residência e/ou trabalho. De fato, o fenômeno não prescinde de definições que denotem seus aspectos multidimensionais revelando interações com o plano social.

Neste sentido, a geografia do turismo se revela um campo especialmente rico para investigação. No momento em que vislumbramos um novo horizonte de investigação, não nos preocupamos somente com o ineditismo temático, todavia, olhamos também práticas metodológicas e instrumentos de análise outros. Utilizaremos, para tanto, o instrumental teórico-metodológico da geografia para

termos um embasamento crítico que nos permita refletir sobre as interações entre turismo, cultura, território e gastronomia nos dias de hoje.

Adyr Balastrieri Rodrigues, ainda na década de 1990, foi uma das pioneiras a trabalhar turismo na geografia e influenciou a ampliação de estudos nessa área a partir de então.

De fato,

a temática do turismo em geografia constitui uma de suas especialidades mais recentes, embora já se tornando importante a partir dos anos setenta, período em que o turismo de massa se consolida, tanto nos países centrais de capitalismo avançado como nos periféricos (RODRIGUES, 1996, p. 158).

Neste ínterim, reconhecer e analisar os fenômenos inerentes à geografia do turismo se tornou fundamental para o delineamento das reflexões preliminares deste estudo. Propor uma discussão sobre turismo cultural, mais especificamente, sobre o gastronômico nos tempos atuais significa trazer ao campo de estudo da geografia a problematização de uma temática relativamente nova.

Pensamos que o turismo cultural é uma atividade em expansão no Brasil nos tempos atuais, considerando os processos de consumo do espaço próprios da globalização.

Vemos que a problematização é construída de acordo com o espaço-tempo e os conceitos devem ser analisados à luz do contexto em que foram criados, surgindo a necessidade de serem reavaliados e revisitados constantemente. Sabidamente, a relação espaço-tempo se constitui enquanto um poderoso instrumento de análise diante da complexidade do mundo real, se considerarmos que as espacialidades se modificam e as relações sociais são permanentemente redefinidas e realinhadas em temporalidades definidas.

A relação indissociável entre espaço e tempo ou, no caso da geografia, entre a espacialidade e a temporalidade do mundo que a sociedade produz pela transformação da natureza, implica (...) o reconhecimento de duas perspectivas sobre a realidade social. Enquanto o olhar geográfico se estenderia mais sobre o mundo em sua coexistência e simultaneidade, o olhar histórico enfatiza o caráter consecutivo ou sequencial dos fenômenos (HAESBAERT, 2014, p.36).

Com a finalidade de construir uma análise que reflita algumas de nossas inquietações, aproveitamos esse momento para estabelecer um debate profícuo entre alguns autores visando a construção de uma problemática consistente, privilegiando, questões referentes ao território. Faz-se necessário, neste primeiro capítulo, estabelecer conexões entre os conceitos geográficos de espaço, território,

rede e territórios-rede com a atividade turística, mais especificamente com o turismo cultural.

Não obstante, torna-se necessário o esclarecimento de que não temos a pretensão de esgotar o debate acadêmico sobre alguns dos conceitos-chave para a tese ou mesmo fazer um resgate histórico sobre as categorias analíticas. Buscou-se pontuar algumas obras de referência que colaboram com a problemática desenvolvida pela tese e dialogar com esses autores, a fim de evitar ambiguidades teóricas e estabelecer nossos interlocutores.

Isto posto, este capítulo foi dividido em dois momentos. Nossa intenção, ao longo dessa primeira aproximação, foi contextualizar e, ao mesmo tempo, conceituar, o fenômeno do turismo à luz dos conceitos de território, redes e territórios-redes e sua inter-relação com as políticas públicas voltadas para o setor, apresentando argumentos que evidenciam a pertinência da abordagem geográfica. No que tange ao segundo momento do capítulo, a prioridade se desloca para a compreensão da dimensão simbólica do turismo, tendo como foco o turismo cultural, o patrimônio imaterial e a gastronomia local.

## 1.1. Dimensão Territorial do Turismo: Tendências Contemporâneas

---

Em face desse contexto em voga de revalorização da cultura em escala mundial, o turismo, em seu viés cultural, emerge como uma forte tendência na sociedade contemporânea. O interesse pelas cidades e pelo seu patrimônio histórico resgata a memória coletiva local, sendo capaz de contribuir para o surgimento ou a consolidação da atividade turística em determinada localidade, alterando a dinâmica urbana e modificando a produção do espaço.

Em sua obra *The production of the space*, Lefebvre (1992), argumenta que o estudo do conceito de espaço permite observar que as relações sociais se projetam e se inscrevem num determinado espaço enquanto o produzem. Na sua visão, tais relações têm somente existência quando se materializam espacialmente, pois, caso contrário, elas não passariam de representações, permanecendo no verbalismo e nas palavras.

Uma importante contribuição sobre a abordagem geográfica do espaço como produto social foi desenvolvida por Carlos (1994), em diálogo com Lefebvre, para quem a distinção entre as concepções de “organização” e “produção” do espaço é fundamental. Estas expressões devem ser utilizadas com cuidado, não sendo sinônimas ou, sequer, permitindo jogo de palavras. De fato, elas revelam mudanças de conteúdo teórico-metodológico.

A essa noção de espaço como palco da atividade do homem, organizado em função das necessidades dos grupos humanos, entendendo a terra como morada, contrapõe-se a ideia de espaço produzido pela sociedade onde o trabalho, como atividade produtora, tem o caráter de mediador da relação. Portanto, à ideia de exterioridade do espaço geográfico em relação ao homem contrapõe-se a ideia de produção humana, histórica e social. O espaço geográfico não é humano porque o homem o habita, mas antes de tudo porque é produto, condição e meio de toda a atividade humana (CARLOS, 1994, p.33).

De acordo com a visão lefebvriana, da qual Carlos corrobora, o espaço não se restringe a se constituir em expressão de suas formas e estrutura material, sendo, portanto, caracterizado por seus usos e funções dependendo da ação da vida cotidiana para o estabelecimento de relações sociais novas ou antigas. A produção do espaço social surge como própria produção da existência humana segundo a autora.

A materialidade do mundo moderno pode ser determinada pelos termos impostos pela sociedade do lucro, mas também compreende a solidariedade como uma dimensão possível da condição humana.

Tendo em vista a capacidade de gerar fluxos intensos e promover interações no espaço, podemos dizer que o turismo cultural age ativamente na reprodução do espaço mediado por valores, trabalho e práticas cotidianas de representação social. Na medida em que as representações do cotidiano e as práticas sociais encerram conflitos e relações de poder, entendemos ser necessário recorrer ao conceito de território.

Nesse sentido, qualquer discussão da geografia, que tenha o território como objeto, deveria, primeiramente, reavaliar as características essenciais desse conceito, na medida em que, no mundo atual, as dinâmicas de gestão do uso do solo se tornam cada vez mais ampliadas. Utilizaremos o conceito de Território para nortear a tese de doutoramento uma vez que o estudo do território se constitui em uma tradição do pensamento geográfico.

Desde as proposições de Ratzel, inspiradas na ecologia, no romantismo alemão e no imperialismo do final do século XIX, esse conceito tem sido utilizado para conferir uma dimensão política de mobilidade e de competição à lógica espacial. Resgatando uma visão clássica das relações de poder, o conceito de território para Sack (1986), constitui a expressão de uma área dominada por um grupo de pessoas e, através desse domínio, a possibilidade de controlar, dominar ou influenciar o comportamento de outros. Seguindo esse raciocínio do autor, a territorialidade agrega justamente as estratégias espaciais usadas para obter controle, sendo constituída simultaneamente enquanto um método para classificação de áreas, uma forma de controle de acesso físico/simbólico e ainda um modo de comunicação do controle exercido.

Raffestin vai além desta concepção quando afirma que ao se apropriar de um espaço, um ator 'territorializa' o espaço concretamente ou abstratamente através de representações.

O território, nessa perspectiva, é um espaço onde se projetou um trabalho, seja energia e informação, e que, por consequência, revela relações marcadas pelo poder. O espaço é a 'prisão original', o território é a prisão que os homens constroem para si. (RAFFESTIN, 1993, p.144)

Através da ação de produzir um valor, uma representação, um controle sobre o espaço, construíram-se territórios articulados às relações de poder. As territorialidades expressam, por conseguinte, uma interação entre a sociedade e o espaço.

A territorialidade reflete a multidimensionalidade do “vivido” territorial pelos membros de uma coletividade, pelas sociedades em geral. Os homens “vivem”, ao mesmo tempo, o processo territorial e o produto territorial por intermédio de um sistema de relações existenciais e/ou produtivas (RAFFESTIN, 1993, p.158).

Desta perspectiva o território é visto pelo seu papel ativo, como agente de transformação social, assumindo a conotação de ator e não apenas como um receptáculo da ação humana (Santos, e Silveira, 2001).

Haesbaert (2004, p.40), em seus estudos sobre o território, o classificou em três concepções: política, cultural e econômica. Em suas palavras, o território pode apresentar estas características:

política ou jurídico-política: onde o território é visto como um espaço delimitado e controlado através do qual se exerce um determinado poder, muitas vezes – mas não exclusivamente – relacionados ao poder do Estado; - cultural ou simbólico-cultural: visão que prioriza a dimensão simbólica e mais subjetiva, em que o território é visto, sobretudo, como o produto da apropriação/valorização simbólica de um grupo em relação ao seu espaço vivido; - econômica: aquela que enfatiza a dimensão espacial das relações econômicas, o território como fonte de recursos e/ou incorporado no embate entre classes sociais e na relação capital-trabalho, como produto da divisão “territorial” do trabalho, por exemplo.

Nos últimos 15 anos, o território ganhou um sentido mais abrangente para abordar uma infinidade de questões pertinentes ao controle físico ou simbólico de determinada área. O discurso sobre o território deixa de se concentrar nas questões de fronteiras e Estados Nacionais e passa a envolver novas possibilidades e escalas de ação ao se tornar um elemento crucial para o estudo das cidades seja em relação ao aspecto local ou interurbano, muitas vezes, ou, ainda, associado às redes globais. As suas bases teóricas tiveram de ser renovadas para que esse conceito pudesse ser adaptado a outras escalas e ao universo do urbano, por exemplo.

Assim, o território pode ser lido a partir das relações de poder na escala do Estado Nacional como pode ser ampliado também a toda a micro física de um poder muito mais capilarizado, estendido a todas as esferas da sociedade como fazem Deleuze e Guattari (1972, 1980 e Sack 1986) desde concepções voltadas para o jurídico político até uma análise mais ampla e relacional como nos sugere Foucault quando diz que o poder é inerente a toda relação social (HAESBAERT, 2014, p.44)

Nesta perspectiva, o fenômeno turístico é analisado enquanto atividade territorializada e territorializadora do espaço. Parte-se do princípio de que o turismo é uma atividade com base local, altamente territorializada e, simultaneamente, uma atividade fortemente territorializadora, pois necessita de investimento econômico, articulação política e capital social, para impulsionar a produção do espaço. Deste modo, a territorialização foi entendida como um processo em que as ações dos diferentes atores sociais constroem uma marca no espaço, seja essa marca materializada ou inscrita no imaginário social.

De fato, as territorialidades se expressam pelo

movimento de um agente titular no ato de presidir a lógica de distribuição de objetos sobre uma dada superfície e de, simultaneamente, controlar as dinâmicas que afetam as práticas sociais que aí terão lugar. (...) Finalmente a territorialidade é vista como um conjunto de estratégias, de ações, utilizadas para estabelecer poder, mantê-lo e reforçá-lo (GOMES, 2002, p. 12).

Assim como ocorre em outras atividades correlatas, durante o processo de territorialização podemos verificar, concomitantemente, a sua desterritorialização. Dependendo do modelo de turismo implantado, pautado em bases conservadoras ou em uma visão mais atual e sustentável, verifica-se, por exemplo, o processo de desterritorialização da cultural local e, em certas ocasiões, o processo de gentrificação, quando pode ocorrer o desalojamento de comunidades locais tradicionais.

Neste sentido, o entendimento da noção de território, hoje, transpõe uma delimitação mais rígida, vai além, se tornando uma referência mais fluida e abarcando os limites das tradições e identidades multiculturais.

Observamos que as concepções mais clássicas sobre as territorialidades do turismo cultural não explicam de forma satisfatória a dimensão espacial do fenômeno atual. A partir do momento em que somos apresentados à redes de comunicação imbricadas de alta tecnologia e novos usos do solo são postos, vemos que os territórios passam a acumular funções a ele atribuídas e a responder, muitas vezes, a lógicas contraditórias. Acreditamos ser, deste modo, que as relações sócio-espaciais se estabelecem, alterando a dinâmica de produção do espaço. No cenário hodierno, considerar a materialidade de um território permeado por fluxos e a compreensão das redes, sejam elas de transporte, tecnologia ou urbana, seria fundamental para decodificarmos as práticas turísticas no mundo contemporâneo.

Milton Santos (1996) caracteriza o período atual como um meio técnico-científico-informacional, em que as redes nos trazem novas perspectivas para pensar o território. As redes são concebidas enquanto um fenômeno material (nós e fluxos), social, político e imaterial. Observa-se a apreensão da fluidez do espaço, alimentada por inter-relações e diálogos entre diversos agentes e múltiplas escalas. A escala local, em contraponto ao global, seria, em sua visão, onde os fragmentos da rede ganham uma dimensão única e socialmente concreta. Os lugares respondem à ordem global segundo os diversos modos de sua própria racionalidade. Ou seja, cada lugar convive simultânea e dialeticamente com o global e o local.

A rede vai além da materialidade sendo também social e política, feita pelas pessoas, mensagens, valores que a frequentam. Sem isso, e a despeito da materialidade com que se impõe aos nossos sentidos, a rede é, na verdade, uma mera abstração (SANTOS, 1996, p. 209).

Nesta conjuntura, a compreensão dos “espaços de fluxos”, expressão cunhada por Manuel Castells (1999), é representativa. Em sua concepção, os avanços na tecnologia da informação e a reestruturação do capitalismo deram origem ao que nomeou de “sociedade em rede” e introduziram a globalização de atividades econômicas estratégicas, a flexibilidade do trabalho e uma cultura de virtualidade real. O espaço de fluxos, de acordo com o autor, se caracteriza enquanto um processo espacial característico da atual era da informação, modificando todo um entendimento sobre estrutura social tradicional. Em suas palavras, o espaço de fluxos seria

a organização material das práticas sociais de tempo compartilhado que funcionam por meio de fluxos. (...) seriam as sequências intencionais, repetitivas e programáveis de intercâmbio entre posições fisicamente desarticuladas (nós), mantidas por atores sociais nas estruturas econômica, política e simbólica da sociedade (CASTELLS, 1999, p. 436).

Debatendo com Castells quando este relativiza o excesso de poder atribuído às tecnologias, Dias (2007) nos lembra de que foco das redes encontra-se nas ações dos agentes sociais e devemos pensar nas redes como resultado dessas ações. Criticado por superestimar o poder das mudanças técnicas e tender ao determinismo tecnológico, Castells, em publicação mais recente faz a seguinte ressalva:

Nós sabemos que a tecnologia não determina a sociedade: é a sociedade. A sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam as tecnologias. Além disso, as tecnologias de comunicação e informação são particularmente sensíveis aos efeitos dos usos sociais da própria tecnologia (CASTELLS, 2005, p.17).



Diante deste cenário, vemos a possibilidade de pensar a dimensão espacial do turismo a partir dos espaços contínuos e sobrepostos, das redes e dos territórios-rede, pois, de acordo com Haesbaert (2014), nos territórios-rede as manifestações globais e locais se entrelaçam em uma perspectiva integradora permitindo extrair toda a complexidade da dimensão territorial dos processos sociais.

Desta forma,

Fundamental em qualquer estudo Geográfico que se preze é a relação entre essas duas lógicas que denominamos de lógica de dominância zonal e lógica de dominância reticular na construção do espaço e que estão diretamente ligadas aos processos de construção de territórios, lugares e paisagens. (...) Rede tem um sentido mais amplo e operacional que os outros conceitos geográficos como componente indissociável de nossa concepção relacional de espaço, quando sua manifestação se dá a partir da dominância de uma lógica reticular - daí a possibilidade de falar em território-rede (HAESBAERT, 2014, pp.39-40).

De acordo com o pensamento de Haesbaert (2004), enquanto a lógica zonal estaria relacionada com o controle de áreas ou estabelecimento de limites em um espaço contínuo e estático, a lógica reticular está voltada para o controle dos fluxos e das interconexões, incorporando o movimento com elemento basilar na constituição das territorialidades. Devemos, contudo, estar atentos que ambas as lógicas coexistem, funcionando no entendimento de Souza, (2002, p. 427) dentro de uma "dialética de fechamento/abertura". Nos território-rede o controle é produzido através do movimento articulado pelas redes gerando "*espaços descontínuos*". Essa abordagem supera definitivamente a leitura que indica uma incompatibilidade entre as lógicas da continuidade ou descontinuidade espacial.

Souza (2013, p. 175), em artigo mais recente, nos esclarece que

as redes demandam, de imediato, um pensamento multiescalar. E mais: não há dicotomia entre redes e espaços contínuos, euclidianos, pois não só os segundos não desaparecem, como, ainda por cima, tendem a estar associados às primeiras. É uma questão de escala: cada 'nó' de uma rede pode ser um espaço contínuo [...], ao passo que a rede, por seu turno, possuindo uma área de abrangência, 'territorializa', ainda que descontinuamente e em disputa com outras redes, uma dada extensão.

A relação entre as lógicas reticular e zonal devem ser incorporadas para orientar políticas públicas de gestão da atividade, revelando outras dimensões de governança, podendo adequar as ações a realidade cultural local e mitigar seus efeitos negativos sobre o território. Ao perceber que ambas as lógicas estão

presentes simultaneamente no território deixamos de ter um visão míope sobre a dimensão do espaço apropriado pelo turismo.

Talvez esta seja a grande novidade da nossa experiência espaço-temporal dita pós-moderna, onde controlar o espaço indispensável à nossa reprodução social não significa apenas controlar áreas e definir fronteiras, mas sobretudo viver em redes, onde nossas próprias identificações e referências espaço-simbólicas são feitas não apenas no enraizamento e na estabilidade, mas na própria mobilidade. Assim, territorializar-se significa também, hoje, construir e/ou controlar fluxos/redes e criar referências simbólicas num espaço em movimento, no e pelo movimento. (...) Se o território é também movimento, ritmo, fluxo, rede, ele é também um movimento dotado de significado, de expressividade, isto é tem um significado para quem constrói e para quem dele usufrui (HAESBAERT, 2004, p. 279 e 281).

Assim, os substantivos articulação e interconexão são palavras-chave no cenário contemporâneo para pensar as relações entre turismo e cultura no espaço e no tempo. As redes e os territórios-rede se tornam um recurso analítico muito pertinente no cenário que se revela sendo interessante pensar nessa perspectiva de estabelecer territórios pelo movimento.

Os agentes sociais responsáveis pelo desenvolvimento da atividade turística, a saber, Estado, turistas, mercado, trabalhadores e população local, agem segundo lógicas de territorialização próprias e produzem, em geral, territórios descontínuos, sazonais e flexíveis (FRATUCCI, 2009, p.393).

O fato é que este território estático, burocrático, característicos da gestão e do planejamento, deve incorporar as representações e os sentidos culturais estabelecidos por aqueles que o habitam e que o dão sentido.

A contiguidade espacial entre os sujeitos envolvidos com o turismo não garante, de fato, sua cooperação, a qual depende, antes de tudo, da capacidade de construir novas territorialidades através de um consenso local que permita a união de forças, tendo em vista um objetivo comum (RODRIGUES, 2006. p.312).

Nitidamente, considerar essa dinâmica seria um passo à frente no planejamento de políticas públicas. Ao olhar mais de perto para as políticas públicas de turismo no Brasil, observamos que as mesmas têm uma temporalidade bem definida, estando associada a uma mudança na escala de atuação. Até a década de 1980, a atividade seguiu a lógica industrial de acumulação do capital em escala nacional, concentrando-se em projetos de grandes proporções, privilegiando o geral e negando especificidades locais.

A criação da EMBRATUR em 1966, em plena ditadura militar, foi um marco para pensar o turismo em escala nacional ao estabelecer uma política industrial para

o setor. De acordo com Waldman (2009), a EMBRATUR regulamentou o setor turístico e estimulou a ampliação do número de instituições, secretarias e fundações no território nacional, modificou a administração ao oferecer incentivos financeiros e isenção fiscal, atendeu às demandas do empresariado e criou políticas para modernização do parque hoteleiro até então deficitário quantitativamente.

Toda a conjuntura econômica das décadas de 1980 e 1990 como o processo de redemocratização do país, a promulgação da Constituição de 1988 no Brasil e os processos de regulamentação decorrentes, tal qual o reconhecimento dos municípios enquanto entes federativos e a descentralização fiscal, inauguram novos modos de pensar e agir nas políticas públicas, implicando em mudanças nas políticas territoriais. Ainda neste contexto, Brandão (2007) sugere que as políticas públicas baseadas no planejamento nacional voltadas para a promoção do desenvolvimento, anteriormente caracterizadas pelo centralismo financeiro e decisório no plano federal, passaram a ser mais descentralizadas, dando origem à planos de ordem regional ou local. Fato este, que nos remete à mudanças de enfoque tanto em relação à concepção e formulação das políticas territoriais, quanto à implementação de programas de desenvolvimento que passam, principalmente, para o plano local.

Começam a ocorrer mudanças na escala de gestão e das políticas territoriais a partir da autonomia fiscal dos municípios brasileiros. Em detrimento das outras escalas territoriais, a escala regional é eleita a nova escala de ação pelas políticas públicas nos anos 2000, conferindo um maior poder de atuação aos atores locais para a promoção de um ciclo virtuoso de desenvolvimento. Vide a Lei Geral do Turismo nº 11.771/08, que estabelece normas sobre o Plano Nacional do Turismo - PNT, tornando-se responsável por reunir várias normas relativas ao setor, que se encontravam dispersas dentro da legislação brasileira, submetidas a interpretações diversas, e traçou os parâmetros para o desenvolvimento do setor.

Concomitantemente ao PNT, houve a criação de planos de desenvolvimento do turismo regional, visando a descentralização da atividade. O que o governo pretendia com o Programa de Regionalização do Turismo é subsidiar a estruturação e qualificação dessas regiões para que elas possam assumir a responsabilidade pelo seu próprio desenvolvimento. Ressalte-se que está em tramitação no congresso propostas para a reformulação destas legislações.

Seguindo sua linha de raciocínio, verificamos que após os anos 2000, começaram a haver divergências quanto à definição da escala ideal para o planejamento e gestão. A escala regional e local passam a ser vistas enquanto espaços privilegiados de intervenção para a solução, senão de todos, pelo menos da maior parte dos problemas socioeconômicos existentes.

Estamos acompanhando, portanto, a atividade turística seguir um novo modelo de desenvolvimento, regida por parâmetros de descentralização da gestão e estratégias de cooperação com atores privados. As políticas territoriais ligadas ao setor de turismo privilegiam os planos turísticos locais. O excesso de localismos, no entanto, pode ser uma espécie de ponto cego para a compreensão dos problemas sociais. Carlos Brandão (2007, p.36) critica esse posicionamento ao afirmar que há uma romantização ou idealização da dimensão local, no que o autor chama de "pensamento único localista".

Dialogando com tal pensamento, Vainer (2000) propõe a implementação de um novo patamar de relações entre o local e o global, adotando como pressuposto a política local, cuja concepção interliga-se a uma estratégia transescalar, na medida em que as relações socioeconômicas se estabelecem de acordo com articulações verticais e horizontais nas esferas regional, nacional e internacional.

Neste íterim, podemos pensar que as intersecções entre verticalidades e horizontalidades ocorrem na escala local, cuja capacidade de articulação em rede depende também dos agentes e atores envolvidos no território, como nos sugere Santos (1996).

Concordamos com Castro (1995, p.118) ao ver a escala como um recurso analítico que confere visibilidade a um dado fenômeno da realidade. Em suas palavras, seria uma “estratégia de aproximação do real como problema dimensional e fenomenal.” Em artigo mais recente de 2014 (p. 88), a autora nos lembra

que refletir sobre a escala na geografia é necessariamente tomar o fenômeno e sua extensão espacial, independente do ator responsável por ele, considerando que este é o problema central para qualquer pesquisa na disciplina. O recurso de pensar a escala permite analisar o fenômeno a partir da medida da sua significância, isto é, da extensão que lhe dá sentido. Deixando claro que para a pesquisa nem o fenômeno, nem a escala de análise são dados da natureza, mas escolhas intelectuais fortemente influenciadas pelas matrizes teóricas dos pesquisadores e pelos seus contextos sociais.

Estão surgindo vozes que ressaltam a importância da articulação multiescalar para a promoção do desenvolvimento e a defesa de ações transversais. Brandão

(2007, p.209) propõe "articular horizontalmente os atores institucionais de uma mesma região e integrar verticalmente as diferentes escalas político-administrativas".

Ao analisar a narrativa de Lencioni (2008, p.19), vemos que a autora trata da multiescalaridade como proposta para a compreensão dos fenômenos com mais clareza. Em suas palavras,

a visão multiescalar permite, assim, superar a perspectiva apenas topográfica, nos libertando de uma visão de uma única natureza, de um único referente. Porque há possibilidades de se examinar um fenômeno por meio de várias escalas diferentes.

As redes regionais se apresentam como novas instâncias de governança e alternativa para ampliação de práticas sustentáveis e democráticas. Para tanto, parte-se da premissa do discurso de articulação entre municípios e adoção de escalas de gestão micro ou macro regionais para o desenvolvimento de políticas públicas em turismo.

Salientamos, contudo, que o turismo pode ser considerado uma das soluções para o desenvolvimento econômico local, mas não é somente a única alternativa para atingir o desenvolvimento social. Recorremos a Rodrigues (2006, pp.305 e 306) quando esta afirma que

é no espaço de origem da demanda que se originam os fluxos turísticos, mas é no espaço de destino que se concretiza, produzindo novas territorialidades. Muitas vezes os dois vetores ocorrem no mesmo território, produzindo hibridismos, demarcando fragmentos que se superpõem. (...) O território turístico, em particular, sendo um espaço dominado e/ou apropriado, assume um sentido multiescalar e multidimensional que só pode ser devidamente apreendido dentro de uma concepção compósita, ou seja, de multiterritorialidade.

Ao dialogar com este pensamento, Aguinaldo Fratucci (2009, p. 342) argumenta que "a combinação das ações e interações de todos os agentes, no tempo e no espaço, compõem o jogo dialógico do turismo contemporâneo, que tem sua territorialidade mais facilmente perceptível nas escalas local e regional".

Muitas territorialidades são construídas a partir de políticas públicas, sejam organizadas pelo setor público ou pelos agentes privados. O papel do Estado no setor de turismo envolve desde a coordenação e planejamento de políticas públicas, passa pela regulamentação de incentivos e fomentos, chegando às parcerias público-privadas numa atividade altamente seletiva. A seletividade das localidades é

carregada de intencionalidade tendo em vista fatores como a lucratividade e extração de mais valia. Tal seletividade das políticas territoriais, ao privilegiar algumas localidades em detrimento de outras, são promotoras de enclaves e do processo de segregação sócio espacial.

Com o aumento da demanda para outras formas não convencionais de turismo, como o turismo de experiências e a ampliação do turismo cultural como uma alternativa à lógica do turismo de massa, vemos a necessidade de prestar mais atenção às necessidades dos indivíduos e desenvolver um maior diálogo entre os setores do turismo e da cultura. Particularmente, é importante reconhecer que os recursos culturais são mais diversificados do que somente museus e monumentos, e que turismo cultural envolve também a vida cotidiana das pessoas. Pensar a diversidade cultural é um dos recursos para trabalhar com as políticas públicas no âmbito do turismo cultural no novo contexto que se desvela.

Neste âmbito, nossa primeira aproximação buscou compreender, com o devido respaldo teórico, a emergência do turismo cultural no contexto de um espaço descontínuo, com territórios mais fluidos, marcado pelas redes e pelas verticalidades impostas pelo turismo de massa. A cultura, a identidade e a memória conduzem às práticas mais lentas, sustentáveis e respeitosas com o local, fortalecendo as relações mais horizontais, contrárias à racionalidade hegemônica. O turismo cultural, marcado pelas experiências vivenciadas nas viagens e gastronomia entram em cena neste contexto.

O foco do capítulo se desloca, neste segundo momento, para a dimensão simbólica do turismo, tendo como eixo norteador o turismo cultural em abordagens mais recentes. A valorização do patrimônio imaterial e as políticas de patrimonialização emergem para resgatar a memória e elementos de identidade local. Abordamos a referida problemática no item a seguir.

## 1.2. Turismo Cultural, Gastronomia e Patrimônio Imaterial: Uma Abordagem Geográfica

---

O espaço superpõe múltiplas lógicas: eles são em parte funcionais, em parte simbólicos. A cultura marca-os de diversas maneiras: modela-os através das tecnologias empregadas para explorar as terras ou construir equipamentos e habitações, molda-os através das preferências. Os valores que dão às sociedades suas capacidades de estruturar os espaços mais ou menos extensos explicam o lugar atribuído às diversas facetas da vida social; ajuda enfim a concebê-los através das representações que dão um sentido ao grupo, ao meio em que vivem e ao destino de cada um (CLAVAL 1999, p.296).

Neste item vislumbramos tecer algumas considerações sobre turismo cultural, patrimônio imaterial e gastronomia local, tendo em conta que a cultura e o modo de vida urbano conectam-se com o espaço de diferentes formas. A materialidade e o simbólico se se misturam aos caprichos do território através de diversas representações.

Voltamos a citar Raffestin (1993, p.160) quando nos fala que “a vida é tecida por relações, e daí, a territorialidade pode ser definida como um conjunto de relações que se originam num sistema tridimensional sociedade – espaço – tempo em vias de atingir a maior autonomia possível, compatível com os recursos do sistema”.

Neste momento, utilizaremos o recurso de uma pequena digressão, a respeito da expressão "sociedade urbana", na qual esta não pode ser empregada a qualquer cidade no espaço-tempo. A cidade seria anterior à industrialização e, desta forma, já existiam cidades na era agrária e industrial e, por consequência, antes do que Lefebvre (2002) chama de "sociedade urbana". Assim, a cidade sempre foi uma criação humana, conformando um conjunto de conceitos já para a era agrária. A cidade ocupava um espaço específico, bem distinto do espaço rural, e as interações entre esses espaços dependiam das relações de produção e da divisão do trabalho, sendo, de acordo com Lefebvre, o lugar onde se manifestam as contradições sociais.

Assim, a monumentalidade é um aspecto essencial da cidade enquanto obra humana. Em suas palavras (2002, p.46), "em toda parte a monumentalidade se

difunde, se irradia, se condensa, se concentra. (...) À monumentalidade, pertence a amplitude de um espaço que ultrapassa seus limites materiais".

Na cidade antiga, o uso e o valor do uso ainda definem o emprego do tempo. O valor de troca ainda não havia rompido todas as barreiras e, desta forma, as cidades eram obras e não produtos. Em dado momento há o estilhaçamento da cidade tradicional. Deve-se considerar que a indústria surgiu, inicialmente, em oposição a cidade, implantando-se ao sabor dos recursos que empregava em seu favor, como fontes de energia, matérias-primas e mão de obra.

Posteriormente, as indústrias promoveram o crescimento das cidades desmesuradamente e provocou a explosão de suas características antigas, generalizando a troca e nos remetendo ao valor de troca agora predominante.

Assim, o solo torna-se mercadoria e a cidade deixa de ser obra e passa a se configurar enquanto produto/mercadoria. Neste momento, a realidade urbana se transforma. A sociedade torna-se inteiramente urbana, expandindo as relações de produção e gerando novos conflitos e contradições.

Nas palavras de Lefebvre (2002, p.46),

o urbano se define como um lugar onde as pessoas tropeçam umas nas outras, encontram-se diante de um amontoado de objetos, entrelaçam-se até não mais os fios de suas atividades, enovelam suas situações de modo a engendrar situações imprevistas.

Tal situação ocasionou diversos tipos de segregação, dissolução das relações sociais e a concentração das relações ligadas a propriedade. Novos centros de decisão foram criados, assim como houve o estilhaçamento das antigas cidades.

Nesta conjuntura, o urbano emerge como um conceito e seria preciso distingui-lo das cidades, porque ele aparece e se manifesta no decorrer da explosão da cidade. O urbano se manifesta das contradições entre o habitat, as segregações e a centralidade. O processo de urbanização decorrente da industrialização representou uma revolução na forma de trabalho e nos hábitos de consumo, havendo mudanças de natureza, tecnológica, organizacional e social. O turismo organizado enquanto atividade econômica surge, neste contexto, como fenômeno originado da urbanização, sendo, de certa forma, mais um produto da revolução industrial. O urbano entra em cena.

Segundo Wirth (1967, p.90)

o exame dessa questão (modo de vida urbano) é um pré-requisito indispensável para a compreensão e o livre domínio de alguns dos problemas contemporâneos mais cruciais da vida social, pois



provavelmente fornecerá uma das perspectivas mais reveladoras para a compreensão das alterações que se processam na natureza humana e na ordem social.

Solicita-se, neste sentido, a atenção do geógrafo para a problemática das cidades e do urbano, o qual apontou que as profundas modificações na vida social foram fruto de uma mudança radical de uma sociedade rural para uma predominantemente urbana. O autor acreditava que características como a impessoalidade, a indiferença e a atitude blasé deveriam ser pensados enquanto exigências da vida nas grandes cidades. Assim, o anonimato, o superficialismo e o caráter transitório das relações urbano-sociais estariam intrinsecamente ligados à racionalidade comumente atribuída aos habitantes da metrópole, assim como a contradição entre proximidade física e distância emocional. O turismo seria mais um elemento dentro do que se denominou modo de vida urbano.

Recuando um pouco na história, o Grand Tour, no século XVIII, é identificado enquanto um marco das viagens modernas. Estas viagens eram dedicadas às práticas pedagógicas, estudos de línguas, observação de costumes, visita a obras de arte e monumentos, funcionando como uma experiência pessoal, nobre e enriquecedora. Tal prática foi pioneira em diversos aspectos, sendo anterior à divisão tempo de trabalho/tempo de lazer, próprio da lógica capitalista.

Mesmo que os jogos olímpicos gregos ou as peregrinações a Jerusalém ou a Roma tenha gerado grande deslocamento de pessoas em outras épocas, como aponta Barreto (2001), não havia uma atividade estruturada para conduzir e recepcionar as pessoas como vemos nos dias de hoje.

Com o passar do tempo e evolução das técnicas, o turismo aristocrático dos Grand Tours gradativamente gerou uma estrutura turística voltada ao seu público. Os fluxos de viajantes ou Grand Tourists, como eram chamados, são considerados fluxos pioneiros de viagem a lazer. Segundo Salgueiro (2002), o principal fluxo se destinava a Roma, Florença, Veneza e Nápoles para ver as ruínas do Império Romano, principalmente. A prática foi estabelecida pelos filhos da aristocracia, principalmente britânica, constituindo-se como um complemento indispensável à educação e generalizou-se, no decurso dos séculos seguintes, às novas classes burguesas em ascensão. A partir daí, o turismo se difundiu, tornando-se um hábito instituído e amplamente generalizado durante o século XX. Em seu auge, as viagens eram realizadas por trilhas, em meios rudimentares. Eram necessários muitos

ajudantes, o que tornava a viagem viável apenas aos membros da aristocracia. Somente através do avanço das técnicas, no decorrer da Revolução Industrial, foi possível a disseminação das viagens a lazer para a burguesia e população de menor renda.

Vemos, portanto, que a industrialização esteve na gênese da transformação do modo de viajar e do surgimento do turismo como o conhecemos hoje. Tanto o desenvolvimento dos transportes quanto o desenvolvimento tecnológico das comunicações facilitou a mobilidade dos indivíduos.

Pouco a pouco as atividades de transporte, hospedagem, correios e guias foram se estruturando em serviços especializados, até se tornarem campos de atuação profissional, conduzidos por "especialistas", como ocorre atualmente.

No século XIX, Thomas Cook, percebendo o potencial da rede de transportes, organizava viagens de trem, entre as cidades inglesas<sup>1</sup>. Pioneiro no setor de turismo, Cook criou a Thomas Cook & Son em 1841, tornando-se um dos maiores operadores turísticos. Foi responsável por introduzir inovações como o voucher e passeios organizados. Este foi o início de uma bem sucedida carreira, inaugurando várias práticas utilizadas ainda hoje como, por exemplo, a indicação de atrações que deveriam ser vistas e como estas deveriam ser interpretadas (URRY, 1990).

É intrigante o fato de algumas agências de viagens como a britânica Cox and Kings, fundada em 1758 e a portuguesa Abreu, aberta em 1840, terem sido criadas em anos anteriores a "Thomas Cook and Son" e não terem o devido reconhecimento nos principais estudos sobre turismo como aponta Panosso Netto (2010).

As primeiras décadas do século XX foram marcadas pela força reivindicativa do movimento operário, que viria a se consolidar entre as duas guerras mundiais. Vista como uma conquista proletária ou como consequência de uma lógica interna (em que o tempo de trabalho teria engendrado, ele próprio, a sua redução), o resultado foi que o tempo fora do trabalho passou a ser considerado como um tempo social.

As férias tornaram-se, então, um elemento de cidadania e um dos resultados da democracia social. Segundo, Urry (1990), o turismo precisaria necessariamente

---

<sup>1</sup> Thomas Cook fretou em 1841 um trem para os participantes de um congresso antialcoólico entre as cidades de Leicester e Loughborough na Inglaterra. Em 1851 conduziu cerca de 165 mil pessoas à Exposição de Hyde Park (Londres). Em 1865 vendeu a 35 turistas uma programação completa de viagem aos Estados Unidos. No ano de 1872 levou seus clientes em uma volta ao mundo numa viagem de 222 dias e inaugurou a primeira agência de viagens fora da Europa (URRY, 1990).

do trabalho regulamentado e, por conseguinte, do tempo livre dos trabalhadores para crescer como atividade econômica. A ideia de tempo livre, associada ao ócio e ao lazer, tem sido desenvolvida por estudiosos como uma das principais justificativas para o sucesso do desenvolvimento do turismo.

É isso que constitui a característica principal do turismo de massa das sociedades modernas, isto é, boa parte da população, a maior parte do tempo, viajará para algum lugar com a finalidade de contemplar e ali permanecer por motivos que, basicamente, não tem ligações com seu trabalho (URRY, 1990, p.20).

Lash e Urry (1994), ao analisar as relações que se estabelecem entre capitalismo, turismo e viagem, sustentam que cada ciclo do capitalismo corresponde a formas predominantes de viagens. Os autores argumentam que a transição do capitalismo liberal de meados do século XIX para o modo de produção fordista no século XX permitiu uma transição equivalente da viagem individual feita pelos mais ricos para um turismo de massas organizado. A atividade turística passava, então, a ser definida pelos critérios ocidentais e europeus, adotando a forma predominante de pacotes de férias, fazendo um uso excepcional das novas tecnologias, dos transportes aéreos e dos sistemas eletrônicos de reservas.

Em nova fase de transição para o chamado capitalismo flexível, o turismo tornou-se, também ele, flexível. Nesta nova forma de capitalismo, que envolve o domínio das formas de produção não materiais e, em especial, de imagens, há uma importância acrescida das componentes simbólicas incorporadas na produção.

Em geral, a prática social do turismo apresenta dimensões material e simbólica. Surge com vitalidade uma aproximação materialista capaz de incluir uma maior complexidade através das esferas simbólicas e culturais, do mesmo modo em que o interesse por temas como identidade, consumo, imagem urbana ganham respaldos sociais.

Segundo Nuria Benach (2005), as relações entre geografia cultural e a geografia urbana iniciaram-se praticamente a partir da década de 1970, quando ocorre o chamado "Cultural Turn". Tal expressão foi cunhada para se referir aos novos rumos da geografia cultural e suas orientações mais recentes. Nos dias de hoje, no entanto, esse movimento foi apropriado como uma tendência de reavaliação da visão economicista das ciências humanas, incluindo a geografia. A partir de então, algumas variáveis culturais foram incorporadas aos diversos campos da geografia humana, contribuindo para ampliar a complexidade da análise espacial.

Para a autora, a aproximação da geografia com outras ciências, a partir da análise das representações, conduz para uma nova compreensão das formas pelas quais a cultura é produzida e reproduzida por meio de práticas sociais dotadas de expressão no território. Visão esta, que só foi possível ser estabelecida mais tarde através da interação das perspectivas material e cultural.

A dualidade entre culturalismo e o materialismo foi repensada por Raymond Williams, autor de importância ímpar para os estudos culturais, que procurou desenvolver um trabalho focado na complexidade que envolve o conceito de cultura. O autor fez história quando propôs uma interpretação dos fenômenos diferente daquela utilizada a sua época. Tal visão consistia em que o sistema social se definiria pela produção material e simbólica simultaneamente.

Em linhas gerais, Williams (2011) estaria construindo uma "análise materialista da cultura". Não raro, o materialismo cultural proposto por Williams (2017) seria decisivo para a construção de uma abordagem renovada da cultura, que culminou com a criação dos estudos culturais. Mapeamos o marco inicial destes estudos com a publicação de *Culture and Society* em 1958, o qual materializa essa forma nova de discutir os fatos da cultura como campo de luta em torno da significação social e sua conexão com relações sociais e de poder.

Não obstante, o termo "cultura" encontra-se carregado de complexidade e repleto de contradições. Enquanto objeto teórico, ela se caracteriza como uma categoria polissêmica, marcada no espaço-tempo, capaz de apresentar significados e conotações distintas em diversos períodos e territórios. O sentido de cultura vai além da equivalência a um modo de vida particular ou a redução as artes.

Importante teórico dos Estudos Culturais britânicos<sup>2</sup>, Stuart Hall concebe a "cultura" como práticas vividas que capacitam uma sociedade a experimentar, definir e interpretar, bem como conferir sentido as condições de existência. Em conformidade com este autor,

a concepção de cultura é em si mesma, socializada e democratizada. Esta não consiste na soma de o melhor que foi pensado e dito, considerado como ápice de uma civilização plenamente realizada. [...] Está perpassada por todas as práticas sociais e constitui a soma do inter-relacionamento das mesmas. [...] A análise da cultura é, portanto a tentativa de descobrir a natureza da organização que forma o complexo desses relacionamentos (HALL, 2003, p. 135 e 136).

---

<sup>2</sup> Os estudos culturais britânicos originaram-se na década de 1960 inovando na abordagem da cultura a partir de perspectivas críticas e multidisciplinares que foi instituído na Inglaterra por teóricos como Raymond Williams, Stuart Hall e por Richard Hoggart.

No esfera da nova geografia cultural, o conceito de cultura, segundo Rosendahl e Corrêa (2013), relaciona-se aos significados criados e recriados pelos diversos grupos sociais a respeito das diferentes esferas da vida em suas específicas espacialidades.

Nosso entendimento parte da visão de cultura enquanto um dinâmico conjunto de valores, significados e práticas, sendo um produto de formas de pensamento e de acabo e se constituindo um agente potencialmente transformador da estrutura sócio-espacial.<sup>3</sup>

Em função desta perspectiva de abordagem, houve a possibilidade de interação com instrumental teórico de Lefebvre, cujo pensamento desvela a “cultura” como fruto da interação de conhecimentos e interpretações filosóficas do mundo e do saber. Nas palavras do referido autor (1991, p. 38),

A cultura é uma práxis. É uma maneira de produzir, no sentido forte do termo (produção da vida pelo ser humano). É uma fonte de ações e de atividades ideologicamente motivadas. A cultura não é uma vã efervescência, mas é ativa e específica, ligada a um modo de vida.

Sob este ponto de vista, recorre-se a Paul Claval quando defende que além da perspectiva material, a cultura também é espacial, à medida que as interconexões entre a realidade local, suas particularidades e as forças globais são aquelas que mudam as relações de identidade e significado do lugar.

A cultura é constituída de realidades e signos que foram inventados para descrevê-la, dominá-la e verbalizá-la. Carrega-se assim uma dimensão simbólica. Ao serem repetidos em público certos gestos ganham novas significações. Transformam-se em rituais e criam para aqueles que os praticam ou os assistem um sentimento de comunidade compartilhada. A lembrança das ações coletivas funde-se aos caprichos da topografia, às arquiteturas admiráveis ou aos monumentos criados para sustentar a memória de todos (CLAVAL, 1999, p. 14).

De fato, precisamos do suporte cultural para começar a avançar no entendimento da complexidade do processo. Em muitos casos, o turismo elege e/ou destrói símbolos dependendo das condições vigentes e de interesse do capital. Muitas vezes, há a criação de identidades ou eleição de uma única identidade em detrimento de outras pré-existentes. Esses processos de diferenciação e

---

<sup>3</sup> Optamos por trazer uma concepção a fim de melhor delinear o objeto de estudo e evitar ambigüidades teóricas, todavia não foi intenção deste estudo a realização de uma longa digressão a respeito das origens e natureza da idéia de “cultura”. Tal proposição foi realizada pela autora desta tese ao longo da sua dissertação de mestrado intitulada Espacialidades das Políticas Culturais: A cidade do Rio de Janeiro nos anos 1990 e 2000.

ressignificação dos lugares são importantes para a construção da imagem da cidade/destino.

As práticas da modernidade já não dão conta da complexidade da atividade turística enquanto atividade econômica. Se, no contexto do turismo de massas, havia um considerável número de pessoas que viajavam buscando o descanso e lazer, viajando em grupos de mesmo nível social, o viajante atual pode ser visto como turista da sociedade de consumo emergente onde outros elementos entram em cena como as experiências vividas durante a viagem. John Urry (1990, p. 20) faz uma afirmação um tanto categórica: "a viagem é a marca do status. É um elemento crucial, na vida moderna, sentir que a viagem e as férias são necessárias".

Notadamente, a atividade turística ganha novos contornos, se adaptando às características da economia contemporânea. O turismo de massas tem seu lugar garantido neste cenário, mas os mercados turísticos começam a segmentar-se, dando lugar a experiências turísticas múltiplas. Surgem produtos turísticos mais especializados e seletivos, com público-alvo direcionado. Os agentes produtores do setor fazem a intermediação da relação entre os locais visitados, os turistas e as suas experiências, num trabalho constante de (re) tradução simbólica para apresentação dos lugares de forma atrativa.

A cultura viva, a memória e a identidade ocupam uma posição mais destacada nas sociedades atuais, cuja realidade contemporânea nos leva a valorizar elementos da cultura popular como parte integrante e do patrimônio imaterial.

Conforme a UNESCO, durante a Conferência Geral em Paris em 1989 (p.2),

a cultura tradicional e popular é representada por um conjunto de criações que emanam de uma comunidade cultural fundadas na tradição, expressas por um grupo ou por indivíduos, que reconhecidamente respondem às expectativas da comunidade enquanto expressão de sua identidade cultural e social. As normas e os valores se transmitem oralmente, por imitação ou de outras maneiras.

Destaca-se, assim, o papel do turismo cultural, segmento especializado, cuja dinâmica de organização e direcionamento de público adquire relevância simbólica, gerando convergência de fluxos de pessoas direcionados pelos incrementos, tanto à monumentalidade do patrimônio cultural, como rotas gastronômicas, caminhos históricos, eventos, espetáculos teatrais e exposições. Assim como restaurantes de chefes de cozinha e cafés da moda também agregam esta atratividade.

O conceito de turismo cultural foi atualizado por Richards (2009), onde ele sugere que o turismo cultural vai além da apropriação do patrimônio cultural pelo mercado. Para o autor, o fenômeno representa o resultado de uma motivação específica, no caso, a busca de turistas por experiências culturais de diferentes naturezas, devendo ser focada no olhar do turista e suas motivações culturais. O ideal seria que o turismo cultural promovesse a valorização do patrimônio imaterial e de origem popular em uma apropriação coletiva dos bens culturais, contudo, em algumas ocasiões, se caracteriza, simplesmente, como uma estratégia de mercado para o direcionamento de produtos turísticos culturais aos consumidores, neste caso os turistas.

A terminologia de Turismo Cultural é definida pela Primeira Carta sobre o tema publicada pelo International Council on Monuments and Sites (UNESCO/ICOMOS, 1976), como a forma de turismo em que o principal objetivo é a descoberta de monumentos e sítios históricos, evidenciando um caráter positivo e contribuindo para satisfazer as finalidades de manutenção e proteção. Este documento é considerado um marco para questões referentes à proteção do patrimônio e para elaboração de políticas públicas.

Cerca de vinte anos depois, a mesma instituição emite um novo documento, a Carta Internacional sobre Turismo Cultural (1999, pp. 3-6), onde nos diz que nos tempos de globalização o turismo cultural envolve “motivações essencialmente culturais” e patrimônio cultural seria um poderoso elemento de atração turística, podendo vir a ser um vetor de desenvolvimento social. O referido documento elenca seis princípios norteadores para estabelecimento de melhores práticas turísticas em relação à gestão do patrimônio cultural e formulação de políticas públicas, a saber:

1. O turismo nacional e internacional é um dos principais veículos do intercâmbio cultural. A proteção do patrimônio cultural deve oferecer oportunidades responsáveis e bem geridas aos membros das comunidades de acolhimento e aos visitantes, para fruição e compreensão do patrimônio e da cultura das diversas comunidades;
2. A relação entre os conjuntos patrimoniais e o turismo é dinâmica e deve ultrapassar os conflitos de valores que atravessam os dois conceitos. Esta relação deve ser gerida, numa óptica duradoura, em benefício das gerações atuais e futuras;
3. As ações de valorização dos conjuntos patrimoniais devem assegurar aos visitantes uma experiência enriquecedora e agradável;
4. As comunidades de acolhimento e as populações locais devem participar em programas de valorização turística dos sítios patrimoniais;
5. As atividades de turismo e a proteção do patrimônio cultural devem beneficiar as comunidades de acolhimento;
6. Os programas de promoção turística devem proteger e valorizar as características do patrimônio cultural e natural.

O debate em torno da problemática turismo e patrimônio não é novo, tendo sido discutido pela academia em diversas ocasiões. Notamos a maturidade de tais discussões ao visualizar a implantação de políticas públicas específicas e seus rebatimentos no território.

Segundo Sotratti (2014, p.23),

a discussão acerca da relação entre patrimônio cultural e o turismo pode ser constatada em praticamente toda a trajetória de construção do campo de pesquisa e gestão do patrimônio cultural. Seja por meio de ações diretas ou indiretas, de políticas públicas de valorização de bens culturais ou por meio de pesquisas acadêmicas, o turismo sempre se mostrou como uma atividade importante de apropriação de bens culturais de alto valor simbólico.

Esta re-apropriação do patrimônio cultural se realiza dentro da lógica do capital, através dos processos de requalificação, pois, a partir destas medidas, são redefinidos padrões estéticos e de consumo com a finalidade de estimular não somente o consumo das mercadorias comercializadas, mas também o consumo cultural.

Immanuel Wallerstein (2005) conceitua capitalismo como o processo de formação e expansão de um sistema mundial, cuja coesão depende em grande parte da manutenção de uma rede global de intercâmbios desiguais: a economia-mundo capitalista. O que define mais substancialmente este sistema não é tanto a atividade econômica no contexto de livre mercado, mas a configuração de uma única divisão internacional do trabalho em que estão integradas diferentes estruturas políticas e culturais. Essa divisão do trabalho, explica Wallerstein, se põe ao serviço de um fim: a acumulação incessante de capital através da mercantilização de cada vez mais elementos em cada vez mais lugares. Áreas urbanas se especializam em atividades econômicas e competem entre si para se posicionar enquanto espaços de consumo. Trata-se de um tipo de capitalismo em que predominam a cultura, o consumo, o global e o local enquanto elementos característicos da viagem contemporânea.

Diante dessa apropriação da cultura como um elemento-chave para o turismo, vale dizer que Zukin (1995) acredita que as políticas públicas utilizam alguns elementos culturais para reafirmar a lógica social existente, sendo esta, constantemente, nos espaços da cidade dotados de acentuada centralidade como parques, shoppings, museus e restaurantes.



À priori, o turismo cultural pode implicar tanto transformações físicas no patrimônio material, como, por exemplo, obras de modernização para instalação de cafés, restaurantes, livrarias, lojas de souvenir nos espaços culturais, ou, à posteriori, gerar novas dinâmicas na produção do espaço urbano a partir da mudança de usos e fluxos.

Faz parte das orientações relacionadas com o turismo urbano uma política deliberada de incremento das chamadas atrações culturais, tais como áreas históricas renovadas, grandes obras urbanísticas recentes, áreas comerciais de pedestres, obras de arte em espaços públicos, além de feiras e mercados (SANCHEZ, 2003, p. 402).

O marketing urbano é compreendido como um mecanismo institucional de promoção e venda das cidades, tendo fortes imbricações com o mercado do turismo urbano e turismo cultural. As medidas de (re)funcionalização, (re)qualificação ou reestruturação urbana são processos materiais e simbólicos, pensadas como políticas públicas para ampliação da atratividade das cidades. As representações, segundo a autora, influenciam avaliações e rankings de lugares, influenciando as escolhas locacionais para investimentos.

Conhecida por trabalhar a noção de cidade-espetáculo, Sanchez (2003) pensa a espetacularização da experiência urbana a partir da transformação dos espaços em cenário, onde tudo seria objeto de consumo estético e contemplativo e onde seriam projetados os anseios, necessidades, comportamentos e práticas renovadas de consumo. Em sua visão, seriam os processos modernos de informação/comunicação e os interesses dominantes de reorganização econômica, os responsáveis pela “reinvenção” das cidades e sua transformação em espetáculo.

As interações e os conflitos resultantes da relação entre turismo e patrimônio permitem uma apropriação mais intensa do patrimônio cultural material e imaterial, podendo reorientar políticas públicas de conservação, modificar os usos ou mesmo se tornar um vetor de desenvolvimento econômico-social. Essa orientação seria a aposta dos organismos internacionais para fazer do turismo cultural uma atividade pautada nos princípios da sustentabilidade.

Na atualidade, há cada vez mais interesse em múltiplos aspectos da cultura, no momento em que os indivíduos estão selecionando elementos de uma gama maior de formas culturais para criar sua própria identidade. A procura de significado e encantamento não é apenas uma face do consumo cultural moderno, mas uma das maiores forças que estimulam o crescimento do turismo de experiências. “Viajar

para destinos onde, mais do que visitar e contemplar, fosse possível também sentir, viver, emocionar-se e ser personagem de sua própria viagem” (UNWTO, 2010, p.10).

De acordo com os estudos de Richards (2012), houve uma transição em relação a motivação de viajar. Na década de 1990, a cultura era apenas uma das últimas motivações dentre paisagem, acomodação e facilidades esportivas. Hoje, houve mudança nesse cenário e suas pesquisas apontam a cultura como um dos maiores motivadores do turismo mundial. Neste contexto, a comida local e a gastronomia se lançam enquanto forte tendência para o turismo mundial.

Até pouco tempo, a gastronomia foi ignorada tanto pelo turismo como pelo setor cultural, sendo vista como uma necessidade básica dos turistas culturais. No entanto, na última década a gastronomia foi elevada ao status de arte criativa pelos chefes renomados que se tornaram astros gastronômicos com ares de celebridades. O argumento mais utilizado enfatiza que a gastronomia fortalece a identidade regional e local, sendo importante pela valorização das especialidades regionais mais autênticas. Na contemporaneidade, a conexão entre territórios nacionais e identidade não está tão clara, ao invés disso, vemos emergir identidades regionais, a partir políticas mais segmentadas.

De acordo com dados da UNWTO (2014), 30% ou mais dos gastos de viagem são feitos em comida e em estabelecimentos locais. O turismo gastronômico torna-se atrativo aos olhos dos empreendedores da área, tendo elevado potencial de expansão. Os promotores de turismo querem capitalizar esses gastos em suas regiões, utilizando esta segmentação como estratégias de desenvolvimento. Esse processo de revalorização a partir do turismo gastronômico tem tido notoriedade no Peru e no México, que apostaram no recrudescimento de suas cozinhas locais para alavancar o turismo e alavancar suas economias. Os chefes de cozinha desses países estão sendo reconhecidos mundialmente através de premiações importantes como, por exemplo, The World’s 50 Best Restaurants e Guide Michelin<sup>4</sup>.

Justamente por aglutinar intensos fluxos de naturezas distintas e perceber a possibilidade da ampliação dos lucros, os atores, que participam direta ou indiretamente das práticas turísticas, interessam-se em estimular investimentos que valorizem o patrimônio imaterial do lugar. A gastronomia vem adquirindo importância

---

<sup>4</sup> Falaremos com maiores detalhes dessas premiações nos capítulos seguintes.

nessa dinâmica nos últimos anos e, por conseguinte, o turismo vem se apropriando desse patrimônio para promover determinados destinos e captar mais viajantes.

De acordo com Schluter (2003, p. 65), “a dimensão social e cultural da gastronomia determinou incorporá-la ao complexo emaranhado das políticas de patrimônio cultural”. Os processos de globalização e de transformação social, assim como as práticas turísticas sem preocupação com ações sustentáveis, trazem consigo graves ameaças de degradação, desaparecimento e destruição do patrimônio cultural imaterial, caso não sejam reconhecidos e protegidos.

A ideia de que habilidades, técnicas, produtos possam ser objetos passíveis de ser protegidos, conservados, supõe o sentimento de seu desaparecimento próximo, pelo menos o medo de seu desaparecimento. A patrimonialização do alimentar e do gastronômico emerge num contexto de transformação das práticas alimentares vividas no modo da degradação e mais amplamente no do risco da perda da identidade. A história da alimentação mostrou que cada vez que identidades locais são postas em perigo, a cozinha e as maneiras à mesa são os lugares privilegiados de resistência (POULAIN, 2004, p.35).

Consideramos a culinária regional como lugar de resistência diante dos embates e ajustes oriundos das desterritorializações da contemporaneidade. Em outras palavras, quanto mais houver o fortalecimento das territorialidades sobre os vínculos históricos e identitários, mais complexos são os enfrentamentos e ações de resistência.

Por sua vez, Dória (2014) ressalta que se não houver um processo de salvaguarda e patrimonialização da culinária brasileira, com o devido destaque para seus ingredientes nativos, não haveria como fazer uma renovação na gastronomia brasileira de forma consistente.

De acordo com Faccioli (2012, p.4)

Hoje patrimônio também significa muitas coisas diferentes e interativas: produções tradicionais, celebrações e festivais religiosos e pagãos, música, comida e vinho, cultura e educação alimentar, artesanato, mas também paisagens, vida urbana e, acima de tudo, experiências de profundo conhecimento de componentes essenciais e estratégicos do meio e, portanto, a vida dos territórios, memórias, sugestões e imagens. Patrimônio é algo que não deve ser confundido genericamente com o simples recurso territorial: é o resultado de um processo contínuo de "patrimonialização", isto é, de reconstituição e reprodução dos componentes originais e únicos de um território, aqueles que permitem que o território continue a viver. E o patrimônio deve ser abordado como um assunto vital e vivo; deve ser reproduzido, porque não morre, através da criação contínua de um "valor territorial" como uma verdadeira garantia de sustentabilidade.

Tal amplitude designada ao patrimônio cultural conduz à expressão legado cultural, a qual é utilizada por Barreto (2001) em seus estudos. Logo, o patrimônio

cultural deve ser visto enquanto estratégia por meio do qual grupos sociais e indivíduos narram sua memória e sua identidade, buscando para eles um lugar público de reconhecimento, na medida mesmo em que se transformam em patrimônio. Transformar objetos, estruturas arquitetônicas e estruturas urbanísticas em patrimônio cultural significa atribuir-lhes uma função de representação que funda a memória e a identidade (GONÇALVES, 2002).

Apesar de tentar manter um senso de identidade e continuidade, o patrimônio imaterial é particularmente vulnerável uma vez que está em constante mutação e multiplicação de seus portadores. Entendemos que uma política que tenha a intenção de proteger o patrimônio intangível deva se pautar no fortalecimento das referências culturais dos grupos sociais que conformam a sociedade brasileira, buscando conferir visibilidade a heterogeneidade e complexidade das práticas culturais. Por esta razão, a comunidade internacional adotou a Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial em 2003.

Segundo a UNESCO (2003, p.3), de acordo com a Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Imaterial, artigo 2º, item 1,

entende-se por “patrimônio cultural imaterial” as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. Este patrimônio cultural imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade e contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana. Para os fins da presente Convenção, será levado em conta apenas o patrimônio cultural imaterial que seja compatível com os instrumentos internacionais de direitos humanos existentes e com os imperativos de respeito mútuo entre comunidades, grupos e indivíduos, e do desenvolvimento sustentável. O “patrimônio cultural imaterial” se manifesta em particular nos seguintes campos: tradições e expressões orais; artes do espetáculo; práticas sociais, rituais e atos festivos; conhecimentos e usos relacionados com a natureza; e o universo das técnicas artesanais tradicionais.

Para fins de reconhecimento dos bens intangíveis, enquanto patrimônio cultural imaterial, há certas implicações jurídicas. O país detentor do bem reconhecido, por exemplo, possui a obrigação de adotar medidas de salvaguarda com intenção de conferir visibilidade e tornar viável o projeto de preservação. Desta forma, os processos de identificação, documentação, preservação e transmissão deste patrimônio precisam ser regulamentados. Tal adequação implicará na

possibilidade de acesso aos recursos financeiros que o organismo internacional em tela disponibiliza, tais como fundos de cooperação e assistência internacionais.

Notadamente, algumas iniciativas de valorização do patrimônio imaterial já são realidade no contexto global. Em 2010, a UNESCO designou a refeição francesa; a dieta mediterrânea; a cozinha mexicana tradicional e a dieta tradicional japonesa (Washoku) como patrimônio imaterial da humanidade. São legítimos os esforços de países, como o Peru, terem seu patrimônio culinário reconhecido, assim como verificamos algumas propostas em andamento, tais quais a cultura cervejeira na Bélgica, a arte da pizza em Nápoles ou a cultura e a tradição do café na Turquia.

Em geral, os primeiros reconhecimentos tem privilegiado sistemas alimentares amplamente difundidos mundialmente. Muitas das candidaturas visam ampliar o turismo ligado à gastronomia em seus países, dado a legitimidade que um selo da UNESCO encerra. Cabe a esta instituição privilegiar ofícios menos conhecidos no contexto internacional, mas não menos dignos de reconhecimento, para que a finalidade de salvaguarda se cumpra. Esperamos que o fato de tornar patrimônio uma prática tradicional, não vire somente fator de promoção mercadológica para o turismo.

No tocante a realidade brasileira, o IPHAN possui instrumentos legais de reconhecimento do patrimônio imaterial anteriores aqueles já mencionados. Conforme o Decreto 3.551 do ano de 2000, foi instituído o registro de bens culturais de natureza imaterial e criado o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial. As manifestações culturais que se referem às práticas culinárias, por exemplo, ficam registradas no denominado Livro dos Saberes, os quais guardam saberes, ofícios e modos de fazer.

O processo de reconhecimento se origina a partir de solicitação ao IPHAN por parte de organizações comunitárias locais. Em sua investigação, o órgão considera, parte do patrimônio cultural imaterial, as expressões e manifestações que tenham na identidade local e na continuidade da tradição seus maiores objetivos. O instrumento de registro não se destina ao reconhecimento de receitas de comidas típicas de uma localidade, todavia, são utilizados como parâmetro para o reconhecimento, as práticas tradicionais e os modos de fazer únicos, que sejam passados pela oralidade e que estejam próximos do desaparecimento.

Segundo Santilli (2015, p.594),

seu valor cultural e patrimonial não reside em um prato típico ou em sua receita, mas nas práticas de comensalidade, nos rituais e nos significados que lhes são atribuídos. Com base em tais fundamentos, o IPHAN negou o pedido de registro do sanduíche Bauru, solicitado pela Prefeitura Municipal de Bauru (SP), assim como os pedidos de registro da iguaria Chica Doida (muito apreciada em Goiás, ela é feita com milho verde, linguiça, jiló, queijo e pimenta), do pastel de angu (Itabirito-MG) e do modo de fazer polenta dos descendentes de imigrantes italianos do Vale do Itajaí-SC, embora tenha recomendado a realização de pesquisas mais amplas sobre a culinária e a gastronomia criadas em torno da cultura do milho.

Ressaltamos que, sendo um país com dimensões continentais, temos grandes dificuldades para proteger as nossas características gastronômicas regionais, pois não conhecemos nosso patrimônio culinário para além daquele já folclorizado e porque nossa legislação ainda não dialoga com as necessidades de salvaguarda do patrimônio alimentar.

Foram registrados como bens culturais imateriais: o ofício das baianas de acarajé em 2004, o modo artesanal de fazer queijo minas 2008, o sistema agrícola tradicional do Rio Negro no estado do Amazonas em 2010 e a produção tradicional de cajuína no Piauí em 2014. Há outras iniciativas em curso, como o ofício das tacacazeiras do Pará.

O primeiro a ser registrado foi o ofício das baianas de acarajé em 2004. Segundo Santilli (2015), a formulação do pedido ficou a cargo da Associação das Baianas de Acarajé e do Centro de Estudos Afro-Orientais, dentre outras instituições de representação de classe, visando diferenciar e proteger essa atividade que se revela importante dentro da cultura baiana.

O ofício das baianas é uma prática tradicional urbana de produção e venda de comida em tabuleiro nas esquinas das ruas de Salvador. A característica principal da personagem "baiana de acarajé" está diretamente ligada ao espaço público, à rua, ao território urbano.

As baianas de acarajé frequentemente fazem uso do registro do "ofício das baianas de acarajé" como uma forma de legitimar o seu trabalho (...) É na rua que a categoria baiana de acarajé se constitui. E por isso a importância dos trajes para exercer o seu trabalho. Pode-se dizer que os trajes e as comidas compõem essas baianas, são parte de sua cosmologia. Usar determinadas roupas, com suas guias, torços, saias, batatas, sandálias, o que chamam de "baianas" – nome que dão aos trajes que usam –, é construir a si próprias. É interessante observar que o mesmo nome de sua roupa é também o de seu ofício: baiana (BITTER, 2012, p.220).

Sendo uma dessas "comidas de baiana", o acarajé, se tornou representativo neste contexto. A iguaria consiste em um bolinho de feijão fradinho condimentado

com pimenta, sal e cebola, sendo, posteriormente, frito em azeite de dendê. A dito bolinho apresenta raízes africanas, com origem no Golfo do Benim, na África Ocidental. Chegou ao Brasil durante o período colonial juntamente com a população de escravos dessa região. Também se configura como um elemento simbólico e religioso, sendo utilizado nos terreiros de candomblé (IPHAN, 2007).

As baianas de acarajé misturam temperos, como pimenta da costa e outras pimentas, com azeite de dendê, quiabo, feijões, camarão seco e gengibre, para fazer iguarias como acarajé, abará, bolinho de estudante, cocadas, bolos, etc. As baianas estabelecem elos entre os terreiros de candomblé e os espaços públicos da cidade, mantendo viva uma tradição ancestral, importante componente de um sistema culinário que, além de alimentar e satisfazer o paladar, articula diferentes dimensões da vida social: liga os homens aos deuses, o sagrado ao profano, a tradição à modernidade (SANTILLI, 2015, p. 601).

A segunda iniciativa a ser registrada, no que tange ao reconhecimento do modo artesanal de fazer queijo de Minas, foi resultado de uma demanda dos produtores locais diante do rigor das normas de padronização exigidas pela legislação federal. Com efeito, os produtores do queijo minas artesanal das Serras do Serro, da Canastra e do Salitre enfrentam uma série de dificuldades de comercialização do produto em função das normas sanitárias. Sendo produzido a partir de leite cru, os queijos não podem ser comercializados fora dos limites do Estado de Minas Gerais devido às restrições impostas pela legislação federal.

Os principais empecilhos para a comercialização seriam as exigências relativas ao tempo de maturação do queijo e aquelas voltadas para utilização de equipamentos que alteram tanto a forma tradicional de produzir quanto o sabor e consistência. (MERGAREJO NETTO, 2011).

A partir dessa demanda, foi iniciado em 2001, o processo para reconhecimento do modo artesanal de fazer queijo mineiro. Somente em 2008, houve o reconhecimento por parte do IPHAN, sendo mais um passo para a preservação do modo tradicional de produção e para modificações na legislação federal.

De acordo com o Meneses (2006), o modo próprio de fazer queijo de Minas sintetiza um conjunto de experiências, símbolos e significados que definem a identidade do mineiro, reconhecida por todos os brasileiros. Além das Serra da Canastra e do Serro, mais conhecidas no âmbito nacional, identificamos as áreas da

Serra do Salitre, Alto Paranaíba (Cerrado mineiro), Vale do Jequitinhonha, Araxá, dentre outras<sup>5</sup>.

Os queijos apresentam características peculiares de acordo com a localização das principais áreas produtoras de queijo minas artesanal e as características de cada queijo de acordo com o território. O queijo do Serro, por exemplo, se caracteriza por ser mais alto, úmido e suave, enquanto o queijo da Serra da Canastra possui sabor mais ativo e o queijo característico da Serra do Salitre possui sabor mais denso e picante.

Cada uma dessas localidades, possui um modo de fazer o queijo de forma particular, com variações na forma de manipulação do leite e no tempo de cura, na prensagem, mas todos preservam as características do leite cru e do fermento láctico natural recolhido a partir do próprio queijo. A interpretação desse patrimônio confere visibilidade aquilo que é imaterial, dando materialidade ao intangível.

São cerca de 500 laticínios, em sua maior parte constituída de estabelecimentos de porte pequeno. Muitos deles abrem as portas e oferecem degustação do queijo em diferentes estágios de maturação, curado ou meia cura, e oferecem a opção de compra do queijo degustado. Na cidade de São Roque de Minas, na Serra da Canastra, os laticínios mais procurados são a Queijaria Alpi, Fazenda São Bento, a qual é mais conhecida pelo seu produtor Zé Mário e a Fazenda Agro-Serra.

Neste contexto, estamos presenciando o surgimento de roteiros turísticos pautados na produção do queijo minas. A visita aos produtores locais para provar o queijo e conhecer o processo de produção está crescendo. A sociedade brasileira, cada vez mais, reconhece o valor deste produto, ao ser utilizado, por exemplo, em restaurantes de comida brasileira por chefs renomados e ter o apoio do movimentos como o Slow Food.

Inserido em outra conjuntura, o sistema agrícola tradicional do Rio Negro no estado do Amazonas está ancorado no cultivo da mandioca brava, mas também compõe o referido sistema agrícola alguns tipos de pimentas locais, inhames, bananas e abacaxis. Mesmo formado por elementos interdependentes, esse sistema é caracterizado por um conjunto estruturado composto não só pelo cultivo de

---

<sup>5</sup>Um mapa esquemático com a localização das regiões produtoras de queijo pode ser encontrado no endereço eletrônico do Roça Capital. <https://www.rocacapital.com.br/mapadoqueijo>. Acessado maio de 2018



plantas, mas pelos espaços de representações que envolvem a cultura material, os saberes e as redes sócio-espaciais de aproximadamente 20 povos indígenas. O seu registro foi solicitado pela Associação das Comunidades Indígenas do Médio Rio Negro (ACIMRN) em 2007, tendo efetivamente ocorrido em 2010. Seu território abrange os municípios de Barcelos, Santa Isabel do Rio Negro e São Gabriel da Cachoeira, no estado do Amazonas (Santilli, 2015).

Ressalvamos que a Mandioca-brava, mesmo venenosa na natureza, é uma raiz extremamente versátil. Os saberes dos povos indígenas da Amazônia são, definitivamente, os responsáveis por descobrir e fazer chegar a nós todo esse saber gastronômico. Eles aproveitam desde suas folhas para o preparo da maniçoba até a sua raiz, base para o caldo do tucupi, ambas comidas tradicionais da Amazônia. A alta concentração de ácido cianídrico, que a mandioca brava contém e que a torna tóxica, é eliminada através dos processos de fervura prolongada, como no caso do caldo do tucupi, bem como na torrefação no caso das farinhas (SALDANHA, 2015).

Por último, ocorreu o registro da cajuína em 2014. A cooperativa de produtores de cajuína do Piauí fundamentou-se no fato de sua produção estar vinculada aos pequenos produtores, sendo justificada como uma forma de assegurar a tradição do método de preparo frente à empresas multinacionais. Estas possuem interesses comerciais em lançar refrigerantes com sabor caju em grande escala, o que implica na industrialização e automação de todo o processo.

Originalmente produzida para ocasiões de festa, a cajuína é uma bebida não alcoólica derivada do caju, mas que não tem as características do suco dessa fruta. O processo de produção é longo e envolve diversas etapas de coar e cozer, resultando em uma bebida doce com coloração amarelada. Segundo o IPHAN (2009), em dossiê interpretativo, a cajuína foi vinculada à identidade piauiense, assumindo o simbolismo de um alimento que revela a essência daquela terra. Ela está inscrita na mesma tradição dos doces, bolos, biscoitos e outros saberes gastronômicos cultivados no Nordeste.

Neste sentido, o reconhecimento dessas manifestações culturais aumenta a percepção de que não há uma única forma de ser brasileiro. Em meio à diversidade do país, a brasilidade encontra-se nessas representações. Todos esses bens reconhecidos expressam diferentes maneiras de ser brasileiro. Assim, vemos que os modos tradicionais de preparo dos alimentos fazem parte do patrimônio cultural, sendo fruto de territorialidades definidas.

Isto posto, recorreremos a esta citação para compreender que

no processo de construção territorial, o sentimento de pertencimento a um lugar ou a um ofício aparece como o resultado de longos processos de aprendizagem coletiva que levam ao estabelecimento de normas, na maioria das vezes tácitas. Tais normas têm a função de organizar, selecionar e hierarquizar a informação, como também de orientar ou guiar os comportamentos, oferecendo assim a cada ator do território um espaço de inteligibilidade e de ação (PECQUEUR 2005, p. 15)

Por fim, vimos que a relação entre turismo, patrimônio e cultura pauta discussões de grande pertinência para compreensão da produção social do espaço. Nessa relação, circunscreve-se a questão da gastronomia e suas interlocuções com a atividade turística, envolvendo dinâmicas sociais próprias da contemporaneidade. Sendo parte integrante do patrimônio intangível, acreditamos que o elo entre gastronomia, patrimônio imaterial e turismo se fortalece, da mesma forma que acontece com o patrimônio material.

No próximo capítulo, trataremos da formação das cozinhas regionais brasileiras, de suas representações e dos novos rumos que da gastronomia nacional na contemporaneidade.

## CAPÍTULO 2

### ESPACIALIDADES DA GASTRONOMIA BRASILEIRA: ANTECEDENTES E PERSPECTIVAS

---

Nos últimos tempos, temos observado que os geógrafos adotaram elementos da teoria social crítica para a compreensão das práticas sócio-espaciais, assim como incluíram uma perspectiva simbólica à análise espacial, fato que permitiu uma ampliação nos horizontes e uma visão mais complexa da realidade social. Tal perspectiva se encontra dotada de significados, admitindo subjetividades e a coexistência de múltiplas espacialidades. Assim, as espacialidades, sejam elas percebidas, construídas ou vividas, representam, antes de configurar atributos físico-sociais para a consolidação de um novo território, essencialmente uma condição embrionária do desenvolvimento da lógica espacial, apropriando-se dos recursos em um determinado território e produzindo novas relações sociais.

No reconhecimento de que o espaço social contem múltiplas representações derivadas da tríade do espaço percebido, concebido e vivido é que reside um dos pontos chave na construção teórica de Henri Lefebvre (1992). A produção do espaço é formada, neste sentido, pela "prática espacial" (espaço percebido), pautada na materialidade das relações de produção; pelas "representações do espaço" (espaço concebido), emergindo no nível do discurso, planejamento, imagem ou mapeamentos; e pelos "espaços de representação" (vivido), focados na dimensão simbólica e nos processos de significação, cultura, identidade. Ressalte-se que este é um recurso analítico utilizado pelo autor para proporcionar uma compreensão mais nítida de cada dimensão. É preciso ter em mente que na sociedade as três categorias não ocorrem de forma independente, estão interconectadas e fazem parte do mesmo movimento, estando entrelaçadas.

Assim, Lefebvre desenvolve uma figura tridimensional da realidade social. A prática social material tomada como ponto de partida da vida e da análise constitui o primeiro momento. Ela permanece em contradição com o segundo momento: conhecimento, linguagem e pensamento, compreendidos por Lefebvre como abstração, como poder concreto. O terceiro momento envolve ato criativo, poesia como forma de transcendência. (...) Isso tem uma importância decisiva, pois com essa figura tridimensional a natureza da dialética alterou-se profundamente. Enquanto a dialética

hegeliana (e também a marxista) repousa em dois termos em contradição entre si e que são suprassumidos por meio de um terceiro termo, a dialética triádica de Lefebvre postula três termos. Cada um deles pode ser compreendido como uma tese e cada um se refere aos outros dois e permaneceria uma mera abstração sem eles. Essa figura triádica não termina numa síntese como no sistema hegeliano. Ela liga três momentos, que permanecem distintos entre si, sem reconciliá-los numa síntese – três momentos que existem em interação, em conflito ou em aliança entre si. Assim, os três termos ou momentos assumem igual importância e cada um toma uma posição semelhante em relação aos outros. Desta forma uma nova, tridimensional ou triádica, versão da dialética emerge (SCHMID, 2012, p.95).

Diante do exposto, como poderíamos aplicar essa forma de abordagem enquanto profissional da geografia? A resposta encontra-se ainda em construção. Podemos dizer que a problemática em tela, qual seja processo da formação das espacialidades gastronômicas brasileiras, demanda uma abordagem mais relacional.

Harvey (2012), nos diz que é inevitável a vivência das três referências simultaneamente, mesmo que não de forma equivalente, as vezes, sendo mais intenso uma delas do que nas outras, mas essa tríade espacial está sempre presente de alguma forma. Neste sentido, a sua leitura da tríade conceitual proposta por Lefebvre é aqui exposta, tendo sido publicada em 2006 e traduzida em 2012. No seu dizer,

Se me concentro em Lefebvre não é porque, como supõem muitos autores na teoria cultural e literária, ele concede o momento originário do qual deriva todo o pensamento relativo à produção do espaço (tal tese é manifestamente absurda), mas porque considero pertinente trabalhar com suas categorias. O espaço material corresponde simplesmente para nós, humanos, ao mundo da interação tátil e sensorial com a matéria, é o espaço da experiência. Os elementos, momentos e eventos deste mundo são constituídos da materialidade de algumas qualidades. A maneira pela qual representamos este mundo é outra coisa, mas ainda aqui nós não concebemos ou representamos o espaço de modo arbitrário; nós procuramos as descrições apropriadas, se não exatas, das realidades materiais que nos circundam por meio de representações abstratas (palavras, gráficos, cartas, diagramas, imagens etc.). Estes espaços de representação são uma parte integrante de nosso modo de viver no mundo. Podemos igualmente procurar representar a maneira com que este espaço é emocionalmente, afetivamente, mas também materialmente vivido através de imagens poéticas, composições fotográficas, reconstruções artísticas (HARVEY, 2012,p.136).

Partindo das premissas aqui levantadas, este capítulo busca desvelar as novas espacialidades da gastronomia brasileira, considerando suas práticas e materialidade circunscrita nas cozinhas regionais, suas representações culturais no território e o ato criativo em si, personalizado na vivência da gastronomia e sua dimensão simbólica.

Neste sentido, antes de adentrarmos pela problemática do turismo vinculado às práticas culinárias na atualidade, cuja maior discussão será desenvolvida no terceiro capítulo, é interessante refletir sobre as novas espacialidades construídas pela gastronomia no território considerando os aspectos socioculturais inerentes à culinária brasileira. No momento em que utilizamos o termo culinária brasileira, temos que pensar que estes termos estão imbuídos de hábitos culturais complexos. Constantemente levamos em conta o “simbólico” sem pensarmos a materialidade que se esconde por trás. Seria interessante, portanto, analisar esse conjunto de técnicas, comportamentos e produtos que são culturalmente desenvolvidos no nosso espaço-tempo.

Sendo assim, pensar em alimentação como uma simples satisfação de necessidades fisiológicas está bastante ultrapassado em nossa sociedade urbana contemporânea. Neste contexto, não há como descrever uma cozinha com um catálogo de ingredientes e fórmulas que foram cristalizadas em um dado momento e dizer que essas receitas são o “típico” ou o tradicional de uma sociedade.

Este pode parecer, em princípio, um estudo de sociologia ou antropologia social, mas antes de tudo é essencialmente geográfico. Olhar a culinária brasileira a partir da perspectiva geográfica torna mais rico esse trabalho uma vez que a geografia traz o território para dentro da problemática.

Com a finalidade de ampliar o senso comum sobre a noção de gastronomia, começaremos discutindo em que se constitui a culinária brasileira, retomando a ideia de cozinha enquanto um sistema articulador de identidades e buscando desconstruir alguns mitos de origem que regem a culinária nacional ainda no nosso tempo. Buscamos, inicialmente, compreender a gastronomia brasileira à luz da identidade cultural e para tanto pretendemos resgatar autores clássicos que tratam do tema da alimentação. Eles não só escreveram sobre os hábitos alimentares como também compararam práticas culinárias, os gostos e aversões, as evoluções históricas na forma de preparo dos alimentos e, sobretudo, nos falam das relações que a comida mantém com os mitos e a cultura.

A partir desse momento, iremos dividir este capítulo em duas partes. A primeira refere-se aos elementos constituintes do que se convencionou chamar de culinária brasileira e seus mitos fundadores, pautado nos discursos de Câmara Cascudo e Gilberto Freyre principalmente. Na segunda parte trataremos da gastronomia brasileira contemporânea e suas representações no território.

## 2.1. As Cozinhas Regionais Brasileiras

---

O termo “tradição inventada” é utilizado num sentido amplo, mas nunca indefinido. Inclui tanto as tradições realmente inventadas, construídas e totalmente institucionalizadas, quanto as que surgiram de maneira difícil de localizar num período limitado e determinado de tempo - às vezes coisas de poucos anos apenas - e se estabeleceram com enorme rapidez. (...) Por tradição inventada entende-se o conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado. Aliás, sempre que possível, tenta-se estabelecer continuidade com o passado histórico apropriado (HOBBSAWN, 1984, p. 9).

Tomando como referência a obra a Invenção da Tradição, Eric Hobsbawn (1984) sinaliza que a identidade nacional seria forjada e não prescinde de alguns mitos fundadores. A construção do Estado-nação seria parte dos progressos humanos e, portanto, haveria um projeto para sua formação. Neste sentido, inventar tradições significa criar rituais e regras que busquem traçar uma continuidade com o passado, criando uma memória que funciona como um estoque de lembranças. Nem tudo que a “tradição inventada” abarca é realmente passado, várias de suas manifestações são recentes, mas surgem para as pessoas como algo há muito existente.

Como nos fala Anderson (1991) em “Comunidades Imaginadas”, após trabalhos de levantamento entre os cidadãos, daqueles elementos mais representativos da sociedade, foram fortalecidos os principais elementos de identificação que são reconhecidos de forma mais fácil por todos, visando a reunião de valores distintos em uma única crença. A nação passa a ser vista como algo que teria existido desde tempos imemoriais, porque suas raízes deitam-se no próprio povo que a constitui.

Pessoas que jamais se encontraram, nem se encontraram e nem sequer ouvirão falar uns dos outros, se sentem possuidoras de vínculos que lhes fazem viver em comunhão. Cria-se, assim, o mito da nação (ANDERSON, 1991, p.14).

Claramente, o conceito de identidade se tornou um elemento chave de relevância sociocultural para a compreensão da temática em tela. Tendo ressonâncias nas pesquisas sociais, a identidade é formada por representações, movida pelo sentimento de pertencimento e alteridade. Em geral, a identidade

cultural é entendida enquanto as particularidades dotadas de significado compartilhado que um indivíduo ou grupo atribui a si pelo fato de sentir-se pertencente a uma cultura específica.

Não obstante, Stuart Hall (2001), nos desafia a pensar sobre a identidade cultural nacional e seus deslocamentos conceituais ocasionados pela globalização no que denominou de “crise de identidade”. Em crítica contundente a naturalização das identidades culturais nacionais, seu entendimento acerca de uma falsa identidade nacional unificada soa muito coerente, fundamentando sua análise nas diferenças existentes em uma mesma nação e no deslocamento do foco para identidades mais regionais, ressaltando ainda hibridismos próprios de movimentos migratórios e políticas mais segmentadas.

Em consonância, Canclini (1995, p.151) entende as identidades como narrativas que se constroem e reconstroem entre os diversos atores sociais, mas “na medida em que são híbridas, dúcteis e multiculturais” incluem a presença de conflitos de nacionalidades, etnias, gêneros, constituindo-se em representação e ação.

A identidade surge, na atual concepção das ciências sociais, não como uma essência intemporal que se manifesta, mas como uma construção imaginária que se narra. A globalização diminui a importância dos acontecimentos fundadores e dos territórios que sustentavam a ilusão de identidades a-históricas e ensimesmadas. Os referentes de identidade se formam, agora, mais do que nas artes, na literatura e no folclore - que durante séculos produziram signos de distinção das nações -, em relação com os repertórios textuais e iconográficos gerados pelos meios eletrônicos de comunicação e com a globalização da vida urbana (CANCLINI, 1995, p. 124).

De acordo com Montanari (2008), o sistema alimentar, contém e transporta a cultura de quem a pratica, sendo receptáculo das tradições e da memória de um grupo. O autor vê a comida enquanto linguagem, o que significa, portanto, que é um importante veículo de representação e de identidade.

Com a finalidade de construção do ideário, do que denominamos hoje por culinária brasileira, Schwarcz (1995) sinaliza que houve uma busca para encontrar os elementos particulares, únicos, diante de outras nações, que caracterizariam a nação brasileira uma vez que a população brasileira era composta, em grande parte, pelo índio e pelo negro, vistos como inferiores no contexto social da época marcados pelo determinismo geográfico e pelo darwinismo social. Além disso, o Brasil não dispunha de um passado glorioso em comparação às nações européias. No

pensamento das elites dirigentes brasileiras, tornava-se, então, necessária e urgente a construção de uma identidade e a formação de laços de pertencimento e sentimento de brasilidade.

Notadamente, autores como Luís Câmara Cascudo (2004) e Gilberto Freyre (2007) foram importantes na construção da narrativa de identidade nacional a partir da comida e da alimentação. Não podemos deixar de mencionar Josué de Castro (1984), o qual manteve sua linha de pensamento voltada para alimentação a partir da ausência de comida.

Câmara Cascudo nos apresenta a história da alimentação do Brasil em uma obra riquíssima, publicada na década de 1960, repleta de detalhes, tendo como principal categoria o paladar e a formação do "gosto". Em sua perspectiva, o "paladar" é determinado por padrões, regras e proibições culturais. Mais do que isso, segundo ele, o paladar é um elemento poderoso e permanente na delimitação das preferências alimentares humanas, estando profundamente enraizado em normas culturais.

Gilberto Freyre nos revela uma obra de cunho político e sociológico, trazendo os temas raciais para o debate da alimentação e promove o que ele denomina de "geografia do doce". Em contraponto, Josué de Castro debate o tema da alimentação enquanto ausência, ou seja pela perspectiva da fome. O autor desnaturaliza a questão da fome, denunciando que esta teria origem em fatores sociais e históricos principalmente, não sendo um dado dito "natural". A monocultura de exportação (cana, mineração e café) e passado colonial, bem como, o oligopólio do mercado de alimentos com elevada distorção dos preços e os processos de urbanização e industrialização foram elencados como causas no déficit alimentar da população brasileira.

Cumprir mencionar que estes autores foram contemporâneos entre si, travando alguns debates profícuos, ocorrendo no âmbito do modernismo brasileiro a partir da década de 1920. De forma geral, esses autores construíram um arcabouço teórico importante sobre a formação da culinária brasileira ao criar os mitos fundadores da identidade nacional.

Ambos, Cascudo (2004) e Freyre (2001) inauguram a ideia da participação dos três povos na formação da cozinha brasileira, construindo o senso comum de que a culinária brasileira foi composta através da miscigenação cultural onde portugueses, indígenas e negros formaram a base da alimentação do brasileiro. Do



mesmo modo, é de conhecimento popular que o Brasil, devido a sua extensão territorial, apresenta uma diversidade regional bastante complexa, espelhando em uma vasta gama de elementos formadores da culinária brasileira.

Neste projeto freyreano de construir um mito fundador do Brasil baseado na “fábula das três raças” a investigação da culinária cumpre função prioritária. A celebração da culinária brasileira integra-se ao objetivo mais amplo de valorização da identidade nacional como “civilização mestiça”. O processo de formação da culinária brasileira confunde-se com o processo de formação do Brasil, na medida em que exemplifica colaborações de negros, brancos e índios, e por isso confere singularidade ao país e torna-se código privilegiado para perquirir a identidade do brasileiro (CASTRO DA SILVA, 2014, p.10).

O tema da culinária e da alimentação no Brasil se faz presente de forma consistente nas obras de Gilberto Freyre. Tanto em *Casa Grande e Senzala* (2001), como em *Açúcar* (2007), suas obras de maior relevância para discutir alimentação, evidencia-se o seu pioneirismo e relevância histórica, sendo ainda hoje bastante atual. Pode-se dizer que Freyre praticava o que denominamos de antropologia da alimentação.

De acordo com Castro da Silva (2014, p.4),

a abordagem freyreana da alimentação inclui uma miríade de aspectos: a relação de culinária com classe social; a análise do significado social das panelas, utensílios, recipientes, dos rituais religiosos, cantos dos pregões de vendedores, que acompanham o hábito de se alimentar; a proposta de uma “sociologia do doce” e de uma “geografia do doce”; a defesa da comida nacional; a denúncia do precário regime alimentar no Brasil Colônia; a crítica à tendência de submeter os hábitos alimentares à ética do Just-in-Time e do Time is Money; a disseminação de palavras, ditos populares (“doce tarde de outono”).

Além de sua obra conferir relevo à alimentação, há uma correlação entre os temas de raça, identidade nacional e modernidade. A visão de Freyre é inovadora porque desloca a discussão para o campo da cultura, retirando de cena o debate em torno dos determinismos geográfico e racial. Com esta linha de argumentação, o autor defende a contribuição africana para a culinária com uma participação ativa na formação da cultura brasileira. Houve implicações em relação às técnicas utilizadas, e ajustes dos ingredientes diante da indisponibilidade dos mesmos em relação as receitas originais, modificando alguns modos de preparo de pratos de origem portuguesa e indígena. Como resultado, temos comidas brasileiras como farofa, feijoada, quindim e acarajé.

Porém, é preciso deixar claro que tais relações foram mediadas por intensos conflitos sociais a partir do estabelecimentos de relações de dominação, que, ainda

hoje, estão fortemente arraigadas na sociedade. Não podemos esquecer-nos do que significou a instituição da escravidão em nosso país e das suas consequências para lidarmos com questões oriundas deste fato até o presente. Devemos lembrar que a população indígena foi fortemente dizimada e sofreu processo de acultramento, vide os colégios jesuítas e outras instituições que menosprezavam o conhecimento indígena perante aquele advindo do colonizador português em princípio e, posteriormente, em relação à outras influências estrangeiras.

Cascudo argumenta que uma cozinha nacional brasileira teria se configurado por volta do final do século XVIII, como produto histórico da dominação social e cultural portuguesa sobre os sistemas indígenas e africanos de alimentação (GONÇALVES, 2004, p.48).

Defendia-se a ideia de que os portugueses contribuíram com as técnicas de preparo na culinária a partir da inserção de ingredientes nativos tanto indígenas quanto africanos. Tal ideia vem sendo amplamente combatida por estudiosos da área e temos hoje a dimensão de que os grupos indígenas contribuíram com verdadeiros sistemas culinários. Nesta visão, os negros e os índios, não atuaram de modo passivo na culinária brasileira. A sua contribuição vai além da inserção de ingredientes como o azeite de dendê, pimentas e derivados da mandioca. Os modos de fazer únicos e técnicas culinárias são marcantes dentro da cozinha nacional, sendo reconhecidos enquanto patrimônio imaterial pelo IPHAN, conforme foi evidenciado no primeiro capítulo com o acarajé, cajuína e queijo de Minas.

Há de se comentar que não devemos compreender os grupos indígenas como uma unidade homogênea, pelo contrário, a cultura das tribos podiam ser muito diferentes dependendo do seu território de referência. As tribos da Amazônia desenvolveram sistemas culinários muito diferentes daquelas que viviam no sudeste por exemplo.

Quando da época da publicação de Casa Grande e Senzala na década de 1930, Freyre fundou um dos mitos mais persistentes a respeito da identidade nacional.

Os adjetivos que qualificam a culinária brasileira seriam os mesmos a qualificar a civilização brasileira, tal como definida por Freyre: a culinária brasileira é híbrida, porque composta por elementos de várias origens de raça e de classe; paradoxal, porque esses elementos são, muitas vezes, antagônicos; mestiça, porque representa a união das três raças; patriarcal, porque a formação da mesa brasileira remonta à colônia e à sociedade dividida entre senhores de engenho e escravos; democrática, porque simboliza a confraternização democrática entre opostos de raça e de cultura. A culinária anfíbia e heterogênea epitomiza a “meta-raça” brasileira (CASTRO DA SILVA, 2014, p.10).

O mito de que as três raças, branco, índio e negro, através da miscigenação, formaram harmonicamente a culinária nacional está tão arraigada no pensamento do brasileiro que é tomado como verdade sem qualquer questionamento. Ressaltamos o pensamento de DaMatta, em a Fábula das Três Raças (1984, p.62). No seu dizer:

Que os três elementos sociais - branco, negro e indígena - tenham sido importantes entre nós é óbvio, constituindo-se sua afirmativa ou descoberta quase que numa banalidade empírica. E claro que foram! Mas há uma distância significativa entre a presença empírica dos elementos e seu uso como recursos ideológicos na construção da identidade social, como foi o caso brasileiro.

Há uma tendência, no entanto, de iluminar essa temática e problematizá-la de modo a desmistificar algumas dessas “verdades”. Uma das críticas mais contundentes à obra de Freyre seria a descrição de um quadro harmonioso do Brasil colônia, não explicitando os conflitos existentes que envolvem desigualdades, discriminações e hierarquizações. Como aponta Maciel (2004, p.29),

Colocando o fenômeno num quadro de desigualdades e conflitos, não dá para ignorar que o português branco colonizador foi instaurador da hierarquia, que o negro foi trazido à força e que o índio foi, em grande medida, dizimado. Não é possível, assim, colocar as "três raças" em um plano horizontal e, se este é o país das hierarquias internalizadas, cabe verificar como isso se expressa.

Encontramos em Roberto DaMatta (1986, p.63), um trecho que ressalta a hibridização da culinária brasileira pautada na ideia de miscigenação cultural. “Tal como somos ligados à ideia de sermos um país de três raças, um país mestiço e mulato, onde tudo que é contrário lá fora aqui dentro fica combinado, nossa comida revela essa mesma lógica”.

Entendemos que não devemos idealizar a cozinha brasileira como única, dado que ela é uma construção social, desenvolvida pela continuidade no espaço e no tempo. Dessa forma, em cada região, em cada período de tempo, diferentes povos indígenas, portugueses e negros, e incluindo também os imigrantes, estabeleceram interações produzindo resultados particulares em áreas específicas.

Em tempo, torna-se necessário abrir um parênteses sobre o papel da imigração na formação da culinária brasileira. Em princípio as imigrações alemã e italiana vieram a compor a população brasileira e tiveram forte influência no sul e sudeste do país, tanto em uma primeira leva no início do século XX quanto

posteriormente nos anos do pós-guerra. Não devemos nos esquecer da influência da cultura japonesa em nossa culinária, principalmente em São Paulo.

Segundo Collaço (2012), a cozinha seria uma tentativa de reproduzir elementos da terra natal. Para os imigrantes, a memória evocada pelo consumo da comida deteve um significado ímpar, evocando nostalgia e experiência compartilhada para se adaptar à nova realidade. Cumpre mencionar que em muitas ocasiões, vimos a adaptação de receitas e técnicas aos ingredientes nativos, originando produtos genuinamente brasileiros como seria o caso de substituição do trigo pela farinha de mandioca ou de milho, vinho de jabuticaba, dentre outros.

Mapear o resultado desse caldeirão cultural, identificando a contribuição das três matrizes étnicas que teriam formado a sociedade brasileira, foi a proposta de Câmara Cascudo em seu tratado sobre a alimentação brasileira. Mesmo com algumas ressalvas, esta obra produziu um inventário expressivo não somente sobre o alimento, mas sobre a forma de comer e os hábitos em torno da mesa. Na importante obra *Dicionário do Folclore Brasileiro* (1962, p.228), Cascudo discorre sobre comida e paladar em contraposição ao par alimento/fome, afirmando que a "significação da comida transcende o simples ato de alimentar-se. A comida é social e cultural-mente significativa e, conseqüentemente, distinta da experiência estritamente fisiológica de alimentar-se".

De acordo com Gonçalves (2004), a refeição, outra categoria importante na obra de Cascudo, é entendida como uma situação social e cultural particular e fortemente ritualizada. Ela pressupõe, obrigatoriamente, um modo específico de preparar, de servir e de consumir, implicando um processo longo e complexo de preparação, apresentação e consumo de alimentos e bebidas, marcando assim sua distinção do simples ato de alimentar-se. Seguindo esta linha de raciocínio, DaMatta (1986, p. 56), faz uma apropriada distinção entre comida e alimento. Em sua visão, a comida, e não o alimento, é capaz de definir identidades e regionalidades.

Para nós, brasileiros, nem tudo que alimenta é sempre bom ou socialmente aceitável. Do mesmo modo, nem tudo que é alimento é comida. Alimento é tudo aquilo que pode ser ingerido para manter uma pessoa viva, comida é tudo que se come com prazer, de acordo com as regras mais sagradas de comunalidade e comensalidade; (...) a comida é aquilo que foi valorizado e escolhido dentre os alimentos; aquilo que deve ser visto e saboreado com os olhos e depois com a boca, o nariz, a boa companhia e, finalmente, a barriga. (...) Comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se. E o jeito de comer define não só aquilo que é ingerido como também aquele que o ingere.

Por consequência, o ato de cozinhar, ou melhor de transformar o alimento em comida, é uma atividade humana por excelência. Segundo Massimo Montanari (2008, p.71), historiador da Universidade de Bolonha, seria este o gesto que transforma o produto da natureza em alimento fabricado pelo homem. E, neste sentido, “a cozinha é o símbolo da civilização e da cultura”.

Assim como Montanari, Câmara Cascudo e DaMatta dialogam com o clássico estudo de Lévi Strauss, obra referência intitulada “O cru e o cozido”, no qual estas duas expressões do alimentar são consideradas metáforas da suposta oposição entre natureza e cultura, reafirmando o ato de cozinhar enquanto símbolo civilizatório, elemento de civilidade e, portanto um ato cultural. Montanari, vê a comida enquanto fato cultural. Assim como o título de seu livro "Comida como Cultura"(2008, p.15), o autor italiano afirma que comida é cultura e procura fugir dos modismos intelectuais que apelam para a comida como mais um aspecto meramente curioso da cultura apontando transformações sociais e rupturas cognitivas. Em suas palavras, “os valores de base do sistema alimentar não se definem em termos de ‘naturalidade’, mas como resultado e representação de processos culturais que preveem a domesticação, a transformação, a reinterpretção da natureza”.

Segundo Lima (2009, p.107), quando em resenha publicada sobre a obra de Montanari, sintetiza sua argumentação ao afirmar que para o referido autor

a comida é cultura em todo o seu percurso até a boca do homem: quando produzida, porque não comemos apenas o que encontramos na natureza, mas também criamos nosso próprio alimento; quando preparada, já que este processo criativo implica uma transformação dos produtos-base da alimentação, mediante técnicas elaboradas que expressam as práticas da cozinha; e quando consumida, uma vez que selecionamos o que comer, mesmo podendo comer de tudo, com base nos mais variados critérios (econômicos, religiosos, nutricionais, etc.).

Interessa a Cascudo (2004, p.36), o universo dos padrões, regras e normas alimentares que fundamentam a fé inabalável do povo nos saberes culinários da tradição, elegendo certos sabores como “patrimônio seletivo” familiar, regional ou nacional. Nessa direção, acrescenta que “de todos os atos naturais, o alimentar-se foi o único que o homem cercou de cerimonial e transformou lentamente em expressão de sociabilidade, ritual político, aparato de alta etiqueta”. O autor enaltece a comida cotidiana do brasileiro, como destacamos no trecho a seguir:

O povo não come galinha assada com recheio, peixe sem espinhas ao molho branco, coquetéis de camarão, lagosta com mayonnaise. Come

carne, farinha, feijão, arroz. Noventa por cento cozido. Carne assada implica farofa. Peixe traz o cortejo do pirão escaldado ou mexido no fogo. O feijão de ementa comum não é a feijoada. Nem todos os pratos populares são diários. Nenhum baiano come caruru, vatapá, moqueca, ao almoço de todo dia. Nem feijoada completa cabe senão uma vez por semana. buchada de carneiro é regalo fortuito. Mas todos os brasileiros servem-se de comida de panela, carne cozida, feijão, farinha (CASCUDO, 2004, p.369).

Evidenciam-se dois movimentos em relação à culinária brasileira conforme aponta Botelho (2010). Ocorreriam, simultaneamente, o movimento de regionalização e outro de padronização da alimentação cotidiana. Fato que nos remete a uma dualidade: a heterogeneidade dos pratos típicos nacionais versus a homogeneidade da alimentação. Em relação à prática alimentar diária constata-se que a combinação do arroz e feijão está presente na mesa dos brasileiros diariamente, acompanhado de um tipo de carne e legumes. A comida brasileira básica, de acordo com DaMatta (1986, p.56), trata-se certamente do feijão-com-arroz, sendo este binômio utilizado como metáfora para rotina. O sociólogo acredita que

misturando-se as duas porções num só prato, forma-se uma massa indiferenciada que assume as propriedades gustativas dos dois elementos. De tal modo que o feijão, que é preto, deixa de ser preto, e o arroz, que é branco, deixa também de ser branco. A síntese é algo como um ser intermediário, desses que a sociedade brasileira tanto admira e valoriza positivamente. Comer arroz com feijão, então, é misturar o preto e o branco, a cama e a mesa fazendo parte de um mesmo processo lógico e cultural.

Não obstante, quando nossa gastronomia é exaltada, divulgada, não é a comida do cotidiano que entra em cena, mas os pratos mais elaborados da cozinha regional brasileira. Há uma certa diferenciação entre a culinária do dia-a-dia e a de festa ou como nos disse Cascudo (2004), entre "normalidades" e "dias festivos".

É que há, no Brasil, certos alimentos ou pratos que abrem uma brecha definitiva no mundo diário, engendrando ocasiões em que as relações sociais devem ser saboreadas e prazerosamente desfrutadas como as comidas que elas estão celebrando. E de modo tão intenso que não se sabe, no fim, se foi a comida que celebrou as relações sociais, estando a serviço delas, ou se foram os elos de parentesco, compadrio e amizade que estiveram a serviço da boa mesa (DAMATTA, 1986, p.51).

Em contraponto, destaca-se a cozinha regional brasileira. Ao longo do tempo, diversos fatores territoriais, sociais e culturais contribuíram para a regionalização como também para uma configuração específica no território. A culinária está associada diretamente à cultura e ao território, dado que o paladar é historicamente condicionado conforme as convicções de Cascudo (2004). Não raro, as preferências

gastronômicas dependem não somente do gosto, mas sofrem influência de fluxos econômicos, relações de dominação, status social, dentre outros fatores.

Sob este ponto de vista, Montanari (2008) defende que o gosto é uma experiência coletiva que compartilhamos socialmente, não se restringindo a uma realidade subjetiva como tendemos a compreendê-lo. Cascudo chama de cozinha brasileira essa formação de um gosto nacional. Sendo um conhecimento que nos é transmitido, o gosto não pode ser interpretado como um padrão estático. A comida que nos parece “boa para comer”, hoje, é resultado de um longo processo de transformação cultural, influenciado por inúmeras variáveis das práticas sociais e das espacialidades inerentes ao processo. O autor italiano, ao criar a expressão “l’identità como scambio”, observa que a identidade é um longo processo resultado de inúmeras trocas e conflitos dentro do processo histórico.

Cascudo (2004) evoca Fernand Braudel quando salienta que o cotidiano evolui em um tempo lento, tempo das estruturas. O cotidiano tem história, cuja transformação ocorre de forma lenta e contínua até percebermos uma modificação maior. Pôde-se fazer um paralelo com os homens lentos, criação de Milton Santos (1994) no livro em que discute técnica, espaço e tempo. Em linhas gerais, o "homem lento" personifica o homem comum, do lugar, que resiste às forças verticais, externas, da globalização. Ele resiste a fragmentação das identidades impostas pela avanços das tecnologias, cultivando hábitos ancestrais que fundam sua memória, mas se adaptando de forma criativa aos processos.

Assim, a cozinha e as práticas de comensalidade expressam os mecanismos de estruturação e diferenciação social. Se considerarmos uma mesma temporalidade, mas em territórios diferentes, a forma de preparo dos mesmos alimentos se altera substancialmente. Isso acontece em decorrência das diferenças tecnológicas, econômicas e sociais entre esses mesmos povos.

No interior dessas estruturas, os mais insignificantes acontecimentos da vida cotidiana tem algo de necessário e um sentido muito preciso. Embora dêem a impressão de serem estáticos em relação a outros fenômenos, eles evoluem em um tempo muito mais lento, o longo tempo das estruturas, como bem salientou Fernand Braudel. Deixemos de lado que o cotidiano não tem história, de que tudo, desde sempre foi igual ao que conhecemos atualmente. Na realidade, os gestos do dia a dia transformam-se, junto a tudo aquilo a que estão relacionados (FLANDRIN e MONTANARI, 1998, p.16).

Neste sentido, o espaço vivido ou o espaço de representações ganha relevância na consolidação das cozinhas regionais. De fato, as “cozinhas regionais”

seriam sistemas culinários complexos com base na herança histórica transmitida ao longo do tempo com territorialidades marcadas no espaço. No entanto, nem tudo é somente herança e quando há um processo criativo, vemos um espaço sendo produzido à simultaneidade das interações do tempo presente e espacialidades sendo sobrepostas. Deixamos para reflexão uma passagem extraída do livro de Edward Soja que sintetiza nosso pensamento até este momento.

A sequência das espacializações é cumulativa, cada fase contendo vestígios das geografias anteriores, de divisões espaciais do trabalho já formadas, que não chegam propriamente a desaparecer, mas são seletivamente rearranjadas. [...] As espacializações especificamente urbanas podem ser vistas como “estratificadas”, uma em cima da outra, refletindo mudanças pronunciadas nas geografias do investimento, da produção industrial, do consumo coletivo e da luta social. A sedimentação, porém, é mais complexa e labiríntica do que uma simples deposição de camadas, pois cada corte transversal contém representações do passado e os contextos para a nova rodada de reestruturação (SOJA, 1993 p. 212).

No próximo tópico, lançaremos o olhar sobre os rumos da gastronomia brasileira a partir das novas dinâmicas estabelecidas no contexto contemporâneo.



## 2.2. Caminhos da Gastronomia Regional e suas Representações no Território

---

A gastronomia é o conhecimento fundamentado de tudo o que se refere ao homem, na medida em que ele se alimenta. Seu objetivo é zelar pela conservação dos homens, por meio da melhor alimentação possível. Ela atinge esse objetivo dirigindo, mediante princípios seguros, todos os que pesquisam, fornecem ou preparam as coisas que podem se converter em alimentos abrangendo os produtores, os cozinheiros e seja qual for o título ou a qualificação sob a qual se disfarçam suas tarefas de preparar alimentos. O assunto material da gastronomia é tudo o que pode ser comido; seu objetivo direto, a conservação dos indivíduos; e seus meios de execução, a cultura que produz, o comércio que troca, a indústria que prepara e a experiência que inventa os meios de dispor tudo para o melhor uso (BRILLAT-SAVARIN, 1995, p. 57).

A passagem supracitada constitui-se em uma forte referência quando se trata de gastronomia. Antes de iniciarmos um debate sobre as dinâmicas na gastronomia brasileira e seus novos caminhos, optamos por dissertar brevemente sobre as relações estabelecidas com as cozinhas regionais. Assim, precisamos conceituar gastronomia para que possamos compreender as novas dinâmicas atuais envolvendo a temática.

Ao ficarmos atentos às falas da mídia especializada em gastronomia e comida em geral, notamos que as noções se confundem. Os termos são utilizados como sinônimos ou sem qualquer critério mais profundo. De fato, há uma transversalidade entre as noções de cozinha e gastronomia, no entanto, em recorrentes ocasiões, não conseguimos discernir seus limites, dado que aquelas noções se fundem no discurso atual.

Assim,

Gastronomia não é uma palavra nova e ficou muito associada à Brillat-Savarin devido ao seu livro *A Fisiologia do Gosto* (1995), no qual detalhou o conceito a partir de uma concepção do que seria comer e beber apropriadamente. Em jornais, revistas, meio virtual é uma palavra que circula como referência de tudo aquilo que engloba restaurantes, produtos, receitas, chefs de cozinha etc. É também um conceito que está associado à ideia de distinção, por vezes entendida como uma evolução, mas antes de tudo um produto cultural com uma trajetória específica e uma dinâmica particular. (...) Nesse sentido, a gastronomia entra em cena como um instrumento para pensar o comer contemporâneo e permite acessar diferentes expressões de cozinhas. Estas, por sua vez, são aqui entendidas como modelos privilegiados para pensar a formação de identidades e capazes de expor relações sociais, culturais e econômicas de diferentes instâncias (COLLAÇO, 2013, p. 204).

Precisamos ir além da ideia simplista de cozinha, enquanto expressão da cultura de uma sociedade, e acentuar a noção de pertencimento, em um território a

fim de enriquecer as interações em suas diferentes instâncias espaciais que ocorreram ao longo das décadas, reconhecendo suas particularidades.

Mesmo com temporalidades definidas, o território tem se tornado fonte de referência quando o assunto se remete à formação de “cozinhas”. Maciel (2004) levanta a noção de cozinha enquanto formas culturalmente estabelecidas de se alimentar dotadas de codificação e reconhecimento social contidas dentro de um sistema alimentar territorializado. Este conjunto de técnicas, hábitos e comportamentos relativos à alimentação, incluindo aí a culinária, refere-se às maneiras de fazer o alimento transformando-o em comida.

A comida pode marcar um território, um lugar, servindo como marcador de identidade ligado à uma rede de significados. Podemos assim falar em "cozinhas" de um ponto de vista "territorial", associadas a uma nação, território ou região, tal como a "cozinha chinesa", a "cozinha baiana", ou a "cozinha mediterrânea", indicando locais de ocorrência de sistemas alimentares delimitados. (...) A questão de delimitar espacialmente uma cozinha não é tão simples como pode parecer a uma primeira vista. Além das fronteiras geográficas (os "suportes físicos"), ela implica nos significados que são dados a certos pratos que a vão caracterizar (MACIEL, 2001, p. 151).

Nos dias de hoje, o reconhecimento do território por meio de suas comidas típicas é algo tão banal, que nos parece “natural”. Evidentemente, a elaboração de “pratos típicos” produzidos com base nos recursos locais sempre existiram, contudo, Montanari (2008), nos chama a olhar a territorialidade como um dado positivo e recente. As relações entre a gastronomia e o território são multifacetadas, influenciando a constituição da identidade territorial.

A constituição de uma cozinha típica, segundo Maciel (2001, p.152),

vai assim mais longe do que uma lista de pratos que remetem ao "pitoresco", mas implica no sentido destas práticas associadas ao pertencimento. Nem sempre o prato considerado "típico", aquele que é selecionado e escolhido para ser o emblema alimentar da região é aquele de uso mais cotidiano. Ele pode, sim, representar o modo pelo qual as pessoas querem ser vistas e reconhecidas.

O modo pelo qual representamos o espaço possui profundas implicações na maneira como agimos em relação a ele como afirma Harvey (1992). Notadamente, há uma multiplicidade de representações do território gastronômico brasileiro, as quais são carregadas de significados e simbolismos, abrangendo um leque de possibilidades de mapeamento possíveis, não havendo um certo ou errado, apenas o mais adequado ao discurso que se quer passar.

Dentre as representações mais conhecidas, encontramos três formas diferentes de mapear as cozinhas regionais brasileiras. A primeira delas mais clássica dentro das regionalizações do Brasil: a divisão sócio-política estabelecida pelo IBGE; a segunda partindo dos biomas brasileiros tendo como foco a biodiversidade natural brasileira; e a terceira forma de regionalizar considera ingredientes basilares dentro de uma determinada área, obtendo um mapeamento contendo manchas zonais por ingredientes.

De fato, as macrorregiões administrativas do Brasil não conseguem contemplar a diversidade regional gastronômica existente. Tal regionalização utiliza os limites estaduais como parâmetro, sendo cada região seria um conjunto de estados da federação. Assim, acreditamos que a regionalização do Brasil não se encerra em um mapa culinário baseado em cinco dos pratos típicos, como vemos ser propagado pela mídia quando se fala em culinária nacional. Sabidamente, a Feijoada completa no Sudeste, o Churrasco de fogo de chão no Sul, a Carne de Sol com macaxeira e baião de dois ou acarajé no Nordeste, o arroz com Pequi e peixes de Rio no Centro-Oeste e o Pato no Tucupi do Norte, são de fato pratos representativos, contudo, a culinária brasileira é muito maior que eles.

Dessa forma, as especificidades existentes dentro das regiões são perdidas, devido à algumas peculiaridades que não respeitam tais delimitações. Sabidamente, notamos diferenças marcante entre culinária do litoral e do interior de uma mesma região, assim como também encontramos singularidades em regiões ocupadas imigrantes, por exemplo.

Para evitarmos tais distorções, precisamos compreender a região não enquanto uma simples construção intelectual de cunho metodológico, que pode ser estabelecida pelo pesquisador. Nem mesmo pela delimitação a partir do conceito clássico vidaliano da geografia tradicional francesa, na qual a região aparece inscrita na morfologia, guardando semelhanças culturais significativas que delimitam uma área, sendo a cultura alimentar parte do gênero de vida da sociedade.

Concordamos com Haesbaert (2014, p.40 e 42) quando este afirma que a

região pode ser considerada como um instrumento analítico e recurso metodológico, mas que não identifica recortes espaciais de qualquer gênero, buscando o reconhecimento de coesão ou coerências espaciais (ora mais material, ora mais simbólico) capazes de manifestar, pelo menos em parte, o efetivo jogo das dinâmicas sociais que produzem uma determinada articulação diferenciada do espaço. (...) A região como categoria de análise da geografia é um conceito amplo que problematiza a diferenciação espacial que pode seguir o princípio da uniformidade interna

no caso do predomínio da lógica zonal quanto da coesão funcional ou simbólica, no caso do predomínio da lógica reticular.

Neste contexto, a ideia de agregar os elementos das cozinhas regionais através de uma coesão simbólica nos parece instigante. Esta lógica foi proposta por Freyre ainda na década de 1950 em artigo para o Diário de Pernambuco. O autor tinha a intenção de desenvolver um mapa culinário para o Brasil, em um diálogo claro com Castro (1984), como evidenciamos no trecho a seguir.

Venho há anos, tentando organizar um mapa culinário do Brasil em que se exprima uma geografia, não da fome, mas da velha e autêntica glutoneria brasileira. Que entre nós existe glutoneria, sem deixar de haver fome. Existe a arte da boa cozinha, sem deixar de haver falta ou escassez de carne sangrenta, legume verde e até peixe fresco, para serem cozinhados de gostosas maneiras tradicionais e regionais. (...) Um mapa do Brasil fixando as principais especializações regionais da cozinha nacional, começaria com o sarapatel de tartaruga do Amazonas e a sopa de castanha do Pará: o Pará do açaí. Mas não pararia no açaí. Não ficaria no Pará. Viria até o churrasco sangrento do Rio Grande do Sul acompanhado de mate amargo. Incluiria o “barreado” paranaense. O lombo de porco mineiro. O vatapá baiano. O cuscuz paulista. O sururu alagoano. A fritada de caranguejo paraibana. O arroz de cuxá maranhense. O quibebe do Rio Grande do Norte. A paçoca cearense. O pitu pernambucano”.(FREYRE, Mapa Culinário do Brasil in Diário de Pernambuco, anos 1950)

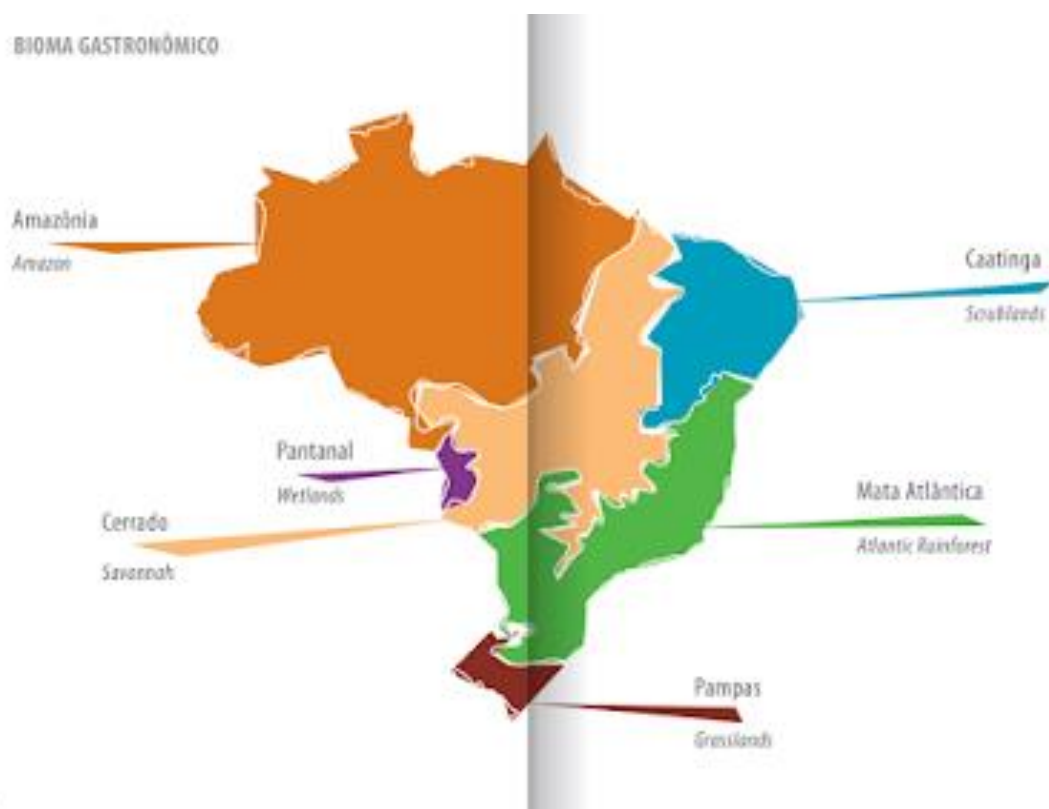
Observamos, a partir das palavras de Freyre, uma certo vanguardismo em suas colocações, as quais são de uma atualidade ímpar. Lody (2015) resgata este artigo e faz a seguinte ressalva

As questões apresentadas por Gilberto Freyre, nos anos 1950, na busca por um mapa culinário do Brasil, é na sua essencialidade uma busca por um entendimento de território, de práticas sociais, de conhecimentos culinários ungidos de técnicas, utensílios, estética; e dos momentos à mesa. (...) Em pleno século XXI, o desejo de Gilberto ainda é contemporâneo. O autor vê a diversidade, e busca por um verdadeiro mapa que seja tão amplo quanto possível de diferentes bases étnicas, para desta maneira entender que os sistemas alimentares também são plurais e representam a variedade do que é a comida, ou o que é o “comer à brasileira”. (LODY, 2015, p. 2)

Além da divisão sócio-política oficial, o Ministério da Cultura publicou um livreto em 2014 intitulado Aromas, Cores e Sabores do Brasil, sobre a culinária brasileira e os biomas gastronômicos, cuja regionalização é feita de acordo com os conjuntos de ecossistemas constituídos por uma comunidade biológica com características semelhantes. São reconhecidos seis biomas: Amazônia, Caatinga, Cerrado, Mata Atlântica, Pantanal e Pampas. Apresentamos a figura 1, a seguir, que retrata uma espacialização divulgada pela publicação do Ministério da Cultura.

A justificativa se baseia na ideia de que da mesma forma que os biomas naturais influenciam as paisagens e a diversidade de fauna e flora, esses mesmos biomas tem características marcantes que influenciam a gastronomia do Brasil.

Figura 1: Biomas Gastronômicos do Brasil



Fonte: Ministério da Cultura, 2014

Os biomas tem limites próprios que não seguem os limites das regiões oficiais brasileiras, sendo uma representação menos rígida diante dos limites administrativos oficiais. Não podemos deixar de traçar um paralelo entre os biomas e os domínios morfoclimáticos, classificados pelo geógrafo Aziz Ab'Saber (2003), quando este define os 6 domínios brasileiros de acordo com o relevo, clima e vegetação intercalados por áreas de transição que seriam, de acordo com o autor, espaços que ocorrem entre os domínios de paisagem, apresentando combinações diferentes de relevo e clima. Tal qual os biomas, esta classificação não é rígida quanto aos limites oficiais das regiões formalizadas. Os domínios são o amazônico, o cerrado, os mares de morros, a caatinga, araucárias e pradarias.

Ao cruzar essas representações com a regionalização oficial, observamos que o bioma do Cerrado, por exemplo, abarca partes de diversos estados e parte de pelo menos 3 regiões: Nordeste, Centro- Oeste e Sudeste, assim como o bioma da Mata Atlântica inclui partes do sul, sudeste e nordeste.

Alguns chefs renomados tem utilizado essa orientação em seus trabalhos. Há em um projeto em parceria com a prefeitura de São Paulo onde a equipe do chef Alex Atala gerencia quatro boxes no Mercado Municipal Paulista, organizando a disposição dos alimentos de acordo com os biomas brasileiros. Sua justificativa seria trazer a luz a rica biodiversidade do Brasil que se traduz em um leque de ingredientes, repletos de aromas e sabores desconhecidos de grande parte de nossa população.

Podemos exemplificar aqui alguns ingredientes de uso popular que representa cada bioma gastronômico. O bioma da Amazônia tem sua representação gastronômica calcada nos ingredientes extraídos da floresta tropical úmida. As castanhas, os peixes de rio, o açaí e a mandioca são a base da alimentação da população local.

Do Bioma da Caatinga, predominantemente no nordeste do país, surgem ingredientes próprios da aridez. Frutos de árvores espinhosas, mandioca e carnes salgadas seriam a base alimentar. Do Cerrado, o prato mais famoso seria a galinhada com pequi, porém é uma região extensa que abrange muitos ingredientes nativos vindos dos arbustos e árvores baixas.

A Mata Atlântica resgata saberes tradicionais cultivados nas encostas da Serra do Mar. O café, não pode deixar de ser mencionado, tendo em vista seu grande volume de exportação e sua importância na história e na política do país. Nesse bioma, o cacau também se destaca como ingrediente que tem sido resgatado e re-valorizado dentro da nova gastronomia brasileira. Todavia, devemos lembrar que nesse bioma também se localizam os grandes centros urbanos do país que consomem muito do que os outros produzem.

Surgem do Pantanal a possibilidade de consumo da carne do jacaré, além de peixes como o pintado. O arroz de carreteiro tem raízes pantaneiras e dos Pampas. Por sua vez, os pampas tem na erva mate e no churrasco de fogo de chão seu legado.

Entre os estudiosos da gastronomia brasileira esta forma de regionalização gerou certa polêmica. Este conceito de bioma se refere a um conjunto de

ecossistemas de fauna e flora mais ou menos homogêneos no território. Assim, cada bioma apresenta tipos fisionômicos semelhantes de vegetação e vida animal, os mesmos fatores ecológicos e estão estreitamente relacionados às faixas de latitude e condições climáticas dotadas de especificidades locais. A crítica vem justamente no sentido de uma transposição literal do conceito para o mapeamento da culinária brasileira, sem considerar os elementos simbólicos inerentes ao ato de cozinhar e da transformação do alimento em comida. Partindo-se dessa concepção a herança histórica torna-se apenas uma referência. Seria preciso ir além dos ingredientes nativos e pensar as formas de utilização desses ingredientes pelas populações tradicionais para termos uma análise mais completa, sem ignorar a história e os simbolismos locais.

O livro “A Formação da Culinária Brasileira” (2014) questiona os mitos formadores da cozinha nacional e propõe uma divisão regional gastronômica do Brasil que, de alguma forma espelha as novas dinâmicas vividas pela gastronomia nacional no tempo presente.

Nas palavras do autor,

é perfeitamente possível abandonar a divisão sociopolítica de nossa culinária, redesenhando territórios segundo a tipicidade de ingredientes. Nesse novo mapa, a continuidade artificial das regiões do IBGE é substituída por manchas culinárias descontínuas, porém mais úteis ao conhecimento da diversidade alimentar (DORIA, 2014, p.93).

Tal proposição, promove a identificação através de manchas sem vinculação com limites estaduais. Algumas receitas, mesmo sendo genuínas determinadas território, não se encerram nessa área. O autor nos apresenta seis áreas com uma delimitação não rígida, a saber: Culinária Amazônica, Costeira, Recôncavo Baiano, Sertão Setentrional, Sertão Meridional e Caipira. Grosso modo, em sua concepção,

a *Culinária Amazônica* teria como base alimentar a mandioca e seus derivados, como farinhas variadas e tucupi (caldo da mandioca brava), além das frutas, peixes de rio e outros produtos típicos da floresta; a *Culinária da Costa* baseia-se em peixes e frutos do mar, abrangendo o litoral desde o Ceará ao Rio Grande do Sul tendo como ponto de inflexão o Espírito Santo; a *Culinária do Recôncavo Baiano* é marcada pelo uso do azeite de dendê e diversidade de comida de rua; a *Culinária do Sertão Setentrional* é especialmente nordestina, que se formou em paralelo à produção açucareira e teve, como esteio fundamental, o homem livre e pobre, voltado para pecuária; a *Culinária do Sertão Meridional* com extensão ao Centro-Oeste onde é notável a difusão do cuscuz e de outros pratos a base de milho, além da farta utilização de carne; a *Culinária Caipira* que compreende especialmente os Estados de São Paulo e Minas Gerais, além de franjas do Centro-Oeste, calcada no milho, no porco e no frango, bem como em vegetais e legumes da horta com grande assimilação de técnicas portuguesas de preparo (DORIA, 2014, p. 94-95) (Grifo nosso).

Assim, o entendimento de “mapa” deve ganhar uma nova leitura para que, então, possa se tentar compreender as manifestações sociais expressadas por meio da comida. Desenvolvida em conjunto com a organização Brasil a Gosto, essa “regionalização” da culinária buscou espacializar a referida proposição em um mapa, conforme figura 2.

Figura 2: Nova Proposta de Regionalização Culinária



---

Fonte: Instituto Brasil a Gosto.

Observa-se, de acordo com o trecho supracitado e com a figura 2, que esta regionalização apresenta certa especificidade, sobretudo, na relação comida e território. O foco seria a comida, com toda a sua geograficidade e historicidade e, não necessariamente, nos ingredientes dos pratos exclusivamente.

Evidencia-se, na Amazônia, um forte legado indígena nos preparos e nos ingredientes extraídos da floresta. Ressalte-se que as formas tradicionais de cozinhar esses alimentos, que se originam na cultura das tribos indígenas, estão sendo reconhecidas enquanto patrimônio imaterial pelo IPHAN como mencionado no capítulo 1.



A base alimentar pauta-se na mandioca (farinhas, caldos, folhas), peixes de rio, açaí e frutos nativos. Encontra-se muita representatividade no jambu (erva que deixa a boca dormente), no peixe de água doce denominado filhote, no bolinho de pirarucu (peixe que é salgado em processo semelhante ao bacalhau) e nos derivados de mandioca, como o caldo do tucupi, que origina comidas tradicionais como o pato no tucupi e o tacacá. Da mandioca também deriva a maniçoba, um cozido de carnes com as folhas da mandioca. Há de se dizer que um prato muito comum no norte do país é o açaí consumido com peixe e farinha de mandioca. Mesmo sendo uma refeição popular e extremamente presente no cotidiano, esta não conseguiu espaço no centro sul, onde a versão doce e mais congelada do açaí obteve grande sucesso.

Muitos dos ingredientes citados, assim como as castanhas e frutas nativas, estão sendo utilizados em restaurantes de alta gastronomia de São Paulo e Rio de Janeiro por exemplo. Os chefes de cozinha, que se utilizam desses ingredientes, buscam valorizar a relação do ingrediente com a floresta ao criar um novo prato, fazendo com que a territorialidade se mantenha presente.

A cultura do emprego da farinha de mandioca no cotidiano se faz presente na culinária regional, utilizada não somente para a farofa brasileira, consumida em todo o país, mas também em paçocas de carne e outros preparos. A mandioca cozida ou frita, tapiocas e bolos com a iguaria, tornam-se ícones da cozinha da porção nordeste do país.

Por sua vez, a culinária nordestina apresenta territorialidade bem marcada entre litoral e interior, haja vista a formação do território do sertão ter se pautado no homem livre, com poucos recursos, vivendo em pequenas propriedades e focado na pecuária. Ganham força as comidas que possam ser conservadas sem o uso de refrigeração, como a carne de sol e a paçoca de carnes. Vide o uso desses alimentos pelos sertanejos que passam longas temporadas em deslocamento.

Ao contrário do que ocorreu no sertão, no litoral nordestino, onde a ocupação foi pautada em relações de trabalho mais exploratórias e em grandes propriedades, prioriza-se os peixes, os frutos do mar, o caranguejo e aqueles produtos que se revelam mais frescos. Desta forma, como nos orientou o professor Paulo Rogério de Freitas Silva (2018), dificilmente veremos o nordestino do litoral consumindo uma buchada de bode ou o nordestino do sertão, degustando uma lagosta ou caranguejo.

Ao reconhecer o Recôncavo Baiano como uma mancha a parte, dotada de especificidades, há um reconhecimento da especificidade da culinária deste território, com todas as relações de poder e de conflito existentes. Desta forma, o Ofício das baianas do Acarajé é valorizado, assim como a cultura africana é ressignificada, incluindo o candomblé e as comidas oriundas dos negros e escravos.

A culinária da costa, litorânea por excelência, é marcada por peixes e frutos do mar. Nota-se expressiva influência portuguesa em algumas das cidades da costa. Tanto a cidade do Rio de Janeiro como a capital de Santa Catarina, Florianópolis, por exemplo, são encontradas influências dos colonizadores na culinária.

Em consonância, a valorização do modo de viver caipira, evoca ações do cotidiano do interior do Brasil, normalmente subvalorizado. A culinária paulista do interior e a mineira se fundem e, desse caldo, teria surgido a cozinha caipira. A culinária caipira tem seu foco no milho, com pratos como a pamonha, cuscuz, angu ou no bolo de fubá com café. Os feijões, o frango e, sobretudo, a carne de porco. Quem não identifica, no senso comum, linguças, lombos de porco assado e torresmo, ou mesmo, o uso da banha de porco para frituras ou massas de tortas, como tipicamente caipira?

Como apontado, a culinária meridional, também por conta da atividade pecuária, é focada nas carnes. Fogo de chão, churrasco, arroz de carreteiro e chimarrão são facilmente associados ao sul do país. Cabe ponderar a influência da imigração italiana e alemã na produção de vinho, e comidas com trigo como as massas,ucas e bolos. O galetto e a polenta encontram-se presentes, sendo símbolos desse processo de enraizamento no território. O processo de ocupação da terra, a imigração e o avanço da agropecuária para o centro do país condicionam os limites dessa mancha.

Em síntese,

a cultura gastronômica é localizada em determinado espaço geográfico que lhe caracteriza com suas particularidades específicas, físicas, químicas e biológicas, imprimindo sabores que tornam o produto único. Além disso, não respeita fronteiras políticas e vai além do engessamento sanitário que tenta em vão homogeneizar o gosto. Finalmente, ao resultado natural acrescenta-se a bagagem cultural, resultado do escambo secular, processado pela história do lugar (PECCINI, 2013, p. 215).

Sob esta óptica, a gastronomia, poderia ser compreendida, em uma primeira aproximação, enquanto uma reunião de cozinhas regionais em que se inscrevem imaginários sociais distintos, seja popular ou refinados, e mesmo, nas diferentes escalas de ação, quer seja nacional, regional ou local. Assinalamos que também

formam o seu repertório de conhecimentos as práticas de “boas maneiras”, o consumo a produtos diferenciados e a presença de chefes e cozinheiros renomados<sup>6</sup>.

Como bem nos lembra Collaço (2013), para que se possa enriquecer as suas representações é preciso avançar na construção do conceito, não se restringindo a gastronomia unicamente como aperfeiçoamento das refeições ou sua transformação em formas mais refinadas, mas expandindo seus horizontes e explorar a pluralidade de sabores e atos criativos vinculados às práticas cotidianas.

Complementando esta noção, a gastronomia incorpora a

construção do alimento como comida sob bases que pressupõe distinção e que de alguma forma exponha um conhecimento diferenciado pela experiência gerada no ato de comer. Pode ser uma refeição em casa ou fora, com alimentos preparados por cozinheiros de renome (os chefs) ou amadores que se aventuram na cozinha a partir de um conhecimento adquirido pelos livros, cursos, programas de televisão; a busca por produtos artesanais, preparos diferenciados, técnicas, viagens, experiências exóticas etc., além de produzir muita informação sobre o tema para expor em redes sociais, encontros, reuniões (COLLAÇO, 2013a, p.206.)

Ressalte-se que a utilização da palavra gastronomia deve ser cuidadosa. Antes reservada para assuntos estritamente específicos, vemos agora uma certa banalização dessa terminologia, provocando um esvaziamento em seu significado. A expressão gourmet, antes vinculada a assuntos relativos a comida, assume significações distintas, sendo aplicada para aspectos da vida cotidiana. Evocando uma espécie de elitização de algo anteriormente comum, o que alguns chamam de "gourmetização" seria esse distanciamento da essência, uma complexificação do ato de comer.

A gastronomia deve envolver o reencontro das pessoas com seu próprio gosto. Ela é sedutora, tem um discurso do comer bem para além cotidiano, podendo ser evidenciada na contraposição entre um desencantamento pela burocratização da vida e um trabalho de reencantamento do mundo.

O prazer da comida, as inovações, transformações, experimentos, que cercam a elaboração do alimento e a transformam numa "arte" podem ser percebidos nos mais diversos povos. Este processo de criar uma “arte” transforma o ato alimentar em profundidade, distanciando-o cada vez mais da simples manutenção do organismo (MACIEL, 2001, p.153).

---

<sup>6</sup> Note-se que há uma diferença fundamental entre chef e cozinheiro. O trabalho do chef inclui em suas atribuições organizar as compras, planejar os menus, organizar o trabalho dos cozinheiros na cozinha, além de ter paladar apurado e criatividade. Enquanto o cozinheiro se preocupa diretamente com o preparo da comida. O cozinheiro liga-se a cozinha regional, pautado num saber de gerações. Para ter seu valor reconhecido um cozinheiro não precisa ser um chef. (FRANCO, 2004).

Enquanto expressão sociocultural, a prática em tela também é influenciada pelas transformações socioeconômicas no âmbito global. Na atualidade, observamos um intenso intercâmbio cultural no campo da alimentação. Cada vez mais as sociedades se influenciam com a troca de produtos e técnicas de trabalho e, por conseguinte, outros hábitos alimentares estão sendo construídos e reconstruídos. Alguns puristas nos dizem que a verdadeira culinária está no passado, e teríamos obrigação de reencontrá-las. Porém, não vemos desta forma, pois acreditamos que esteja em constante modificação. Constatamos, então, que enquanto pesquisa e um campo de estudo, muitas das comidas e técnicas, que hoje utilizamos, foram introduzidas como inovação no passado pelos chefes.

Nessas condições, todas essas mudanças na alimentação cotidiana são parte da dinâmica de transformações sociais, econômicas e culturais mais amplas como vimos ao longo do primeiro capítulo. Montanari (2008, p.153) garante que "a globalização pode enriquecer os sistemas alimentares sem eliminar as diferenças. (...) As identidades, além de serem mutáveis no tempo, são múltiplas".

O processo de industrialização dos alimentos não é algo novo, ao contrário, foi decisivo para o desenvolvimento do processo de conservação dos alimentos. As conservas com sal e açúcar remontam os séculos e a pasteurização do leite foi essencial para o estilo de vida que temos hoje. Porém, notamos uma certa exacerbação nesse âmbito. Os produtos alimentícios ultra processados são promovidos a alimentos essenciais na alimentação básica, subvertendo os valores da alimentação mais saudável. Mascaram-se técnicas tradicionais e perde-se autenticidade.

Observa-se uma tendência a um processo de homogeneização dos gostos, influenciado pelas imposições mercadológicas nos rumos da indústria alimentícia. Porém, nos dias de hoje, nota-se uma expansão de redes que vendem comidas rápidas e de comida de rua nas últimas décadas no Brasil. Alimentar-se fora de casa se tornou rotina na vida dos brasileiros que utilizam como opção de alimentação restaurantes com comida pronta, pratos feitos ou lanches rápidos, sendo uma ameaça a culinária tradicional e descaracterização dos hábitos culinários à mesa.

No modo de vida urbano a gastronomia conquistou seu lugar. Em decorrência de novas demandas geradas pela consolidação do espaço urbano, vemos uma certa imposição a adequação da vida cotidiana segundo algumas condições disponíveis nas quais o tempo disponível para uma refeição, o quanto se pretende gastar, os

locais disponíveis para se alimentar, dentre outras variáveis, são fatores preponderantes no ato da tomada de decisão. Algumas soluções criativas são prontamente capitalizadas pela indústria e comércio, apresentando rapidamente alternativas que satisfaçam às exigências inerentes às condições urbanas. Em decorrência, criam-se novas modalidades na forma de comer, o que certamente contribui para mudanças no consumo alimentar. As questões o que comer, como comer e onde comer? ganham relevância neste contexto.

Tal discurso foi exemplificado por Gilberto Freyre na máxima “uma cozinha em crise significa uma civilização inteira em perigo: o perigo de descaracterizar-se” (FREYRE, 1967, p. 61). Alguns apontamentos de Freyre, em seus estudos mais tardios, podem contribuir para a crítica dos restaurantes fast food e do self-service como, por exemplo, sua atenção aos efeitos da dieta sobre a saúde favorece a crítica da dieta hipercalórica ianque, responsável por obesidade, problemas circulatórios e cardíacos; e seu ativismo regionalista que oferece argumentos para pensar o sucesso e a proliferação de restaurantes de comida regional, especialmente nas capitais brasileiras.

Temos que levar em conta que a gastronomia é obrigada a lidar com uma certa nostalgia de um passado ideal. Esses símbolos são revalorizados e, em alguns casos, reinventados para atender aos interesses econômicos, como ocorre em lugares que se tornam atrativos turísticos pela sua culinária, as vezes não mais autêntica. Assim, pode-se dizer que há na sociedade contemporânea os restaurantes “estrelados”, em uma referência a classificação dos guias de viagem, ganham o significado de um lugar de prazer físico e transcendental.

Se por um lado observamos a massificação pela indústria dos alimentos, por outro, revela-se um regaste das cozinhas regionais e dos ingredientes nativos e a revalorização de técnicas ancestrais por alguns chefes de cozinha. A tendência é que as cozinhas regionais sejam redescobertas e revalorizadas. Abre-se as seguintes questões: revalorizada por quem? E quais condições?

O chef catalão Ferran Adrià revolucionou a culinária com seu discurso criativo, utilizando técnicas não convencionais, rompendo com regras e inaugurando um novo tempo para alta gastronomia. Sua proposta inspirou novos chefes de cozinha no mundo inteiro. Em seu notável restaurante, o chefe oferecia experiências sensoriais na forma de menus gastronômicos, fato que revolucionou a cozinha mundial.

Em geral, vemos esse movimento se manifestar na dita “alta cozinha” que se caracteriza pela seletividade, distinção, para utilizar a terminologia de Bourdieu, e por uma forma de diferenciação socioeconômica, sendo expressão de status social.

No entanto, Petrini (2009) afirma, justamente, que a simplicidade deve ser valorizada e a culinária local revivida, resgatada pela gastronomia.

Existem eventos que mostram a forma pela qual os desfechos da história podem fugir aos padrões econômicos vigentes e criam soluções que condizem com as condições que são apresentadas, ou seja, as cozinhas ditas tradicionais não desaparecem em função do fenômeno da globalização e até permitem explorar meios de sobrevivência para pequenas comunidades, que por sua vez implica em aspectos políticos (COLLAÇO, 2009,p. 208).

Este foi o caso do movimento *slow food* que surgiu em resposta a instalação de um gigante do ramo alimentício de comida rápida em uma praça importante no centro histórico de Roma. Em contraposição ao *fast food* e a todo o contexto implícito que o termo conserva, o movimento *Slow Food* foi fundado na Itália por Carlos Petrini na década de 1980, visando a valorização da comida, através de uma melhoria na qualidade das refeições e, na outra ponta, uma produção de alimentos valorizando os produtores locais e com práticas mais sustentáveis. Tendo como lema o bom, o limpo, tal movimento tomou proporções políticas inimagináveis à época de sua criação. Seu objetivo primordial era preconizar a defesa da boa comida, o prazer gastronômico e um ritmo de vida mais lento. Crítico de uma sociedade crescentemente consumista, Petrini (2009) vê a gastronomia enquanto uma ferramenta de ação política, de resistência e de luta .

Em três décadas de existência, o movimento tornou-se uma associação internacional sem fins lucrativos, contando com mais cem mil membros em todo o mundo e tendo apoiadores ao redor do mundo. Além da Itália e alguns países europeus, há escritórios representantes nos Estados Unidos e no Japão.

Como experiência internacional em associação com o Slow Food, encontramos o exemplo da rede italiana Eataly, em que o primeiro empório Eataly foi aberto em Turim em 2007, após sua idealização ao longo de três anos. Aplicando os preceitos do movimento, a ideia vai além da venda de produtos de alta qualidade proveniente de produtores locais. O empório também hospeda uma escola de culinária, um restaurante, pequenos stands de comidas divididos por temas, uma livraria especializada em títulos de gastronomia e uma grande sala de leitura. Em função do sucesso do empreendimento, houve, inicialmente, a expansão do modelo

para outras cidades da Itália como Roma, Milão, Florença e Bolonha e, posteriormente, a cadeia expandiu-se internacionalmente, abrigoando uma filial na cidade de São Paulo, a qual foi aberta em 2015<sup>7</sup>.

A sua importância para a gastronomia reside em tornar a sua visita ao Eataly uma experiência gastronômica. Os cheiros de pão, pizza ou café permeiam as lojas, assim como se pode provar os vinhos, doces, azeites e outras iguarias. Esse novo conceito de loja lançado é hoje um sucesso mundial atraindo turistas em busca dessas experiências<sup>8</sup>.

O slow food enquanto organização chegou ao Brasil por volta dos anos 2000. Grosso modo, a organização articula relações com os produtores rurais locais, faz campanhas para proteger alimentos tradicionais, organiza degustações e palestras e encoraja os chefs a usar alimentos regionais.

Em 2001, a Academia Brasileira de Gastronomia é fundada, tendo como propósito difundir o conhecimento gastronômico e defender a cultura brasileira. Entre suas bandeiras atuais estão o mapa de indicações geográficas no país e a inclusão da gastronomia como disciplina optativa no currículo escolar. A academia quer estar viva, preservando e promovendo o patrimônio cultural gastronômico.

O Brasil apresenta uma complexa e rica culinária nacional, reconhecida mundo afora por sua inventividade e inovação. Alguns chefes de cozinha especializados em gastronomia brasileira estão se utilizando deste ideário e das premissas anteriormente descritas para criar receitas e montar os cardápios de seus restaurantes. Este é o caso do Instituto Brasil a Gosto, que postula que o patrimônio cultural alimentar do Brasil vai além das mesas dos restaurantes, mas na mesa do brasileiro. A chef Ana Luiza Trajano é a responsável pelo projeto, em que preconiza a valorização dos ingredientes e dos produtores região por região<sup>9</sup>.

Neste mesmo contexto, explicita-se iniciativas como a de Atala, um dos mais renomados chefs da atualidade, que inaugurou o Instituto Até em 2013, onde pretende lançar projetos com a finalidade de valorização de ingredientes brasileiros.

---

<sup>7</sup> De acordo com dados institucionais, disponíveis em seu endereço eletrônico, há cerca de 35 lojas em 8 países, sendo 16 na própria Itália, 1 na Alemanha, 2 nos Estados Unidos (Nova York e Chicago), 1 em Dubai, 1 em Istambul, 11 no Japão, 2 na Coreia do Sul e 1 no Brasil (São Paulo). Em 2017 foi inaugurado o FICO Eataly Bolonha, de dimensões gigantescas com a pretensão de ser um parque de diversões gastronômico.

<sup>8</sup> O conceito de turismo gastronômico e turismo de experiências serão abordados no capítulo 3.

<sup>9</sup> Mais informações sobre o projeto encontram-se disponíveis em <http://brasilagosto.org>. Acessado em 2018.

Dentre os projetos em andamento destaca-se o projeto denominado “Retratos do Gosto”, que tem por objetivo a valorização dos produtores, a pesquisa de novos ingredientes e a regulamentação de alguns produtos já usados informalmente como alguns tipos de pimentas, baunilha do cerrado ou mel de abelhas nativas do Brasil<sup>10</sup>.

O autor italiano Montanari (2008), faz uma análise instigante a esse respeito. Hoje, o consumo de inúmeros gêneros alimentícios produzidos no exterior é consideravelmente mais acessível do que há alguns anos atrás. Junto com os preços, bem nos lembra o autor, caem também as imagens de prestígio que acompanhavam estes produtos. Assim, é o local, “longamente desonrado”, que tem se tornado representativo do que orgulha e diferencia os grupos mais abastados da sociedade. Esse reencontro com a cultura culinária nacional seria, portanto, relativamente recente. O movimento da emergência das cozinhas regionais associada a uma mudança nas suas representações, partindo de um incremento das ações culturais locais, promove mudança na percepção e valorização das decisões locais.

No Brasil, assim como outros países de herança colonial, não houve um processo de construção de símbolos culinários que reunisse toda a população em torno de uma ementa de pratos única. A cozinhas regionais tinham um apelo mais popular e ficaram mais restritas ao seu território. Por outro lado, as elites nacionais não eram afeitas a uma aproximação com a população para que não fossem confundidas com os nativos, havendo sempre um ar de distinção e tendo suas referências ancoradas na da tradição francesa, por exemplo. Movimento contrário ocorreu na formação da culinária francesa que foi reunida em torno de alguns pratos comuns criando um símbolo identitário, caracterizando-se enquanto patrimônio nacional.

Com efeito, as elites brasileiras das grandes metrópoles foram muito influenciadas, simultaneamente, pela cozinha internacional francesa e pela cozinha dos imigrantes, principalmente italiana no caso da cidade de São Paulo. A cozinha

---

<sup>10</sup> Em declaração no endereço eletrônico do Instituto Atá, o chef afirma: “Resolvi criar um instituto para estruturar as cadeias e ir em busca de ingredientes de uma cozinha, que não fosse somente boa de comer, mas fosse saudável para quem faz, para quem come e para quem produz”. Disponível em <http://www.institutoata.org.br/pt-br/home.php> Acessado em 2018.



multiétnica, advinda dos imigrantes, avançou pela cidade especialmente no período após Segunda Guerra Mundial e encontra-se consolidada<sup>11</sup>.

São Paulo é singular em seu cosmopolitismo e na dimensão que sua culinária acabou por adquirir, por obra e graça do gigantismo metropolitano, que levou a cidade a perder os vínculos com qualquer cozinha regional própria (caipira ou caiçara) e deu livre curso a vários estilos de comer entre seus habitantes. Houve de maneira involuntária, a perda dos enraizamentos étnicos na culinária brasileira, à medida que a cidade passou a oferecer várias outras opções já distantes dos sentimentos que ancoravam os genuínos pratos nacionais. Acresce que não raro, quando um paulistano olha para trás, para a cozinha das avós, ele vê a tradição japonesa, italiana, árabe, espanhola e assim por diante (DÓRIA, 2014, p.226).

Ressalte-se que a migração interna, particularmente a nordestina, evidencia as diferenças imanentes das cozinhas regionais, particularmente no contexto de São Paulo e Rio de Janeiro, onde foram criados núcleos em que se pode vivenciar a cultura gastronômica nordestina como o Centro de Tradições Nordestinas na zona norte de São Paulo e o Centro Luiz Gonzaga de Tradições Nordestinas estabelecido em São Cristóvão no Rio de Janeiro. De fato, as manifestações culturais envolvendo música e gastronomia detém a maior parte do público que frequenta o local.

Entre as inúmeras formas de pensar a cozinha local, Revel (1996) enfatiza que não haveria cozinhas nacionais, mas que a célula gastronômica seria a região e não a nação. O autor nos alerta para o fato de que alguns pratos regionais podem "viajar" se adequando perfeitamente em outras culturas, contudo, existem outros elementos da culinária que são refratários a toda e qualquer mudança.

Neste âmbito, consideramos que a existência de uma cozinha nacional integrada é falaciosa na medida em que se apresenta como um conjunto de cozinhas regionais isoladas e deixa de lado a geografia dos ingredientes, ou melhor, não considera como os ingredientes se distribuem no espaço.

Em acordo, Peccini (2013, p.216) argumenta que

o reconhecimento que a riqueza de um país está, sobretudo na sua diversidade, nas suas inúmeras formas de expressar-se e nos regionalismos. No Brasil, país com dimensões continentais, ainda encontramos dificuldades em salvar as nossas características regionais. Primeiro, porque não conhecemos as nossas características suficientemente. Em segundo lugar, porque a legislação ainda não dialoga com as necessidades de salvaguarda do patrimônio alimentar.

---

<sup>11</sup> A autora Janine Collaço possui diversos estudos sobre a temática da imigração e gastronomia na cidade de São Paulo.

Esta noção da gastronomia enquanto patrimônio só foi incorporada ao discurso recentemente com a inserção de alguns ofícios e formas de preparo tradicionais na lista de patrimônio imaterial do IPHAN<sup>12</sup>. No Brasil ainda estamos caminhando a passos lentos no que tange ao desenvolvimento de regras para normatização de preparo de determinado prato típico, vinho ou ingrediente, ao contrário dos países europeus, que oferece selos e incentivos para aqueles que produzem estritamente de acordo com as tradições.

Os movimentos de reconhecimento patrimonial dos saberes e práticas relativos à culinária brasileira estão crescendo, havendo iniciativas de regulamentação como aqueles inscritos no livros dos saberes do IPHAN, e criação do selo de indicação de procedência e denominação de origem como no caso do cacau da Bahia e do vinho do Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul, por exemplo.

Neste contexto de recrudescimento da culinária nacional, multiplicam-se, nas metrópoles, restaurantes de cozinha brasileira em uma celebração da culinária nacional a partir de chefes inovadores que, dependendo unicamente do seu talento, sem grandes incentivos, buscam valorizar a gastronomia brasileira.

Ao conferirem marca pessoal a esse esforço, vão desenhando estratégias de renovação. A característica desse esforço é a diversidade das soluções adotadas: escolha de matérias-primas, técnicas utilizadas, soluções estéticas no prato e também na ambientação do restaurante. Essas diferenças configuram estilizações na maneira de apresentação da comida que deriva da culinária tradicional, mas mantendo sempre o vínculo que permite a legibilidade brasileira. (...) São veredas que alguns chefes vão abrindo em meio ao cipoal da tradição, fazendo-o de uma maneira que parece mesmo criar um estilo. O importante é que os chefes, ao construírem seus caminhos, conferem às formas históricas um conceito, elaborado segundo um novo entendimento da cozinha brasileira. (DÓRIA, 2014, p. 227).

No presente momento, observamos algumas iniciativas de criar uma gastronomia nacional dotada de unicidade e de coerência interna, em um movimento que está sendo denominado de Nova Gastronomia Brasileira. Tais tentativas se valem das técnicas desenvolvidas por chefes profissionais na tentativa de criar uma ementa de receitas comum. Surgem, daí, novos pratos representativos da culinária nacional, utilizando-se para tanto de ingredientes locais nativos, mas que, muitas vezes, parecem exóticos aos olhos do grande público, que, por se concentrar nos centros urbanos, desconhecem os próprios ingredientes nativos de seu país.

---

<sup>12</sup> Discutimos com maior profundidade essa questão no item 1.2 do capítulo 1 desta tese.

Estas iniciativas estão rendendo frutos e aqueles restaurantes com foco em culinária brasileira e com ditos chefes renomados advogando a favor das cozinhas regionais, que misturam a culinária tradicional com técnicas de preparo modernas, têm recebido crescente reconhecimento internacional.

Considerada, na atualidade, uma das premiações mais importantes, os críticos de gastronomia costumam ressaltar o valor dessa lista para discriminar os graus de influência da culinária praticada nos restaurantes. O ano de 2012 marcou a entrada de três restaurantes brasileiros na renomada premiação internacional denominada The World's 50th Best Restaurants<sup>13</sup>, nos quais foram premiados o DOM e o Maní, em São Paulo; Roberta Sudbrack<sup>14</sup>, no Rio de Janeiro. Na premiação de 2018, o DOM ficou em 30º lugar e outros 3 restaurantes brasileiros ficaram na lista do 100 melhores, dentre os quais os paulistas Mani e Casa do Porco e o carioca Lasai. O restaurante Oro teve uma menção de destaque, mas não entrou na premiação.

Na América Latina se destacam os restaurantes peruanos que galgam as melhores posições. Considerando que está ocorrendo uma espécie de ranqueamento das cidades pela classificação de seus restaurantes nestas premiações, evidencia-se uma apropriação desses elementos pelas práticas de marketing urbano para atração de investimentos econômicos e estímulo ao turismo.

Neste sentido, há uma tendência mundial de resgate e valorização da gastronomia enquanto patrimônio cultural. Através de uma análise histórica dessas premiações, constatamos que a gastronomia da América está se reconstruindo por meio do reconhecimento de sistemas alimentares tradicionais como, por exemplo, a exaltação da gastronomia peruana contemporânea e o surgimento de uma nova gastronomia mexicana, a qual vem surpreendendo o mundo, rumando para além dos estereótipos. Juntamente com estes movimentos de base comercial e midiática, o mundo também quer reencontrar suas bases, identitárias, suas alteridades.

Voltando ao cenário brasileiro em 2015, o Guia Michelin<sup>15</sup>, famoso por seus critérios rígidos de julgamento, classificou restaurantes de São Paulo e Rio de Janeiro. Em 2018, dezoito restaurantes receberam estrelas, dentre os quais estão o Dom de Atala e o Oro de Felipe Bronze com duas estrelas. A importância dos guias

---

<sup>13</sup> Informações na página oficial <https://www.theworlds50best.com/list/1-50-winners>. Acesso em 2018.

<sup>14</sup> A chef decidiu fechar o restaurante e partir para novas experiências.

<sup>15</sup> Maiores informações sobre premiação estão disponíveis em seu endereço eletrônico. <https://www.viamichelin.pt/web/Restaurantes/Restaurantes-Brasil>

de viagem, mais especificamente, do guia Michelin e sua influência para a formação do turismo gastronômico é explorada mais aprofundadamente no segundo item do capítulo terceiro.

Notadamente, existe hoje um crescente entusiasmo no cenário gastronômico brasileiro, principalmente entre chefs e na imprensa especializada em São Paulo e Rio de Janeiro, por causa dos prêmios obtidos por alguns cozinheiros em eventos internacionais e pela aceitação crescente do que se convencionou chamar de nova gastronomia brasileira (DÓRIA, 2014, p. 233).

Por fim, recorreremos a um trecho em que Collaço (2013a, p. 203) resume o que a gastronomia hoje representa no contexto nacional.

a gastronomia representa a dualidade de um processo em que se reafirma condições do passado (influência das três etnias) para falar sobre uma identidade presente e se projeta no futuro (cozinha feita com autonomia e com ingredientes autóctones) para se diferenciar e mostrar seu progresso.

Neste sentido, o turismo gastronômico no cenário contemporâneo nacional se expressa pela dualidade, representada pelo resgate das tradições culinárias, da memória e da territorialização e, simultaneamente, pela busca por inovações, pela diferenciação e pela construção de um novo movimento, com bases em ideais mais sustentáveis, que esta interconectado com a lógica dos territórios-rede.

Isto posto, no terceiro capítulo, abordaremos a problemática do turismo gastronômico no contexto brasileiro, pensando nos elementos que caracterizam esta atividade a partir das práticas que envolvem as experiências gastronômicas e as viagens. Por isso, é nossa intenção compreender como o conceito de turismo gastronômico vem sendo debatido no contexto aqui analisado, apontando algumas iniciativas já consolidadas na atualidade.

## CAPÍTULO 3

### TURISMO GASTRONÔMICO NO CENÁRIO COTEMPORÂNEO

---

Exatamente como a linguagem, a cozinha contém e expressa a cultura de quem a pratica, é depositária das tradições e das identidades de grupo. Constitui, assim, um extraordinário veículo de auto-representação e de comunicação: não apenas é instrumento de identidade cultural, mas talvez seja o primeiro modo para entrar em contato com culturas diversas, já que consumir o alimento alheio parece mais fácil – mesmo que apenas na aparência – do que decodificar-lhe a língua. Bem mais do que a palavra, a comida auxilia na intermediação entre culturas diferentes, abrindo os sistemas culinários a todas as formas de invenções, cruzamentos e contaminações (MONTANARI, 2009, p. 11).

Em conformidade com o que foi discutido pelo italiano Maximo Montanari, no capítulo anterior, nosso entendimento baseia-se no fato de que a comida, vista como cultura, é mais do que qualquer outro elemento, promotor de interação cultural, em parte por conta da facilidade de aproximação com as iguarias da terra. Principalmente, se comparado à linguagem, que, muitas vezes, apresenta-se como uma barreira social, a comida é percebida pelo senso comum como um dos muitos elementos de representação sociocultural.

A gastronomia nacional, através do resgate da cozinha regional, ganha novos contornos em um movimento que vem se denominando de nova gastronomia brasileira, como discutido no capítulo anterior. Assim, o turismo gastronômico amplia sua abrangência ao atrair um segmento de viajantes interessados em estimular seus sentidos através da experimentação da cozinha do local de destino.

A atração de um lugar pode se encontrar majoritariamente na paisagem natural, mas não se restringe a ela. Assim como os museus, monumentos e parques, a gastronomia entrou definitivamente para a lista de atrativos que um turista procura quando está em viagem. A culinária local, atua, em diversas ocasiões, como o principal objetivo da viagem, funcionando como principal fator de atração em um viagem.

As cidades, por excelência, se tornaram lócus da atividade turística, vide o extenso volume de turistas nas grandes metrópoles mundiais. Estas passaram, nos últimos anos, a atrair visitantes também pela sua gastronomia. A mudança na sociedade urbana orienta para a criação de novos hábitos de consumo, agora, não

mais focado, necessariamente, em ter coisas palpáveis. Os objetos de desejo, mais do que nunca, são aquilo que eles representam, seu significado e o status que proporcionam. Passamos da lógica prioritariamente material, em que necessidade de possuir coisas são criadas e estimuladas, para outra, onde o elemento central da necessidade humana é o envolvimento emocional.

A construção de uma lógica, em que o consumo é majoritariamente ditado pelo envolvimento emocional, cria uma dinâmica tal, que, não se pode negar, ser representada pelo pensamento de Baudrillard (2009), explícito em uma frase conhecida do autor: "já não consumimos coisas, mas somente signos". Na década de 1970, em um pensamento de vanguarda, o autor francês, em seu livro *a Sociedade de Consumo*, traz brilho a crítica em relação ao consumismo exacerbado por conta do grande volume da produção capitalista.

O turismo cultural encontra-se em evidência na atualidade e, por conseguinte, aquelas formas de turismo que passam a cultuar as experiências vivenciadas nas viagens, como o turismo gastronômico, vem ganhando cada vez mais espaço dentro desse cenário. Cada vez mais as sensações e experiências vividas na viagem são valorizadas tanto pelo turista quanto pelas empresas que fazem parte do universo do turismo. O trade turístico se apropria desse imaginário criado pelos "vendedores de lugares", sejam através das redes sociais ou das empresas de propaganda, para capitalizar tais experiências.

Por outro lado, identifica-se políticas públicas de valorização do patrimônio imaterial, seja através da patrimonialização de alguns ofícios consagrados, das comidas típicas da cozinha regional ou por meio da criação de áreas de denominação de origem, que permitem um avanço do turismo gastronômico pelo país a partir da criação de várias rotas temáticas, como a rota do vinho no sul do Brasil, rotas cervejeiras no sudeste ou mesmo a rota do chocolate no sul da Bahia.

Notadamente, enquanto a criação de roteiros turísticos voltados para a temática gastronômica no eixo urbano de Rio de Janeiro/São Paulo/Belo Horizonte vislumbra a busca pelos restaurantes de chefs de renome, aulas de gastronomia ou tours em mercados e cervejarias, o enoturismo do Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul, por exemplo, está mais focado no rural e suas particularidades.

Diante disso, as questões que se irrompem neste capítulo seriam: o que nós realmente queremos dizer quando falamos em turismo ou viagens gastronômicas? Quem seria esse turista e quais são as principais iniciativas no território nacional?

Mesmo se tratando de um fenômeno em expansão, ainda existem poucas pesquisas sobre o binômio gastronomia e turismo no Brasil. Buscaremos fugir do seu entendimento mais comum, ou seja, uma visão simplista que apenas vincula a atividade turística a restaurantes de alta gastronomia exclusivos que demandam alto investimento financeiro.

Por isso, nosso objetivo, neste capítulo, está centrado em compreender como o conceito de turismo gastronômico está sendo construído no contexto atual, identificando as principais iniciativas já existentes para a nossa realidade e evidenciando a experiências vividas como um dos elementos motivadores das viagens gastronômicas.

Para tanto, optamos por segmentar este capítulo em três partes. A primeira trata da problemática em torno da conceituação de turismo gastronômico, evidenciando suas principais referências teóricas, assim como identifica um perfil básico do turista que viaja visando a comensalidade. Um segundo momento foi dedicado a compreender o papel dos guias de viagem, sejam eles impressos ou virtuais, enquanto representações que atuam para nortear a prática do turismo no Brasil, particularmente, no que se refere ao ramo gastronômico. A última parte prioriza identificar alguns núcleos em que ocorrem o turismo cultural/gastronômico no país ou estão em vias de organização e as políticas públicas implementadas até então.

### 3.1. Turismo Gastronômico: Reflexões Teóricas

---

O turismo gastronômico emergiu enquanto um tema central face ao turismo de experiências. Ele compreende práticas culturais, a paisagem, o mar, a história do lugar, valores e patrimônio cultural. A comida serve para nos conectar com a terra, nosso patrimônio e com as pessoas ao nosso redor. É um canal dinâmico para compartilhar histórias sobre a formação de relacionamentos e sobre a construção social. Através da combinação da viagem com essas experiências edificantes, o turismo gastronômico pode oferecer a ambos locais e turistas um autêntico sabor do Lugar ("taste of place") (UNWTO, Second Report on Gastronomy Tourism, 2017, p. 14).

A Organização Mundial do Turismo (UNWTO) tem promovido fóruns de debate sobre turismo gastronômico. O último, em sua terceira edição (2017), ocorreu em San Sebastian, berço da culinária basca que vem obtendo destaque no meio gastronômico espanhol. Os resultados obtidos neste fórum de diálogo foi o Segundo Relatório sobre Turismo Gastronômico, no qual se destacam as práticas culturais e as experiências gastronômicas vivenciadas durante as viagens.

Nosso entendimento se baseia na concepção de turismo gastronômico como uma expressão do turismo cultural e, por isso, tal expressão está carregada de significados. Nossa ideia centra-se na premissa de que, no presente momento, o turismo gastronômico está crescendo no Brasil e se tem sua maior expressão nos grandes centros urbanos.

Neste momento, queremos abordar o turismo gastronômico mais do que uma novidade no mercado turístico ou uma curiosidade de viajantes excêntricos. Embora sendo ainda um nicho um tanto seletivo dentro do universo do turismo, a gastronomia vem ganhando espaço na atividade turística mais consolidada através dos roteiros que as agências de viagem começam a criar e oferecer aos clientes. Em função disso, procuramos estabelecer os critérios que conduziram a atual concepção do termo Turismo Gastronômico. Com este objetivo, cabe, neste momento, uma revisão da literatura a respeito do conceito em tela e sobre as atividades que o definem.

Confrontados por uma realidade que incita à reflexão da gastronomia como um bem dinâmico e já não mais tão engessado nos imaginários daqueles que concebiam a sua manutenção nos mesmos moldes de anos passados, o turismo gastronômico surge para mudar o contexto vigente emanando subjetividades intrínsecas à a experiência turística.



A construção do pensamento mais estruturado em torno do fenômeno em tela relacionado a comida começou na década de 1990 com Long (2004), cunhando a expressão “Culinary Tourism” em livro publicado em 1998, cujo título é o próprio conceito. A autora, criadora deste termo, que podemos traduzir livremente por turismo culinário em português, foi precursora dos estudos na área. Em suas palavras,

Turismo culinário é sobre comida como tema e meio, destino e veículo, para o turismo. Trata-se de indivíduos que exploram alimentos novos para si mesmos, bem como o uso de comida para explorar novas culturas e formas de ser. Trata-se ainda de grupos que usam os alimentos para “vender” suas histórias e construir identidades comercializáveis e publicamente atraentes (LONG, 2014, p. 20)<sup>16</sup>.

Em sua proposta, a autora acredita que o turismo culinário seria a arte de experimentar culturas diferentes da sua própria através da comida, que engloba um espectro completo de comportamentos, incluindo apresentação, preparação e consumo de itens alimentares. O turismo culinário consiste em experienciar a comida fora do seu cotidiano e perceber seu poder de representação para percepção das diferenças culturais existentes entre o seu lar e o lugar visitado.

Embora tenha sido a primeira expressão para nomear esta prática turística, o termo "Culinary Tourism" caiu em desuso por ter uma conotação considerada elitista, sendo substituído por "Food Tourism" para os norte-americanos. Fato que não ocorre nas línguas neolatinas, quando a palavra comida adquire um sentido simplório, sendo mais adequado o termo gastronômico. Na medida em que essa problemática foi ganhando relevância, criou-se uma variedade de termos para designar essa prática, contudo, todas elas apresentam conotações similares, podendo ser vistas como sinônimas nos dias de hoje. Na Europa, esta prática é denominada de “Gastronomy Tourism” e nos Estados Unidos de “Food Tourism”, como já explicitamos.

Embora já fosse vista enquanto uma atividade praticada anteriormente, o que mudou foi a medida de importância atribuída à gastronomia durante as viagens, sendo vista, a partir de então, como uma forma de experiência de contato com a diversidade cultural. A experiência turística, por assim dizer, oferece novas formas de perceber os lugares e novas formas de aprimoramento pessoal.

---

<sup>16</sup> Tradução nossa. Trecho original. “Culinary tourism is about food as subject and medium, destination and vehicle, for tourism. It is about individuals exploring food new to them as well as using food to explore new cultures and ways of being. It is about groups using food to “sell” their history and to construct marketable publicly attractive identities, and it is about individuals satisfying curiosity”.

De acordo com Wolf (2001), esse turismo voltado para a comida seria a busca pela diversão e por experiências gastronômicas únicas e memoráveis, quer perto ou longe. O autor esclarece que podemos ser viajantes gastronômicos mesmo em nossas regiões, se nos deslocarmos para comer uma iguaria, visitar, em outra cidade, uma cervejaria, uma vinícola ou uma fábrica de chocolates para ter refeições memoráveis.

A organização World Food Travel (2018), a qual monitora e incentiva as atividades relacionadas ao turismo gastronômico pelo mundo, faz uso da seguinte definição: Turismo gastronômico é o ato de viajar para sentir o sabor do lugar a fim de obter o sentido de um lugar. Optamos por mencionar aqui a definição na língua original com a finalidade de não perder o jogo de palavras aqui utilizado. "Food tourism is the act of traveling for a taste of place in order to get a sense of place".

A entidade parou de nomear o fenômeno como turismo culinário em 2012 após uma pesquisa da mesma indicar que o termo dava uma falsa leitura do conceito, como foi comentado anteriormente e passou a adotar Food Tourism. Para a entidade, este termo abarca uma gama de experiências que permite incluir desde food trucks, a dita "comida de rua" e também bares e gastropubs, de forma que sempre exista uma opção para que turistas com baixo orçamento possam experimentar a comida local. Com este raciocínio, "o ato de viajar para sentir o sabor do lugar" seria, efetivamente, posto em prática.

Se por um lado, Hall e Mitchell (2005) indicam que dentre os principais elementos de estímulos para realizar uma viagem, aqueles relacionados à alimentação apresentam maior potencial motivacional, Richards (2002) é mais específico, quando investiga a comida como um componente essencial para o efetivo exercício da atividade turística e aponta quais seriam os principais fatores motivacionais para compor o conceito de viagens gastronômicas em tempos de globalização. Ambos autores identificam que frequentar escolas de culinária em cursos longos ou curtos, assim como a visita a produção de alimentos como vinhedos ou arrozais, por exemplo, representam uma atividade significativa que seja capaz de criar motivação. Os autores reconhecem que festivais gastronômicos, restaurantes gourmets e locais especiais para a degustação de bebidas típicas, fazem parte das atividades que podem compor o rol de atividades de um viajante gastronômico.

Richards (2002, p. 3) defende que, na medida em que a competitividade entre destinos aumenta, os recursos culturais, dentre os quais a alimentação, se tornam mais importantes como elementos de diferenciação, “não apenas porque a comida é central para a experiência turística, mas também porque a gastronomia se tornou uma fonte significativa para a formação identitária nas sociedades pós-modernas”.

Para Peccini (2013), uma das estudiosas desse binômio turismo e gastronomia no Brasil, por turismo gastronômico entende-se aquele no qual a gastronomia é a principal motivadora do deslocamento. Para a autora, a gastronomia envolve, em sua relação com o turismo, as preocupações de preservação dos patrimônios gastronômicos, assim como a compreensão da orientação das práticas gastronômicas no espaço.

Embora a relação entre alimentação e turismo tenha sido estreita por muitos anos, foi apenas recentemente que houve maior atenção às suas práticas de modo que haja um reconhecimento na área de pesquisa acadêmica de acordo com os dados levantados por Gimenes (2012). As pesquisas sobre esta temática ainda estão em desenvolvimento, notando-se um certo crescimento.

Gimenes (2010, p.196) entende que “as práticas gastronômicas não apenas informam sobre as características de determinado grupo para ‘os de fora’, mas também demarcam significados para os ‘de dentro’”. Assim, seria a partir dos sabores e técnicas culinárias que a gastronomia pode se constituir uma experiência turística.

Para os propósitos desta tese, a concepção mais atual é aquela que compreende o turismo gastronômico enquanto uma prática pautada na exploração de experiências e na sua intencionalidade. É uma tendência dentro do turismo privilegiar a experiência, a vivência, não se encerrando nas atividades voltadas para a alta gastronomia, mas, sobretudo, abrangendo a dinamicidade da vida cotidiana ao incluir mercados centrais de comida, feiras livres e comidas de rua, bem como degustações promovidas por vinícolas, cervejarias e, no caso brasileiro, por alambiques fornecedores de cachaça.

Notamos que a ideia de vivenciar uma experiência encontra-se presente em dentre todas as narrativas analisadas até o presente momento. Este discurso tem na experiência uma expressão chave cada vez mais explorada pelo turismo de forma comercial, sendo um tema de amplo debate para as propostas mais atuais. Essa lógica aplicada ao turismo gastronômico permite pensar que a comida de um lugar,

através das práticas já mencionadas, pode oferecer experiências sensoriais prazerosas que vão além do ato de se alimentar e transcendem a ideia de viagem no sentido mais tradicional, pautada na visita a atrativos turísticos clássicos.

A autora Lucy Long (2004), deixa claro que o turismo pode implicar diferentes tipos de experiência incluindo àquelas alimentares. Em sua concepção, o turismo culinário deve ser o ponto de inflexão entre as experiências pessoais com atos sociais e culturais relativos à comida. Quando uma refeição ou um passeio deixam de ser um serviço prestado para se configurar em uma experiência memorável, que gera emoção e engajamento, vemos se materializar o turismo de experiências.

O mercado turístico tem rotulado essa forma de turismo voltado para valorização da comensalidade como turismo de experiências. Porém, não podemos deixar de mencionar que o uso excessivo dessa terminologia custou uma banalização do termo e um esvaziamento conceitual. Preferimos, portanto, não utilizar essa categoria enquanto instrumento de análise, mas, ao mesmo tempo, não podemos deixar de mencioná-la, dado seu uso disseminado na mídia e mercado do turismo.

Nos dias de hoje, a atividade turística é baseada em um estímulo para decisões mais impulsivas, pautadas nas emoções do turista. Não sendo voltado para atender necessidades, mas para criar desejos, o turismo se caracteriza por ser interativo e mais voltado para atender às demandas e não impor ofertas programadas. A gastronomia emerge como um dos principais elementos da cultura local que podem ser apropriados mais facilmente pelo turismo (RICHARDS, 2014).

O turismo gastronômico, em um primeiro momento, nos pareceu elitista, mas quem estabeleceu as regras que para ser um turista gastronômico precisa-se comer caro ou frequentar restaurantes refinados?

A Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2010, p.10) escreveu que "o turista do novo milênio deseja viajar para destinos onde, mais do que visitar e contemplar, fosse possível também sentir, viver, emocionar-se e ser personagem de sua própria viagem". Tal definição enfatiza a individualidade como agente ativo na construção de significados na experiência turística. O turista contemporâneo carrega características que denotam intencionalidade ao explorar os lugares, os saberes e os sabores do lugar.

Para Long (2004) a definição de turista como uma pessoa que viaja voluntariamente para visitar lugares longe de casa com o propósito de experimentar uma mudança, algo diferente de sua rotina.

A autora dialoga com John Urry (1990) ao afirmar que este desenvolve uma categoria qualitativa de experiência ao trabalhar o olhar do turista.

Não existe um único olhar do turista enquanto tal. Ele varia de acordo com a sociedade, o grupo social e o período histórico. Tais olhares são construídos por meio da diferença. Com isso quero dizer que não existe apenas uma experiência universal verdadeira para todos os turistas, em todas as épocas. Na verdade, o olhar do turista, em qualquer período histórico, é construído em relacionamentos com seu oposto, com formas não-turísticas de experiências e de consciência social (URRY, 1990, p. 16).

Na visão das autoras Gastal e Moesch (2007, p. 11),

o turista, em seus deslocamentos, ao se defrontar com o novo e com o inesperado, vivenciaria processos de mobilização subjetiva que o levariam a parar e a re-olhar, a repensar, a reavaliar, a ressignificar não só a situação, o ambiente, as práticas vivenciadas naquele momento e naquele lugar, mas muitas das suas experiências passadas.

Este trecho vai ao encontro daquilo que Paul Claval (2010) reflete, quando afirma que o turismo envolve processos de estranhamento ao se relacionar com outras formas de pensamento, de ação, de práticas e saberes. Neste sentido, torna-se incontestável para o autor francês que as viagens seriam uma via de aproximação humana, de entendimento e questionamento do mundo, na medida em que a viagem questiona nossos próprios sistemas de crenças.

A alma do lugar, no sentido gastronômico, pode ser alcançada pelas experiências vivenciadas, encontrando-se nos apetitosos doces modelados pelos confeitores nas vitrines dos cafés, no cheiro de pão que exala pelas ruas ou no tilintar dos copos no bares, mas, principalmente, está nos mercados centrais das cidades para interagir com aqueles alimentos que serão utilizados nas receitas das comidas apreciadas nos restaurantes. Desorganizados e caóticos ou organizados e sofisticados, estes espaços nos oferecem a chance de provar um pouco do estilo de vida local começando pelo vislumbre de condimentos incomuns ou iguarias exóticas.

A gastronomia e os alimentos típicos estão entre as principais razões de atração para os turistas, agora quase iguais à arte e cultura, de acordo com os dados obtidos pela World Food Monitor (2016), pesquisa realizada pela World Food Travel Association<sup>17</sup>. O Food Travel Monitor é um relatório de pesquisa da World

---

<sup>17</sup>A pesquisa tem periodicidade trianual, já tendo sido realizada em 2007, 2010, 2013 e 2016, com previsão de 2020.

Food Travel Association, sendo considerada a maior pesquisa de turismo voltada para o turismo gastronômico. Tal pesquisa busca definir um quadro mais abrangente do turismo gastronômico, dos viajantes (food travelers), assim como compreender suas características e comportamentos, visando orientar os atores interessados nessa área a desenvolver melhores produtos turísticos e incrementar os ganhos econômicos.

De acordo com a pesquisa, por turistas gastronômicos foram considerados aqueles viajantes que nos últimos 12 meses participaram de pelo menos uma experiência gastronômica, além de jantar fora no seu cotidiano, podendo incluir participar de aulas de culinária em uma escola de gastronomia ou de um "food tour" em mercados; visitar fábrica de bebidas ou participar de degustação de vinhos ou cerveja; além de comer fora em estabelecimentos que provém refeições únicas, também conhecidos pela alta gastronomia ou denominação gourmet. Cumpre mencionar que este termo sofreu uma vulgarização nos últimos tempos pelo uso excessivo no mercado turístico, devendo ser utilizado com cautela na esfera acadêmica.

Os dados revelam algumas particularidades dos turistas, cujo maior interesse centra-se na gastronomia. Mesmo todos sendo turistas gastronômicos ou "foodies", para empregar a expressão utilizada pela pesquisa, há interesses distintos entre eles, sendo estabelecida uma classificação dos possíveis quatro tipos. Em comum temos o fato que a maior parte deles busca a autenticidade das comidas regionais e procuram frequentar restaurantes com proprietários locais. A pesquisa abrange os turistas gourmet<sup>18</sup>, que buscam restaurantes de luxo; os interessados nos menus mais inventivos e inovadores da alta gastronomia; os viajantes com orçamento reduzido e também aqueles com interesses específicos, como comida orgânica e vegetariana/vegana.

Os viajantes gastronômicos, de acordo com o estudo em tela, são exploradores que buscam experiências que sejam únicas e ainda pouco descobertas pelo turismo de massa. Eles partem buscando autenticidade em aventuras urbanas, seja provando a comida de rua, visitando os mercados em busca dos produtos da

---

<sup>18</sup> Tal categoria, a gourmet, de acordo com a pesquisa World Food Monitor (2016), aumentou seu público, haja vista a emergência dos chefs celebridades em programas de televisão oriundos dos realitys shows de culinária como o fenômeno MasterChef, Hell's Kitchen, dentre outros como aponta Wolf em divulgação para imprensa.

estação, nos bairros de imigrantes ou em confeitarias de bairros. Experimentar novos sabores, pratos que somente serão provados uma vez na vida ou os clássicos da cozinha local são algumas das motivações dos viajantes gastronômicos.

Buscar pelas comidas que são famosas entre os locais, vasculhar ruas à procura de pizzas italianas ou, no caso brasileiro, pelo melhor acarajé feito por uma baiana, assim como provar cachaças selecionadas, ou degustações de queijo mineiro estão entre as experiências mais aclamadas entre os turistas com esse perfil. Ainda de acordo com o estudo, os turistas gastronômicos consideram o tipo de comida e bebida típicas na hora de escolher um destino turístico. Neste âmbito, vemos despontar roteiros do vinho, rotas cervejeiras ou trens do chocolate como tendências no cenário hodierno.

Neste contexto, a pesquisa Travel Food Monitor foi fundamental ao nos trazer a luz um perfil da atividade do turismo gastronômico e do turista que procura por tais experiências. Tal pesquisa é voltada para o mercado de forma a melhor conhecer o público consumidor deste serviço. Segundo a referida pesquisa, os turistas gastronômicos tem em comum as seguintes atitudes: procuram beber cervejas e vinhos locais durante a viagem; compartilham suas experiências nas redes sociais; trazem de volta para casa de recordação produtos alimentícios locais como queijos, salames, biscoitos e chocolates; e recomendam os destinos escolhidos para amigos e familiares.

Desta foram, algumas narrativas vem sendo desconstruídas nos últimos 30 anos, na medida em que

o turista deixa de ser o invasor, o intruso, o estranho e passa a ser o outro para o habitante do lugar, enquanto este passa a ser o outro para o turista, ambos com formações e informações culturais distintas e interessados na troca mútua de experiências. É o revigoramento do conceito do turismo enquanto momento de encontro de alteridades, onde é possível a troca de experiências socioculturais e do enriquecimento pessoal, tanto do turista como do anfitrião. Ou seja, o turismo acontecendo enquanto fenômeno sociocultural e não apenas como atividade econômica (FRATUCCI, 2000, p.130).

Assim, nos dias de hoje, os turistas que cultuam o hábito de comer bem podem viajar, exclusivamente, para saborear as especialidades locais. Mesmo aqueles que não viajam com esse objetivo, mas apreciam a boa comida, estão fazendo uso de restaurantes que apresentem uma boa culinária. Cada vez mais condições de estímulo ao consumo da gastronomia local estão sendo criadas, seja através de visitas guiadas em passeios voltados com este fim nos chamados food

tours, por meio do incentivo a aulas de gastronomia ou pela valorização de chefes de cozinha e seus restaurantes em guias de renome.

A valorização da autenticidade, bem em voga quando o assunto nos remete ao turismo, é permanentemente buscada não somente para a parte gastronômica em si, mas para a experiência como um todo. Os restaurantes de alta gastronomia podem ser vistos enquanto locais voltados para propiciar experiências autênticas, porém mais controladas, na medida em que são minuciosamente planejadas. A autenticidade ligada a espontaneidade que muitos esperam encontrar, em geral, conduz a espaços mais populares, livres das amarras da etiqueta social.

Extraímos uma citação que traz luz ao nosso argumento, quando o autor trata das diferenças entre a cozinha executada por chefes e outra mais familiar, sendo todas igualmente legítimas e tradicionais.

A cozinha procede de duas fontes: uma popular e uma erudita, esta necessariamente situada nas classes mais ricas de todas as épocas. Ao longo da história, há uma cozinha camponesa (ou marinheira) e uma cozinha de corte; uma cozinha plebeia, familiar, executada pela mãe de família – ou a humilde cozinheira doméstica –, e uma cozinha de profissionais que só os chefs fanáticos, inteiramente dedicados à pesquisa, tem tempo e ciência para executar (REVEL, 1996, p. 38).

Dessa forma, a cozinha popular representa o contexto da produção local. É nesta esfera onde reside o conhecimento das tradições e tem, a seu favor, a livre utilização de produtos da estação. Revel (1996, p. 38) entende que a cozinha erudita “repousa, por sua vez, na invenção, na renovação, na experimentação”.

Paralelamente, podemos evocar essa narrativa para explicar um pouco da lógica da gastronomia nos tempos atuais. O mercado de bens simbólicos, discutido por Bourdieu (1982), divide-se em duas áreas de atuação: aquela referente aos bens eruditos e outra relativa à indústria cultural. Ao invés da diferença entre erudita e popular trataremos aqui das distinções entre alta cozinha e cozinha popular. Percebemos ainda um certo deslocamento do debate entre comida mais integral, fresca e menos processada versus aquela industrializada e altamente processada. Essa economia das trocas simbólicas pauta-se, justamente, no inter-relacionamento da produção e circulação de ambos, não sendo esferas estanques.

Manifestando-se no plano simbólico, observa-se a existência de conflitos em que valores e práticas entram nesse jogo de poder. À medida que se valorizam certos elementos e descartam outros, delimitam-se o que está dentro ou fora da



cultura que se pretende fomentar, denotando uma “luta simbólica” que coloca em jogo a representação do mundo social.

O poder simbólico, se caracteriza, então, por

estar por toda a parte e em parte alguma. O poder simbólico é esse poder invisível, o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem. Poder quase mágico, que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), só se exerce se for reconhecido, quer dizer, ignorado como arbitrário (BOURDIEU, 1998, p.7).

Para Bourdieu, esse poder simbólico está concentrado naqueles agentes responsáveis pelo controle dos instrumentos de produção e por aqueles relativos à distribuição dos bens culturais.

Cumprir mencionar que a busca pela autenticidade da culinária regional, marcada pelas cozinhas regionais, nem sempre corresponde à construção de pensamento idealizada antes da viagem, nem à expectativa criada em torno das imagens amplamente veiculadas. O turismo provoca perturbações nesse âmbito, à medida que, de forma contundente, confronta o tradicional com o novo, como o inesperado, advindo tanto de suas tendências mercadológicas como também das subjetividades de seus visitantes.

Isto posto, ao longo próximo item deste capítulo discorreremos a respeito das representações e da função dos guias de viagem, sejam eles impressos ou virtuais, para o desenvolvimento do turismo gastronômico em nosso país.

### 3.2. O Papel dos Guias de Viagem para o Turismo Gastronômico

---

Os guias confinaram de forma duradoura a particularidade culinária em representações estereotipadas acabando por impô-la - relacionando-a com a noção de ponto de interesse como parte integrante do patrimônio no mesmo nível do mirante, da arquitetura ou personagens que pontuam a história local (PITTE, 1998, p. 817).

Uma proporção considerável da população aventura-se em práticas turísticas, selecionando os lugares com base numa antecipação de prazeres diversos, incorporando na prática turística uma componente de fantasia e devaneio. A busca do exótico e do outro é um produto imaginado, uma vez que muitos dos pratos que se apresentam como étnicos em restaurantes, muitas vezes, são, na verdade, invenções adaptadas ao paladar local, para citar um exemplo relacionado a nossa problemática.

No livro, intitulado, *Turismo e Gastronomia*, Hjalager e Richards (2002), destacam como a gastronomia pode ser percebida como uma fonte essencial de imagens comercializáveis e experiências para os turistas, dialogando com a ideia de constituição de uma imagem antes mesmo da viagem. Assim, o destino de uma viagem é, na maior parte do tempo, construído e categorizado antes de ser visitado, sendo um espaço, simultaneamente, imaginário e material. A viagem em si seria uma espécie de fusão entre o físico e o representacional.

As informações fornecidas pela mídia como imagens, reportagens, guias turísticos, hoje em dia, são centrais no processo decisório e não mais secundárias, haja vista a rapidez na divulgação e atualização das informações. Assim como são fundamentais os depoimentos pessoais ou reclamações sobre atrações obtidos em blogs de viagem e sites de resenhas.

“Lugares, regiões e setores geográficos estão mediados por um imaginário, uma tradição de pensamento, um vocabulário que lhe dá realidade e presença”. Edward Said (2007, p.31) formulou o conceito de geografias imaginativas originalmente, nos orientando para o fato de que o modo como imaginamos o território, qualquer que seja a escala, influencia em nossas decisões de como agir sobre estes espaços. Desta forma, relacionar turismo e geografias imaginativas, faz todo o sentido neste momento.

O britânico Felix Driver (2005, p.144), traz contribuições importantes ao repensar as “geografias imaginativas como representações dos lugares que estruturam o entendimento de mundo das pessoas e, conseqüentemente, ajudam a moldar suas ações”. Seria essa interação entre imaginação e ação que permite que as imagens tenham efeitos reais na construção e na vivência dos espaços. Ainda, segundo este autor, os esquemas e modelos acionados para caracterizar alguns espaços não eram meros frutos da imaginação individual, mas categorias de pensamento coletivas e socialmente compartilhadas. Segundo Novais (2010), ao imaginar um espaço desconhecido, buscamos um modelo seguro na gaveta de nossos estereótipos mentais e qual seria o clichê mais apropriado em determinado contexto.

Com a multiplicação de destinos e opções, cresceu a importância de guias de viagem dentro do mercado publicitário e turístico. Segundo critérios bem variáveis, eles avaliam, analisam e recomendam passeios, nos mais diversos lugares do planeta, alimentando e sendo alimentados pelas novas imagens de gastronomia.

Guardadas as proporções, mesmo modificando ao longo do tempo as plataformas de divulgação de informação e interação, os guias de viagem, sejam eles físicos ou virtuais, tem seu papel assegurado na conjuntura atual. Trataremos, aqui, do papel exercido pelos guias de viagem na formação das redes gastronômicas e do turismo gastronômico, tendo como referência o Guia Michelin, que, ainda hoje, exerce forte influência tanto para os usuários do guia e turistas que o consultam à procura de referências gastronômicas, quanto para os restaurantes indicados e estrelados. Os últimos dependem das famosas estrelas distribuídas pelo guia para ganharem notoriedade no cenário gastronômico.

Traremos a esta cena, o Guia Quatro Rodas Brasil enquanto uma fonte de referência nacional que foi capaz de ilustrar, durante algumas décadas, a realidade gastronômica brasileira. Do mesmo modo, em uma conjuntura mais atual, os guias virtuais e os aplicativos de avaliação de serviços e atrações direcionam os turistas na busca das recomendações mais valorizadas.

Os guias de viagem detiveram papel importante para a consolidação do turismo gastronômico. Primeiramente, ao oferecer lista com indicações de bons restaurantes, estes guias incentivaram a prática do comer fora de casa como algo positivo e prazeroso. E, assim, induziram as pessoas ao deslocamento pelo território na busca pelos restaurantes indicados e pela realização da experiência descrita.

Acreditamos que o turismo gastronômico se introduz em nossa sociedade a partir do momento que o hábito de comer fora de casa é culturalmente aceito na sociedade urbana. Essa questão do comer fora de casa foi se consolidando tardiamente no Brasil. Para o brasileiro a referência de boa comida era aquela que se tinha em casa, durante os momentos de festa. Com o desenvolvimento da atividade turística, os guias turísticos desempenham um papel importante, condicionando a percepção de uma localidade específica.

Em seu livro *Mitologias*, Barthes (2001), nos traz uma sequência de mitos da sociedade francesa da década de 1950 e 1960, dentre um mito sobre viagens: o mito do *Guide Bleu*<sup>19</sup>. O autor descreve este guia como uma grande coleção de lugares e como um instrumento de cegueira, pois reduz a geografia, por exemplo, à descrição de um mundo monumental e sem vida. Um cenário romantizado, destinado a engrandecer uma coleção de monumentos.

Em suas palavras,

o espetáculo vai assim se anulando, e o *Guide Blue* transforma-se no oposto daquilo que se proclama: num instrumento de cegueira, graças a uma operação comum a toda mistificação. Reduzindo a geografia à descrição de um mundo monumental e desabitado, o *Guide Bleu* traduz uma mitologia ultrapassada por uma parte da própria burguesia: é incontestável que a viagem tenha se tornado (ou voltou a se tornar) uma via de aproximação humana, e não mais "cultural": são de novo (talvez como no século XVIII) os costumes, na sua forma cotidiana, que constituem hoje o objeto capital da viagem, e a geografia humana, o urbanismo, a sociologia e a economia traçam os quadros das verdadeiras interrogações de hoje, mesmo as mais diletantes. O *Guide Bleu* porém, permaneceu numa mitologia burguesa parcialmente caduca, aquela que postulava a Arte como um valor fundamental da cultura, mas que só considerava as suas "riquezas" e os seus "tesouros" (BARTHES, 2001 p.125).

Urry (1990) também fala nos *guides bleus* como direcionadores de um olhar burguês que privilegia um certo tipo de paisagem ideal. Curioso que ainda hoje há rebatimentos imediatos a nossa realidade. Barthes (2001, p.126) faz ainda referência ao guia Michelin, confrontando o tipo do conteúdo existente. "Veja logo como, no *Guide Michelin* o número dos banheiros e a qualidade dos restaurantes dos hotéis competem com as curiosidades artísticas de igrejas e monumentos". Nas décadas de 1920 e 1930, o guia Michelin começa a chamar a atenção sobre as

---

<sup>19</sup> De acordo com Flandrin (1998), os *guides bleu* são a primeira coleção de guias de viagem publicados na França. A fórmula do guia foi criada em 1841 por Adolphe Joanne e distribuído por Louis Hachette inicialmente sob a denominação de guias Joanne. Eles mudam de nome para se tornarem os *Guide Bleus* em 1916.

especialidades culinárias de uma localidade no itinerário tendo uma seção descrevendo os pratos locais, especialidades gastronômicas e vinhos.

Não obstante, Abreu (1998, p.7) aponta as contradições desse processo ao afirmar que

a tendência à abolição do lugar enquanto singularidade reforça justamente a busca desta última. O passado é uma das dimensões mais importantes da singularidade, estando materializado na paisagem, preservado em instituições de memória, ou ainda vivo na cultura e no cotidiano dos lugares.

Resgatar um pouco da história desse guia de referência ímpar para a cena gastronômica tornou-se importante para a tese, tendo em vista que os guias de viagem impressos desempenharam papel fundamental no estabelecimento do que se entende hoje por turismo gastronômico. Neste sentido, vemos um papel preponderante do Guia Michelin enquanto promotor da formação de rede de restaurantes voltados para a excelência culinária no âmbito mundial. No entanto, se voltarmos às suas origens, veremos que a formação dessa rede, que, em princípio, serviu para vender pneus, foi determinante para a formação da culinária francesa.

O Guia Michelin ou *Le Guide Michelin*, famosa publicação francesa, constituiu-se em uma referência no ramo da gastronomia mundial, sendo considerado um dos mais respeitados do mundo. O guia é conhecido por premiar os melhores restaurantes no ano, tendo a premiação por estrelas como método de classificação, que podem variar de uma a três estrelas. O fato de se ganhar uma estrela do guia significa a ascensão do restaurante e de seus chefs a um status de tamanha notoriedade. Tal status é estendido aos seus consumidores, que ao considerar visitar um restaurante estrelado, desfrutam de um momento especial que também lhes trazem distinção.

Pode-se dizer que no momento de sua criação, enquanto se categoriza apenas como um brinde para os clientes que compravam os pneus Michelin, não se imaginava o impacto do guia teria na formação da cozinha regional francesa e, muito menos, o grau de influência que a referida publicação, atingiria no âmbito global. O Guia Michelin, nessas condições, foi ganhando proporções inesperadas, tornando-se um dos principais indicadores dos melhores restaurantes da França e, posteriormente, do mundo.

Sim, o primeiro de todos os guias Michelin foi lançado em 1901, por André Michelin, também fundador da empresa de pneus Michelin. Entendido enquanto um produto de marketing publicitário, seu objetivo primeiro foi criar um guia capaz de

estimular o uso do automóvel a fim de ampliar a venda de seus pneus num momento de emergência do mercado automobilístico na França. A existência de uma malha viária com estradas consistentes favoreceu a exploração do espaço local francês a partir das indicações do guia.

Na fala de Pitte (1998, p. 818):

com a implementação do turismo as cozinhas regionais encontram sentido em uma economia turística. Tendo lançado em 1900 a fórmula do Guia Michelin, a empresa Michelin percebe de saída o alcance extraordinário da revolução automobilística no momento em que com a elevação geral do nível de vida aumenta a demanda social de lazer. Apresentado sob forma de um dicionário de localidades, indicando sumariamente postos de venda Michelin, oficinas, assim como curiosidades, itinerários, hotéis e restaurantes apropriados para fazer uma parada, o Guia Michelin está associado a um novo modo de consumo e descoberta do território que encoraja o rápido crescimento da indústria hoteleira. Somente em 1920, o guia lança suas primeiras recomendações gastronômicas.

De acordo com o autor supracitado, inicialmente, as informações contidas no guia prestavam serviços para os motoristas como listas com as garagens disponíveis, mapas de algumas cidades dotadas de maior centralidade com seus pontos turísticos e, posteriormente, ganharam as indicações dos restaurantes. A venda comercial do guia e algumas recomendações gastronômicas foram iniciadas na década de 1920 e a classificação dos restaurantes por estrelas foi desenvolvida um pouco mais tarde, nos anos 1930.

A partir dos anos 1930, o guia passa a apresentar um formato próximo ao atual, oferecendo um repertório amplo de especialidades culinárias, monumentos e paisagens naturais como elementos determinantes da experiência turística (COLLAÇO, 2007).

De acordo com Poulain (2012, p.624),

o Guia Michelin, que surge como um roteiro de postos de serviços de estrada, logo agrega informações sobre onde comer nas províncias, contando diretamente com a colaboração de Curnonsky (crítico gastronômico) que, mais tarde publicará um livro com o propósito de valorizar a riqueza da comida tradicional.

O Guia vermelho (Le Guide Rouge) é o mais famoso da marca e é nele que se encontram as indicações dos melhores restaurantes. A conquista de uma estrela Michelin pode colocar o restaurante no mapa da elite gastronômica mundial. Ao ser premiado com três estrelas, distinção máxima conferida pelo guia, significa que o restaurante apresenta uma cozinha irrepreensível de alta qualidade e luxo. Essa avaliação é feita anualmente, sendo preciso cumprir critérios bem específicos para

se tornar elegível a uma estrela. Mesmo os restaurantes, que já possuem uma ou mais estrelas, podem ganhar mais uma ou perdê-la.

Vimos, na imprensa, algumas narrativas feitas por chefs que dizem que uma estrela pode aumentar o faturamento em até 40% do dia para noite. Da mesma forma, a perda da estrela pode ser um transtorno para o faturamento e um arruinamento na fama e posição ao qual o estabelecimento foi alçado. Já houve depoimentos que contaram sobre chefes de cozinha cometendo suicídio por conta da perda da estrela e outros devolvendo o prêmio em função do desgaste provocado para manter o nível de excelência exigido.

O método que garante todo esse grau de excelência culinária, capaz de estimular as pessoas a se deslocarem em busca de uma experiência do paladar, está lastreado em cinco critérios bem definidos, a saber: a qualidade dos produtos, o domínio da culinária e dos sabores, a “personalidade” da gastronomia, a relação qualidade/preço e a consistência da qualidade”. Cada critério encerra em si uma série de procedimentos e protocolos a serem cumpridos pelos restaurantes e pelos chefs que objetivam ganhar as tão aclamadas estrelas.

Comportando-se como clientes regulares dos restaurantes, os avaliadores do guia visitam cada estabelecimento com a finalidade de avaliar a qualidade da culinária e também o serviço. Esses inspetores não avisam sobre sua presença nos restaurantes, atuam de forma anônima e pagam tudo o que foi consumido. Durante o período da avaliação, pode haver mais de uma visita por diferentes equipes, sendo esta premiação uma decisão colegiada.

De acordo com o próprio Guia Michelin (2018), o critério para a classificação por estrelas ocorre da seguinte forma,

*Uma estrela* refere-se a um restaurante muito bom na sua categoria, oferecendo cozinha preparada para um padrão consistente e alto. A visitar, se estiver por perto. *Dois estrelas* revela um restaurante com uma excelente cozinha e pratos cuidadosamente elaborados, de excelente qualidade. Vale a pena um desvio no caminho. E as *Três Estrelas* são conferidas para o restaurante que vale uma viagem especial, indicando cozinha excepcional, onde os clientes comem extremamente bem, muitas vezes soberbamente. Pratos característicos e precisamente executados, usando ingredientes superlativos.(Grifo Nosso)

Um detalhe, observado a partir da descrição supracitada, seria as recomendações sobre desvio no caminho para comer em um restaurante ou até mesmo uma viagem realizada exclusivamente para este fim. Ressalte-se que os turistas franceses percorriam distâncias enormes para ir a um restaurante de um

grande chef. Além disso, poderia haver em uma rota de viagem, por exemplo, paradas programadas em restaurantes específicos. Os guias, tanto o Michelin quanto o Bleu formaram esse hábito de viagem que permitiu a criação de espécies de clubes gourmet como o clube dos cents na França, que remontam a década de 1920.

Se a referência às especialidades culinárias é colocada no mesmo plano dos acontecimentos gloriosos do local, do monumento histórico ou da paisagem é porque o discurso sobre as cozinhas regionais adquire nessa data uma amplitude considerável. É porque o nacionalismo ambiente abre campo fecundo para a ação das redes gastronômicas, por exemplo o Club des cents, agremiação gastronômica que reúne degustadores experientes, que, ao mesmo tempo, são devoradores de estradas com obrigação de ter em seu ativo no mínimo 40.000 km de turismo automotivo. Já desde 1912 seus membros percorrem estradas em busca de restaurantes de província que tenham conseguido conservar as boas tradições da cozinha francesa. (...) É enfim porque com a preocupação de responder às necessidades do grande turismo, surgiram os guias gastronômicos que limitando-se a fazer referências às províncias históricas operam uma sinalização culinária do território que simboliza a instauração de um vínculo duradouro entre turismo e gastronomia (PITTE, 1998,p.819).

O Guia Michelin<sup>20</sup>, em seus critérios rígidos de julgamento, classificou restaurantes de São Paulo e Rio de Janeiro. Em 2018, dezoito restaurantes receberam estrelas, dentre os quais estão o Dom de Atala e o Oro de Bronze com duas estrelas. Neste sentido, ficou claro que o ranqueamento dos restaurantes, realizado tanto pelo guia francês e também por outras instituições como mencionado anteriormente, impulsiona a prática do turismo gastronômico, movimentando o mercado turístico.

Se na Europa tivemos os Guia Michelin e Guide Bleu como formadores de opinião e direcionamento de público, no Brasil tínhamos o Guia Quatro Rodas. Podemos afirmar, com toda a certeza, que esta publicação detinha, guardadas as proporções, o impacto que os sites de viagem tem nos dias de hoje. A sua última publicação impressa data do ano de 2015, quando os custos para a manutenção da publicação não condiziam mais com as vendas do produto.

O Guia Quatro Rodas norteou o turismo no Brasil desde a década de 1960 até os últimos anos em que fora publicado e ainda hoje serve como referência, tendo sido o maior guia de circulação nacional.

Publicado pela primeira vez em 1966, o Guia Quatro Rodas Brasil nasceu como um suplemento da revista Quatro Rodas. Embora possa parecer um lugar comum, sua nomenclatura é reveladora de seu sentido: trata-se de um

---

<sup>20</sup> Maiores informações sobre premiação estão disponíveis em seu endereço eletrônico. <https://www.viamichelin.pt/web/Restaurantes/Restaurantes-Brasil>



guia e, portanto, tem o objetivo de conduzir o viajante pelo Brasil. Já a expressão quatro rodas faz referência direta às viagens automotivas (MORAIS, 2012. p. 325).

Sua fórmula foi inspirada no Guia Michelin, contudo, foi bastante adaptado à realidade brasileira, incluindo elementos da cultura local e costumes tipicamente brasileiros, assim como a descrição de pratos típicos regionais e a indicação de restaurantes que privilegiavam a cozinha nacional.

A partir da década de 1970, as culinárias regionais se anunciam como atrativo turístico no guia, embora sua legitimação e afirmação como tal tenha se dado em período posterior, quando a percepção da comida passa a ser vinculada mais diretamente aos discursos identitários no Guia Quatro Rodas Brasil, o guia de maior circulação nacional do país. (...) Na década de 1980 ocorreu um salto no número de restaurantes dedicados à especialidade regional, bem como no número de municípios com restaurantes dessa especialidade (MORAIS, 2012. p. 318).

Seus dois slogans refletem bem os seus objetivos: em 1966 seu propósito era “O Brasil é o país ideal para ser descoberto” e em 2002 mudou para “ A gente vai antes para você ir melhor (GUIA QUATRO RODAS 2015. Edição especial 50 Anos). Em 50 anos, o guia deteve grande poder de influência no turismo brasileiro, se fazendo uma referência capaz de interferir na tomada de decisões quanto ao destino, hotéis e aos restaurantes de uma viagem. A maior parte dos chefes brasileiros diz que o guia trazia um ponto de luz para a gastronomia brasileira e para o turismo, sendo as premiações conferidas pelo Guia um tanto cobiçadas no meio.

No Guia Quatro Rodas Brasil, a visibilidade das culinárias regionais se dá na associação entre pratos e regiões em seções específicas destinadas à descrição da cozinha brasileira e à descrição das unidades federativas. Mas se dá, também, e principalmente, na vinculação destas culinárias e sua oferta comercial através dos restaurantes presentes em cada município. Neste sentido, ainda que se considere a fluidez terminológica, a comida típica regional é entendida, aqui, como atrativo e produto turístico, por incorporar a dimensão do acesso e das facilidades para seu consumo. (...) Com o passar dos anos é possível perceber sua incorporação pelos cardápios dos restaurantes, revelando sua transformação em produto – processo que só irá se legitimar a partir da década de 1980 de uma maneira mais abrangente e constante (MORAIS, 2012, p. 322)

Os restaurantes estrelados pelo Quatro Rodas eram referências nacionais de boa cozinha. O guia premiava manifestações da cozinha popular, restaurantes simples de comida regional e não somente restaurantes da alta gastronomia. Tendo um outro índice para identificar os preços, o guia podia avaliar a qualidade da comida de forma fidedigna, sem que o fato econômico comandasse os critérios avaliativos. O ranqueamento de restaurantes proposto pelo Quatro Rodas guiou,

literalmente, o Brasil rumo ao desenvolvimento de um turismo gastronômico, mesmo que embrionário a sua época.

Em função dos avanços das tecnologias de comunicação, sendo a internet o exemplo mais evidente, ficou fácil ter acesso a informações de qualquer natureza a qualquer momento e na palma da mão a partir do avanço dos smartphones. Na atual conjuntura, dificilmente experimenta-se um espaço sem tê-lo conhecido anteriormente de forma mediada por imagens. É possível visitar os destinos antes mesmo de chegar neles por meio das geotecnologias atuais como street view e tecnologias de realidade aumentada.

Segundo Barthes (2001), lê-se a fotografia, principal imagem veiculada, como documento absoluto de verdade e como reprodução exata da realidade. Em nenhum momento, a fotografia é questionada ou percebida como expressão dotada de intencionalidade pelo senso comum. Acredita-se que esta representa a realidade, quando, em verdade, seria um recorte. Em um olhar mais atento, deve-se questionar a própria existência da fotografia como instrumento midiático e, talvez, discutir sua importância como aparelho reproduzidor de ideologia.

Segundo Schwartz (1996), pode-se compreender as fotografias ou, generalizando, as imagens se relacionam com viagem e com a geografia por dois caminhos: como pretextos ou como substitutos. Vendo as fotografias como substitutas da viagem, observa-se a transformação do mundo em uma coleção de destinos e, como consequência, o prepara facilmente para o consumo. Os países são reduzidos a um conjunto de grandes cidades e estas são reduzidas a uma lista de atrações, monumentos e locais de beleza cênica.

A autora cria a expressão “viajantes de poltrona” para caracterizar essa ideia de ver o mundo somente através de imagens e consumir produtos relacionados aos lugares. Segundo a autora, as fotografias tornam-se também parte da motivação da viagem, sendo consideradas pretextos para viajar. A viagem vai crescentemente se tornando um exercício de visitar aquilo que é familiar seguindo itinerários orquestrados por fotografias pretéritas. Assim, “as visitas seriam atos de confirmação” (SCHWARTZ, 1996 p.33).

Para vivenciar os lugares, os sujeitos não necessariamente precisam mais estar neles fisicamente, na medida em que a virtualização dos espaços está cada vez mais presente no cotidiano. Cabe aqui o exemplo do Google Earth, plataforma na qual é possível caminhar por um espaço real de forma totalmente virtual.

Ressalte-se a existência dos guias virtuais e a grande dimensão que sites colaborativos, como o TripAdvisor e outros do mesmo perfil, representam para o universo do turismo de uma forma geral, mudando a perspectiva de interface do turista e antecipando muitas das decisões que seriam tomadas somente na hora da viagem ou no local de destino. Observamos que os instantâneos de cafés, doces e comidas estão em voga nas redes sociais, sendo sucesso imediato no mundo virtual e fonte de influência digital.

De acordo, com relatório do próprio TripAdvisor, divulgado no 3º Fórum Mundial sobre Turismo Gastronômico promovido pela UNWTO (2017), os números dessa plataforma colaborativa causam um certo impacto em uma primeira avaliação. Havia, em 2017, cerca de 4,3 milhões de restaurantes cadastrados no site, em 49 países no mundo, com aproximadamente 500 milhões de opiniões. Esses números crescem a cada minuto, haja vista que são escritas 280 contribuições por minuto. O impacto desses "novos guias" na formação de opinião e construção do imaginário é brutal, hegemônico. Pode facilmente subverter o espaço banal do cotidiano.

Em sites de resenhas, como o citado acima, os serviços podem ser vistos e avaliados antes de serem usados, uma vez que as escolhas são totalmente influenciadas pelas opiniões de outros turistas que já os utilizaram. De acordo com o relatório apresentado no referido fórum, verifica-se uma média de 390 milhões de consultas a plataforma por mês, sendo que 87% dos turistas consideram as resenhas importantes na hora de reservar um restaurante e, em média, são lidas de 6 a 12 opiniões na hora de escolher um local para comer, por exemplo.

Evidencia-se claramente as verticalidades de Milton Santos (1996), que integra pontos e territórios descontínuos fisicamente a fluxos de informação a serviço dos atores hegemônicos da sociedade criando uma nova lógica e novos comportamentos que rapidamente se generalizam. Espaços banais e as relações horizontais coexistem em constante embate.

A ideia de verticalidade vem desses vetores que se instalam nos lugares e que pouco se importam com o que está em seu entorno. É o que corresponde, sobretudo às ações das empresas globais. A horizontalidade é o espaço da vizinhança, da coabitação, da coexistência do diverso. Só que as verticalidades perturbam as horizontalidades, embora as horizontalidades também perturbem as verticalidades, porque as primeiras visam a eficácia e agem com este sentido sobre as segundas (SANTOS, 2000, p.53).

Toda essa virtualidade é expressão do nosso tempo e se materializa quando de fato estamos em viagem. Neste sentido, pensar os territórios-rede, a noção de

multiescalaridade e as verticalidades em cena, conceitos estes discutidos ao longo do primeiro capítulo, constituem-se em um ponto focal para compreender como o turismo gastronômico se desenvolve nos dias de hoje.

No item 3.3. Turismo Gastronômico no Brasil: Principais Iniciativas e Políticas Públicas, analisaremos as dinâmicas territorializadoras do turismo gastronômico no Brasil, assim como algumas políticas públicas implementadas.

### 3.3. Turismo Gastronômico no Brasil: Principais Iniciativas e Políticas Públicas

---

Toda tentativa de uma leitura do turismo na sua relação com o espaço que parta de um isolamento desse fenômeno está, desde o início fadada ao fracasso. É o mundo que explica o turismo e não o contrário. O esforço teórico e metodológico que se nos coloca é o de tentar encontrar sentidos e significados do mundo e, a partir daí, buscar apreender a inserção da atividade turística nessa totalidade (CRUZ, 2007, p. 8).

Durante as últimas décadas, tem se observado a ampliação da atividade turística no Brasil, assim como a emergência de nichos cada vez mais especializados e seletivos, sustentado pela lógica da flexibilização do capital como foi sublinhado no primeiro capítulo desta tese. Diante das considerações mencionadas e do contexto atual, identificamos alguns elementos do turismo gastronômico brasileiro e traçamos um panorama da atividade pelas terras tupiniquins.

A globalização provoca movimentos de desterritorialização também em relação à alimentação, tendo em vista a abertura dos mercados para entrada de produtos importados industrializados. Além das redes de comida rápida, padronizadas em qualquer lugar do mundo, percebemos, hoje, um movimento de reterritorialização da gastronomia a partir de uma reinvenção das cozinhas regionais focados nos produtos e ingredientes locais. A dicotomia entre a comida padronizada, altamente processada, e a comida fresca do cotidiano com raízes identitárias pode ser vista como uma espécie de resistência a sua descaracterização cultural.

Poulain (2004), procura estabelecer, neste contexto de globalização, um panorama geral da alimentação. O referido autor observa dois processos ambivalentes da produção e do consumo de alimentos. Em primeiro lugar, a internacionalização da gastronomia e, simultaneamente, a acentuação de particularismos nas cozinhas regionais.

A partir da disseminação dos produtos alimentícios industrializados de forma global, a comida tornou-se mais homogeneizada. Não raro, ao buscar elementos de referência cultural, evidenciou-se o fortalecimento de movimentos nacionais e regionais que utilizam a gastronomia como campo de resistência cultural e identitária ante a globalização.

Na intensidade da vida cotidiana moderna, tenta-se recuperar as mais profundas referências de indivíduo, de pertencimento à história de um povo, de uma região e isto se dá, preferencialmente, pela comida, com os saberes agregados ao ato de saber fazer determinada receita (LODY, 2015).

A imagem de cozinha brasileira ainda não está clara. Embora tenha força em nosso imaginário, a ideia de mistura e convivência com a diversidade, sendo comumente ressaltadas as contribuições do negro, do índio e do português, bem como o convívio das distintas cozinhas herdadas de um sem número de imigrantes como vimos no capítulo dois, ainda está em construção. Em um movimento de resgate das cozinhas regionais, a dita "nova culinária brasileira" resgata e valoriza ingredientes regionais criando pratos inventivos. Esses pratos da culinária tradicional revisitados pelos chefes originam novos sabores, muitas vezes, bem diferentes dos originais. A cozinha regional brasileira se renova ao incorporar e construir uma percepção calcada no território, pensando o espaço como definidor de identidade e qualidade à mesa.

As cozinhas regionais, com sua culinária típica, obtiveram uma maior visibilidade nos últimos anos. Fato este, que não se restringe ao resgate da memória coletiva pelos locais, mas, sobretudo, ao turismo, que detém um forte apelo no que tange ao consumo cultural pelos viajantes.

Em casos como esses, segundo Bell e Valentine (1997), a cozinha regional, construída a partir da herança cultural, dialoga com as fronteiras e identidades territoriais solidificadas no imaginário popular, submetidas, contudo, a novos arranjos. A cozinha regional é tanto produto da natureza como da cultura, e um poderoso meio de pensar quem somos. Assim, território e especificidade culinária passam a dominar a ideia de cozinha regional e se transformam em estímulo aos viajantes, que saem da cidade em busca da "verdadeira" comida ou de sabores "autênticos", reafirmando simultaneamente expressões culturais específicas como também estereótipos.

Em algumas ocasiões, a atividade turística torna-se promotora desse reencontro com a gastronomia local através da ampliação das práticas de turismo gastronômico, assim como o aumento da referida prática também é resultado da mudança de abordagem em relação à culinária brasileira, que passa a ser mais cada vez mais valorizada.

Como foi sublinhado pelo Ministério do Turismo (2017), a gastronomia brasileira tem sido cada vez mais valorizada por turistas estrangeiros em visita ao país e a experiência com a alimentação brasileira apresentada com índice de satisfação de cerca de 90%.

O discurso da literatura de turismo até o final dos anos 1990 e início dos anos 2000 não reconhecia qualquer possibilidade de conciliar as práticas turísticas utilizadas até então com as questões de sustentabilidade do território e respeito da identidade local, sendo vistas como modelos incompatíveis e totalmente distintos. Dialogamos com Rodrigues (1996) e Carlos (1996), quando estas autoras destacam os problemas do turismo de massa e a construção dos territórios turísticos como “não lugares”.

Vinte anos depois, observa-se uma mudança nas narrativas utilizadas. O discurso atual tem como tendência a apropriação das relações mais horizontais, de modo a enaltecer a narrativa sobre a identidade local como fonte para as experiências únicas durante as viagens.

O amplo reconhecimento dos produtos locais e técnicas de produção específicas como práticas culturais passa pelo crivo de políticas públicas de instituições de diferentes esferas de poder com legislações específicas. Observamos que a gastronomia regional tem grande apelo para a atração de turistas e para investimentos. A culinária mineira, nordestina, assim como a baiana, amazônica ou sulista têm se destacado, inclusive, por políticas públicas locais de fomento neste sentido.

Ao procurar identificar as políticas públicas federais direcionadas para a valorização da gastronomia no Brasil, Gimenes-Minasse (2017) evidenciaram, em seu artigo, que as publicações do Ministério do Turismo sobre as políticas relacionadas a gastronomia revelam-se um segmento de pouca visibilidade.

Destacamos as políticas públicas sobre certificação e produção associada a atividade turística para conferir o selo de Indicação Geográfica (IG). A regulamentação dessas áreas é extremamente burocrática, sendo moroso a emissão desses selos. Estas certificações são um parâmetro oficial para o reconhecimento da qualidade e garantem que os produtos de uma região apresentem características específicas de acordo com a origem.

A Indicação Geográfica delimita a área de produção de uma região específica, visando manter os padrões locais e impedir legalmente que terceiros utilizem

indevidamente o nome da região. Grosso modo, a obtenção deste selo indica o reconhecimento pela excelência na produção ou fabricação de um produto de um território. A Indicação de Procedência e a Denominação de Origem, são duas formas diferentes de Indicação Geográfica. (INPI, 2016)

De acordo com a Lei de Propriedade Industrial (LPI)<sup>21</sup>, nos Art. 176, Art. 177 e Art. 178, a Indicação de Procedência refere-se ao nome do local que se tornou conhecido por produzir, extrair ou fabricar determinado produto ou prestar determinado serviço. A Indicação de Procedência estaria, então, mais vinculada a reputação que determinado território atingiu no desenvolvimento de um produto.

Já a Denominação de Origem é mais específica e consiste em uma certificação que determina o local que passou a designar produtos ou serviços, cujas qualidades ou características podem ser atribuídas a sua origem geográfica, estando vinculado a uma conjunto de fatores locais relacionados a paisagem e a características geográficas ou geológicas.

A obtenção deste selo se reserva aos casos em que a qualidade e tradição podem ser atribuídos ao seu território, obtendo um produto diferenciado que só pode ser produzido naquelas condições específicas. O exemplo mundialmente conhecido é a denominação de origem controlada atribuída a renomada Champagne. Somente as espumantes da região de Champagne, na França, que detém características geográficas únicas e métodos de produção específicos, podem ser assim denominadas. Nem mesmo espumantes de outras regiões da França podem utilizar a nomenclatura.

No Brasil, o Vale dos Vinhedos foi o primeiro reconhecimento de Indicação Geográfica (IG) de acordo com a APROVALE (2018). A Indicação de Procedência (IP) foi obtida em 2002 e 10 anos mais tarde (2012), houve o reconhecimento da Denominação de Origem, após a definição das regras para cultivo das uvas, tipo de uva, métodos de fermentação e envelhecimento das bebidas por exemplo.

Para resumir, identificou-se nos dados do INPI, em 2016, que 34 Indicações Geográficas referem-se a produtos gastronômicos. Destes, 28 são Indicação de

---

<sup>21</sup> A proteção é feita mediante o registro no INPI (Autarquia do Ministério do Desenvolvimento), requerido por uma entidade representativa habilitada ao uso da indicação geográfica nos termos da Lei de Propriedade Industrial - LPI (Lei nº 9.279/1996). No parágrafo único do art.182, diz que o "INPI estabelecerá as condições de registro das indicações geográficas". Desta forma, o INPI editou normas e regulamentos sobre o tema, estando em vigor a Resolução INPI n.º 75, de 28 de novembro de 2000, a qual estabelece as condições e os procedimentos de registro das indicações geográficas.



Procedência e 6 são Denominação de Origem. Como exemplos brasileiros temos o os vinhos do Vale dos Vinhedos, o arroz do litoral gaúcho, os camarões da costa negra do Ceará, o café do cerrado mineiro, o mel de ortigueira e o própolis do Vale Própolis Verde de Minas Gerais.

A possibilidade de não apenas consumir, mas também estabelecer contato com os modos de cultivo ou produção de um produto com IG, pode se tornar um atrativo turístico de relevância. Muitas localidades que registraram produtos são, inclusive, destinos consagrados, como é o caso de Paraty (Rio de Janeiro) e do Vale dos Vinhedos (Rio Grande do Sul) - este último um dos principais destinos enoturísticos brasileiros (GIMENES-MINASSE, 2017, p.7) .

O turismo, na atualidade, passa a ser compreendido enquanto um fenômeno social, cuja característica principal consiste em realizar uma viagem de ida e volta, que seja voluntária, com o objetivo de interromper o cotidiano e buscar sensações e experiências marcantes, visando atingir a expectativa gerada antes da viagem. O turismo brasileiro apropriou-se do conceito de experiência, quando lançou o projeto Economia da Experiência há poucos anos atrás, com o objetivo de “fortalecer e consolidar o arranjo produtivo dos pequenos negócios, apoiando os empreendedores locais na agregação de valor aos produtos turísticos do território” (SEBRAE, 2015).

Em 2006, o Ministério do Turismo, em parceria com o SEBRAE, desenvolveu o projeto Tour da Experiência, com o objetivo de desenvolver destinos que emocionem a partir da valorização dos empreendimentos que apresentam produtos diferenciados e que estejam alinhados com os conceitos da economia da experiência. Este projeto começou no Rio Grande do Sul, na região da uva e do vinho, e se expandiu para Petrópolis, Belém e Bonito. Desde então vem se difundindo por cidades de diferentes portes, do Sertão ao cerrado, passando pelo litoral (SEBRAE, 2015).

Ainda na escala nacional, o SEBRAE, em parceria com o Ministério do Turismo, lançou uma cartilha com orientações gerais sobre o turismo de experiências ligados à gastronomia com o objetivo de definir para o empreendedor uma tendência e suas formas de aplicação.

Procuramos examinar o que efetivamente vem sendo entendido por "turismo de experiências" no contexto atual, de modo a descortinar as principais narrativas do discurso em voga. Esta terminologia vem sendo amplamente utilizada, sem nenhum cuidado conceitual, sendo constatado um esvaziamento de sentido. Sendo assim, tivemos o devido cuidado metodológico ao mencioná-lo aqui.

O turismo de experiência pode ser lido, em termos práticos, como a expressão mercadologicamente utilizada para descrever uma forma de desenvolver

produtos turísticos ao buscar inserir o turista como protagonista de sua própria viagem. Neste cenário de competitividade, a diferenciação dos produtos turísticos por meio da oferta de vivências exclusivas e memoráveis vem sendo explorada comercialmente, muitas vezes, caindo na armadilha de um modismo superficial como nos alerta Panosso Netto (2010).

Por sua vez, algumas políticas públicas de incentivo ao turismo gastronômico estão sendo propostas nas esferas estaduais em associação com o setor privado no sentido de estimular tal atividade. Novas interpretações sobre o hábito de comer fora de casa ainda estão sendo construídas, sendo manifestadas através das práticas sociais particulares. De fato, percebemos uma certa redefinição nas escolhas alimentares e mudanças nos usos e nas formas de apropriações do espaço. Viajar para frequentar restaurantes de alto padrão, especializados nas cozinhas regionais, assim como visitar processos de produção alimentar como fábricas de cerveja ou vinícolas são iniciativas que vem crescendo entre os brasileiros, sendo observadas nas principais cidades turísticas do país.

Urge pensar o turismo gastronômico não como uma estratégia de mercado, mas, sobretudo, enquanto elemento para valorização das manifestações da culinária nacional, promovendo uma ampliação da compreensão por parte dos brasileiros em relação a diversidade gastronômica de seu próprio país, ampliando e suas referências identitárias.

A criação de rotas voltadas para comida e bebida como a Rota do Vinho, Rota do Chocolate ou Rota da Cachaça de Paraty se fortalecem nesta conjuntura, de forma que crescem as iniciativas de oferta turística que incluem produtos com selos de indicação geográfica como os vinhos do Vale dos Vinhedos, os chocolates que utilizam o cacau do sul da Bahia e a cachaça de Paraty.

De acordo com a APROVALE (2018), o Vale dos Vinhedos abarca uma área de aproximadamente 72,5 km<sup>2</sup> da região da Serra Gaúcha, tendo como limites Bento Gonçalves, Garibaldi, Monte Belo no Rio Grande do Sul. O Vale dos Vinhedos se constitui em uma área de enoturismo consolidada no país, tendo conquistado a primeira indicação geográfica concedida no país em 2002 e dando origem ao selo "Vale dos Vinhedos". Em 2012, houve o reconhecimento da Denominação de Origem.

Segundo Valduga (2012, p. 136),

através dos processos de certificação regional e da criação de marcas as regiões se tornam 'exclusivas' na produção de determinados produtos e se tornam turísticas em função das pessoas se deslocarem para buscar os produtos na origem.

A Rota Enoturística do Vale dos Vinhedos oferece um roteiro turístico que inclui visita pelas vinícolas, degustação de vinhos e sucos e gastronomia italiana. A região conta com aproximadamente 35 vinícolas, sendo que cerca de 27 estão abertas para visita e degustação. Em geral, durante as visitas às vinícolas, há uma explicação sobre as uvas e os métodos utilizados, sendo que ao final da visita ocorre uma degustação orientada.

Hoje há hotéis dentro das vinícolas, assim como restaurantes. A região vem ganhando notoriedade internacional, juntamente outras áreas produtoras na África do Sul e na Nova Zelândia, e se destaca na América do Sul ao lado dos vinhos argentinos e chilenos.

Há de se ressaltar a existência de um roteiro complementar ao Vale dos Vinhedos, a rota denominada "Caminhos de Pedra", situada em Bento Gonçalves. Esta procura resgatar o legado dos imigrantes italianos, sendo possível entrar em contato com as construções de pedra erguidas pelos colonos italianos e com a gastronomia colonial como a sopa de capeletti e o tradicional galetto com polenta. São vários os restaurantes que oferecem estas opções. Neste roteiro, há casas de artesanato, de massa caseira, assim como, destacamos a casa da cuca (bolo tradicional) e casa da erva mate.

Afigurou-se relevante tratar da rota gastronômica com o tema chocolate no sul da Bahia. Cunhou-se de Estrada do Chocolate, a rota turística que liga os municípios de Ilhéus e Uruçuca. Oficializada em 2017, a referida estrada é pontuada por fazendas de cacau, onde é possível conhecer todo o processo de produção do chocolate, do plantio do cacau até a fabricação do doce ou bean to bar ("da amêndoa para o chocolate), em uma nomenclatura mais atualizada.

Esse turismo que é rural e gastronômico faz parte de um segmento que cresce na experimentação dos sabores, em que o papel do território se destaca na produção daqueles alimentos que servirão como ingredientes dos pratos servidos em inúmeros restaurantes. O sul da Bahia possui o selo de Indicação Geográfica de procedência, pois o cacau produzido é cultivado em um sistema diferenciado, plantados em bosques da mata atlântica, na sombra de árvores nativas. Esta técnica seria fundamental para caracterizar o sabor do terra ou terroir. Há políticas públicas

e programas para ampliação da produção de cacau relacionada a elaboração de chocolates de alta qualidade.

Além do turismo in loco, o chocolate de origem da Bahia tem sido adotado por chefs de cozinha de São Paulo e Rio de Janeiro para a preparação de receitas, ultrapassando o alcance regional. Essa demanda tem provocado profundas transformações no mundo rural, com a fidelização de produtores rurais. Inúmeras famílias se dedicam, atualmente, na produção de alimentos orgânicos ou de alimentos com especificações bem definidas, os quais são cada vez mais valorizados nos grandes centros de consumo. Os territórios conferem identidade aos alimentos e à comida produzida a partir desses ingredientes.

Os chocolateiros dessa área estão sendo pioneiros no que vem sendo denominado de "chocolate de origem", procurando agregar valor ao produto e criar um nicho no mercado nacional. A cidade de Ilhéus promove anualmente, desde 2009, o Festival Internacional do Chocolate e do Cacau com o objetivo de reunir representantes de toda a cadeia produtiva de cacau. São cerca de 70 marcas de chocolate, algumas com lojas próprias. O festival promove o sul da Bahia como uma das principais regiões produtoras de chocolate do país.

Quanto à cachaça de Paraty, esta conquistou o selo de Indicação de Procedência em 2007. Não podemos deixar de mencionar a valorização dos alambiques de cachaça da costa verde fluminense, que estão abertos para visita com degustação. Algumas empresas estão investindo em tours destinados a levar os turistas para conhecer 3 alambiques em um dia por exemplo, outras promovem sessões de degustações de cachaça. O Festival da Cachaça que ocorre uma vez por ano na cidade, atrai turistas do país inteiro, promovendo ainda mais a popularidade da sua cachaça, incentivando os produtores locais e contribuindo para o turismo na cidade histórica de Paraty.

No estado do Rio de Janeiro, não somente a cidade de Paraty apresenta essas características, mas vemos esse movimento de crescimento de restaurantes com preocupação com ingredientes locais em municípios como Armação dos Búzios e Petrópolis, por exemplo, em que além do crescimento de restaurantes de chefs, vemos festivais gastronômicos locais. Destacam-se as rotas cervejeiras na região Serrana do Rio de Janeiro, particularmente a cervejaria Bohemia em Petrópolis, a qual é uma das mais expressivas no recebimento de turistas. Percebe-se um

movimento de expansão das pequenas cervejarias artesanais na região serrana fluminense, que estão se organizando para oferecer tours cervejeiros.

Em contraponto, a cidade do Rio de Janeiro oferece uma cozinha mais internacional, criativa e urbana. A gastronomia se destaca por chefs que unem ingredientes brasileiros a técnicas contemporâneas, sendo esta, juntamente com a capital paulista, as cidades com maior representatividade de restaurantes renomados no cenário nacional.

A cidade de São Paulo se tornou famosa por oferecer uma grande quantidade de restaurantes renomados e premiados, assim como aqueles especializados na chamada cozinha de imigrantes, particularmente a colônia italiana no bairro de Bela Vista (Bexiga) e da imigração japonesa no bairro da Liberdade. Enquanto maior cidade do país, os paulistanos já profissionalizaram tours gastronômicos pelo Mercado Municipal, um dos principais atrativos turísticos da cidade.

Tivemos a oportunidade de verificar que os eventos gastronômicos atraem e direcionam turistas, gerando um fluxo para o local que não ocorreria de outra forma. Dentre os festivais e concursos gastronômicos brasileiros mais famosos destacamos o “Comida Di Buteco”, Festival Gastronômico de Tiradentes, Rio Gastronomia e Taste São Paulo<sup>22</sup>.

Um dos estados que está se organizando para fomentar políticas públicas direcionadas para gastronomia é Minas Gerais. Em 2014, foi criado a Frente da Gastronomia Mineira<sup>23</sup>, um fórum de articulação entre diversos esforços para preservar as técnicas gastronômicas referentes à cozinha mineira. Posteriormente, houve a aprovação da lei nº 21.936/2015 que institui a Política de Desenvolvimento da Gastronomia no Estado e prevê a criação do “Plano Estadual de Desenvolvimento da Gastronomia”.

Em Minas Gerais, assistimos a criação de rotas gastronômicas em torno do queijo mineiro na Serra da Canastra, que tem na cidade de São Roque de Minas a base para a visita dos produtores de queijo. O modo de fazer queijo de Minas foi patrimonializado pelo IPHAN, potencializando o turismo, como discorreremos no primeiro capítulo. Destacamos o Festival Gastronômico de Tiradentes, além dos

---

<sup>22</sup> Cabe mencionar que participamos dos eventos mencionados de modo a compreender melhor as dinâmicas dos eventos e verificar o fluxo de turistas durante os eventos mencionados.

<sup>23</sup> Maiores informações podem ser obtidas no seguinte endereço eletrônico: <https://www.frentedagastronomiamineira.org>

tours gastronômicos do Mercado de Belo Horizonte e o tradicional Festival da Comida di Buteco.

Em 2018, o Festival Gastronômico de Tiradentes esteve em sua 21<sup>o</sup> edição comemorando os 300 anos de Tiradentes. O festival reuniu renomados chefes mineiros e privilegiou ingredientes locais como a taioba, ora-pro-nobis e carne suína. O festival conta com aulas e refeições especialmente preparadas para o evento, gerando um fluxo de turistas interessados na temática gastronômica, bem como na comida que é ofertada para o evento.

Por sua vez, o Comida di Buteco se auto-intitula o "maior concurso de cozinha raiz do Brasil", sendo considerado o maior evento gastronômico de Minas Gerais e um dos maiores do Brasil. De fato, o evento se caracteriza como uma competição anual de bares com a finalidade de eleger o melhor petisco da cidade e, em uma segunda, etapa, o melhor do país. Sua primeira edição ocorreu na cidade de Belo Horizonte, nos anos 2000. Hoje, espalhou-se pelo território nacional abrangendo cerca de 21 cidades do país com cerca de 600 botecos participantes. Constatou-se um expressivo fluxo de turistas que viaja para Belo Horizonte exclusivamente por conta deste concurso.

No restante do país percebemos iniciativas tímidas em relação aos *food tours*, aqueles passeios específicos voltados para a gastronomia local, que, em geral, ocorrem em mercados. O Mercado Ver-o-Peso em Belém do Pará é muito turístico, e encontramos alguns passeios voltados para explorar o mercado em geral, contando suas especificidades, porém não necessariamente com foco em comida.

Embora os cursos de gastronomia brasileira ou aulas práticas voltadas para turistas em conformidade com aquelas que vendidas no exterior, particularmente na França e na Itália sejam praticamente inexistentes, identificamos um grande potencial para que isso se desenvolva em terras brasileiras. Tais iniciativas estão se desenvolvendo na esteira das tendências internacionais, mais ainda engatinham se comparadas com as experiências propiciadas no exterior. Não são poucas as regiões que se tornaram mundialmente reconhecidas a partir dessa perspectiva, como é o caso das regiões francesas de Bordeaux, Lyon e Paris, ou as regiões da Toscana ou da Sicília na Itália.

Alguns países poderiam ser mencionados como exemplos de emprego de turismo aliado à gastronomia como caminho para o desenvolvimento econômico. É o caso, por exemplo, da França, Itália e Espanha na Europa e Peru e México nas

Américas que se revelam como importantes referências para outros destinos, pois além de possuírem restaurantes de alta gastronomia que são referências mundiais, apontam caminhos para a recuperação econômica de algumas áreas a partir da aposta na excelência de sua gastronomia e dos produtos regionais.

Os referidos destinos turísticos já são conhecidos por desenvolver esse par turismo e gastronomia de forma consolidada há alguns anos, tendo em vista a qualidade na produção de alimentos e de bebidas, sua tradição de escolas culinárias e o elevado número de restaurantes de alta cozinha<sup>24</sup>.

Tendemos a pensar que a Europa concentra o turismo gastronômico mundial, mas está havendo uma desconcentração significativa, assim como ocorre em outras áreas econômicas, financeira, política. Segundo dados da UNWTO (2014), está ocorrendo um processo de (re)ordenamento do espaço político-econômico global que se reflete no processo de desconcentração do turismo internacional do eixo do atlântico norte. Mesmo sendo, ainda hoje, o principal espaço de recepção e emissão de turistas, verificou-se a transição para um cenário mais complexo e diverso. A principal marca desta nova conjuntura seria a emergência da Ásia na recepção de turismo internacional e o crescimento dos fluxos de turismo no eixo do Pacífico. A América Latina vem tendo algum, mesmo que de forma mais tímida, se comparado a outras regiões.

Corroborando a tendência descrita pela UNWTO (2014), encontramos, durante a pesquisa bibliográfica, teses e trabalhos acadêmicos sobre turismo gastronômico em vários países como Canadá, Nova Zelândia, Japão e Tailândia, assim como políticas de fomento à atividade. Não obstante, mesmo havendo essa difusão, observa-se também como tendência uma modificação na escala de atuação do fenômeno. Não seria necessariamente a escala nacional que rege nossa problematização. Não basta dizermos que dentro da Europa se destacam pelo

---

<sup>24</sup> Durante o período de doutoramento, tivemos a oportunidade de planejar viagens gastronômicas para o Brasil e para fora do país, buscando voltar nosso olhar para gastronomia local. Privilegiamos as atividades relacionadas ao turismo gastronômico. Além de freqüentar restaurantes tradicionais de culinária local, procuramos realizar atividades voltadas ao mundo da gastronomia. Participamos de alguns cursos de gastronomia voltados para turistas, visitamos os mercados repletos frutas frescas, legumes, trufas e embutidos, fizemos passeios guiados pelas padarias e confeitarias, além caminhar pelas das feiras de produtores rurais que incluem queijos e charcutaria. Tivemos experiências sensoriais ao optar por restaurantes que oferecem menu degustação baseado nos princípios modernos da cozinha fusion, assim como integramos passeios especializados que envolveram visitas a um *caseificio* (fábrica de queijo) ou a fábricas de chocolate. Nossas visitas envolveram visitas a vinícolas, alambiques e cervejarias, assim como degustação dos respectivos produtos.

turismo gastronômico a França, Itália, Espanha e Portugal e nos Estados Unidos, os pólos que concentram atividade de turismo cultural seriam Nova York e Califórnia. O turismo urbano também ganha destaque neste contexto por concentrar restaurantes especializados e aclamados por guias famosos como o Guia Michelin.

Algumas zonas rurais produtoras entram em cena neste momento assim como as grandes metrópoles na promoção de experiências turísticas com finalidade gastronômicas. Elas são ilustrativas para pensarmos em outras escalas e conjunturas. Podemos exemplificar através das áreas de enoturismo pelo mundo que além da regiões já estabelecidas como rotas enogastronômicas consolidadas de Bordeaux e Toscana, temos ainda o Napa Valley, as vinícolas de Mendoza, os vinhos da Região de Stellenbosch na África do Sul e as vinícolas da Nova Zelândia. Além das regiões com tradição cervejeiras como a rota dos mosteiros na Bélgica, Bavária na Alemanha e a Bohemia na República Tcheca. Ou ainda, através de rotas gastronômicas como ocorre na Emilia Romana pelas fábricas de parmesão, presunto de Parma e vinagre balsâmico de Modena.

De acordo com a pesquisa Travel Food Monitor 2016, já mencionada anteriormente, a Itália, juntamente com o Japão, são os países mais escolhidos por quem quer ter uma viagem totalmente imersa na gastronomia. O país europeu é, por exemplo, o destino preferido para os amantes de cozinha regional italiana, onde são reconhecidos, particularmente, a região da Toscana e a cidade de Roma, lugares detentores de comidas e vinhos de excelência. Movidos pela curiosidade de experimentar os produtos típicos locais e descobrir onde se localiza sua produção, o território italiano, é o único que interessa em termos de gastronomia aos chineses e Norte-Americanos. Outra informação do referido documento é que os turistas chineses são aqueles que possuem maior intenção de fazer viagens gastronômicas, seguidos pelos mexicanos, indianos, australianos e americanos.

Isto posto, ao buscarmos tecer considerações a respeito do turismo gastronômico, fomos conduzidos a analisar diferentes visões conceituais sobre o tema, estabelecendo um paralelo com a troca de experiências promovidas pelo par turismo e gastronomia. Assim, percebemos que a problemática em tela tornou-se merecedora de maiores estudos para podermos compreender melhor as novas dinâmicas que se apresentam.

Visualizamos, neste capítulo, algumas iniciativas e políticas públicas em torno da problemática turismo e gastronomia. Pôde-se perceber que alguns guias de



viagem compuseram um instrumental que permitiu a vinculação entre a atividade turística e as cozinhas regionais, norteando o deslocamento em busca de novas experiências do gosto. Em muitas ocasiões, foram a partir deles e suas indicações que se estabeleceram os clubes gourmets e a construção das redes voltadas para a gastronomia. Aqueles restaurantes indicados nos guias de viagem, os premiados e aqueles que possuem chefes celebridades são bastante procurados no contexto do turismo gastronômico.

Partindo das considerações aqui apresentadas, privilegiou-se a rede de restaurantes da Associação da Boa Lembrança, cujos estabelecimentos se definem pela qualidade da gastronomia, sendo composta, em sua maioria, por restaurantes locais com proprietários do lugar e negócios de família. Consideramos esta rede um exemplo de turismo gastronômico no Brasil, sendo suas características melhor explicitadas no próximo capítulo.

## CAPÍTULO 4

### ASSOCIAÇÃO DE RESTAURANTES DA BOA LEMBRANÇA: UM EXEMPLO DE TURISMO GASTRONÔMICO NO BRASIL

---

A revalorização da cozinha regional com sentido gastronômico se aprofunda ao longo das primeiras décadas do século XXI com o desenvolvimento do turismo gastronômico. Nesse período, notamos iniciativas de patrimonialização da cozinha e a promoção de eventos como concursos e festivais em que são privilegiados elementos da gastronomia local.

No momento presente, evidencia-se um aprofundamento das relações entre a comida e os viajantes, desenvolvendo características outras que envolvem questões para além das necessidades da simples alimentação durante a viagem. Por essa razão, os atores deste jogo, leiam-se os restaurantes, os promotores do turismo, empreendedores, trabalhadores, turistas e o Estado, através de algumas políticas públicas direcionadas, sejam de âmbito local ou não, começam a incorporar, às atividades oferecidas ao turista, reservas em restaurantes renomados, passeios dedicados ao conhecimento dos ingredientes nativos em mercados e empórios e visitas a vinícolas, por exemplo. A organização de festivais gastronômicos, concursos e roteiros relacionados ao paladar entram na pauta a cada dia como foi evidenciado no capítulo terceiro desta tese.

Neste contexto, reivindicamos a posição da Associação de Restaurantes da Boa Lembrança como um ator relevante neste cenário. Escolhemos, portanto, para ilustrar esta tese, a ARBL, enquanto um exemplo de atividade relacionada ao turismo gastronômico no país, dado que evidenciamos a existência um fluxo de turistas nos restaurantes que integram essa rede gastronômica. Sua importância reside justamente na consolidação da gastronomia como atrativo turístico para o brasileiro, na inclusão do Brasil entre os destinos gastronômicos mais diferenciados e na difusão da rica e abrangente cozinha regional brasileira.

Com esta decisão, o quarto capítulo tem por objetivo compreender as novas dinâmicas de territorialização do turismo e da gastronomia no Brasil através da rede de restaurantes que a ARBL abriga sob sua alçada. Portanto, buscamos aqui

verificar a medida de importância da Associação de Restaurantes da Boa Lembrança para a formação de um turismo gastronômico mais estruturado e os fundamentos sobre a qual está lastreada.

Entramos em contato com a distinta Associação e obtivemos informações importantes para complementar a nossa pesquisa, para além daquelas disponibilizadas através de seu endereço eletrônico<sup>25</sup>. Realizamos, ao longo do caminho de investigação, algumas entrevistas não estruturadas que se revelaram conversas esclarecedoras em diversos pontos e nos proporcionaram condições mais assertivas para realizar uma análise mais conjuntural sobre a atuação da Associação de Restaurantes da Boa Lembrança.

De acordo com a ARBL (2018), nos últimos 24 anos de existência, a Boa Lembrança foi além de seus objetivos iniciais, configurando-se em uma rede de restaurantes com forte apelo turístico, sendo o fluxo de turistas nacionais relevantes dentro dos consumidores do prato da Boa Lembrança. Mesmo sem divulgar um percentual, confirmamos, através das referidas entrevistas, que parte dos clientes dos restaurantes é de turistas que utilizam estes estabelecimentos como referência gastronômica. Ao olhar para os atores que participam da experiência da Boa Lembrança conferimos visibilidade ao processo turístico.

Ao tabularmos os dados de uma série histórica desde ano de 1994 até o ano de 2018, conseguimos observar quais foram os pratos (prato de cerâmica decorado) e as receitas correspondentes criadas a cada ano<sup>26</sup>.

Vale ressaltar que os Pratos da Boa Lembrança mudam periodicamente, havendo uma renovação das receitas e dos desenhos representados no prato em si.

Desta forma, o quarto capítulo propiciou um avanço em nosso pensamento a respeito do turismo gastronômico no Brasil, sobre as interfaces entre as cozinhas regionais e a sua relação com os sabores que compõem a culinária nacional, como também especificar as características que regulam a própria ARBL.

A partir disso, obtivemos os elementos necessários para traçar um breve resgate histórico, pudemos dimensionar o tamanho dessa rede de restaurantes, compor um cenário sobre o seu funcionamento e traçar algumas territorialidades estabelecidas através da espacialização dos restaurantes da ARBL.

---

<sup>25</sup> <https://www.boalembanca.com.br/>

<sup>26</sup> Em 1994, a rede tinha 9 Restaurantes associados, crescendo significativamente nas duas décadas seguintes para mais de 90 estabelecimentos.

Partindo dessas premissas, optamos por segmentar este capítulo em quatro seções: o item 4.1. Do Surgimento dos Primeiros Restaurantes ao Hábito de Comer Fora de Casa, o item 4.2. A ARBL e o Prato da Boa Lembrança, o item 4.3. Uma viagem gastronômica pelas Receitas e Ingredientes dos pratos da Boa Lembrança, e, por fim, o item 4.4. Turismo Gastronômico e as Territorialidades da Rede de Restaurantes da Boa Lembrança.

#### 4.1. Do Surgimento dos Primeiros Restaurantes ao Hábito de Comer Fora de Casa

---

Este novo estabelecimento, o restaurante, consiste em oferecer ao público um festim sempre pronto, e cujos pratos são servidos em porções a preço fixo, a pedido dos consumidores, uma invenção muito útil por servir a estrangeiros e viajantes, permitir a escolha da hora mais conveniente das refeições e o conhecimento de antemão do seu custo (BRILLAT-SAVARIN, 1995, p.259).

Iniciaremos o assunto a partir da citação de Brillat-Savarin, no clássico a "Fisiologia do Gosto" publicado em 1826, no qual procura explicar o que seria um restaurante, uma novidade naquele momento, detalhando em minúcias algumas de suas vantagens.

Podemos dizer que a comida é experimentada cada vez mais como uma experiência para compartilhar, sendo, muitas vezes, através dela que se torna possível entrar em contato com o lugar, de uma forma mais imediata. O restaurante, por sua vez, brilha neste cenário, sendo cada vez mais valorizado enquanto um espaço não só da alimentação cotidiana, mas, sobretudo, um espaço social voltado para o lazer. O ato de frequentar restaurantes e a construção do hábito de comer fora de casa foram construídos socialmente ao longo do tempo. Estes espaços servem, não somente como suporte à atividade turística, mas são, principalmente, considerados eles mesmos as próprias estrelas.

Com a finalidade de situar o surgimento desses estabelecimentos no espaço-tempo, optou-se por falar do contexto em que os restaurantes modernos foram criados e a que propósito eles serviram. Para a presente tese, cabe esclarecer conceitualmente como se caracteriza um restaurante nos dias de hoje e como chegamos ao entendimento atual. Fizemos, então, um breve resgate das origens da terminologia "restaurante" e do seu significado para a cultura moderna visando, posteriormente, darmos seguimento a análise dos restaurantes da Boa Lembrança.

Baseando-se nas referências sobre este tema, a relação entre os restaurantes e as viagens seria de longa data, tendo origem nas tabernas das hospedarias de viajantes, que serviam um prato feito de comida simples e um pernoite. Todavia, durante a revolução dos transportes e comunicações do século XVIII e XIX, as viagens organizadas em grupos adquirem outra dimensão, dando origem ao que veio a ser o turismo de massas como vimos no primeiro capítulo.

Diante desse contexto, Flandrin e Montanari (1998, p.751), de acordo com a experiência europeia, descrevem o que, em sua visão seria um restaurante. Para os autores,

uma das instituições alimentares mais difundidas no mundo é a do restaurante, isto é um estabelecimento no qual mediante pagamento é possível sentar-se à mesa para comer fora de casa: na pior das hipóteses, uma refeição trivial, sem preocupação especial (embora às vezes a comida seja boa ...) ou, na melhor para viver um momento de intensa criação artística. De uma maneira geral, a situação é intermediária e conjuga em proporções variáveis, o agradável ao útil, a qualidade à modicidade do preço.

Os restaurantes clássicos, nos moldes como os conhecemos hoje, com clientes escolhendo pratos individuais, por meio de uma carta (cardápio), em um salão com mesas bem arrumadas e a comida de qualidade servida por garçons treinados tem origem na França como nos elucida os autores supramencionados. A maior diferença dos restaurantes em relação às hospedarias vem justamente da existência nos primeiros de um cardápio com uma diversidade de escolhas à disposição do cliente. Nas hospedarias a comida era restrita ao prato do dia.

Em seus primeiros tempos existiam alguns estabelecimentos simples, dotados de poucas mesas e com ambientes barulhentos, cuja oferta se resumia à venda de bebidas alcoólicas e pratos únicos definidos pela hospedaria. Em ambientes rústicos, com ingredientes simples, estes ofereciam refeições com baixo custo, acessível aos seus clientes. Conhecemos estes estabelecimentos pelos nomes de bares, brasseries, pubs, bodegas, tabernas e tascas.

Mais tarde, a inauguração dos cafés muda a forma de comer fora de casa e o hábito de frequentá-los se espalhou pela Europa, pois funcionavam como espaços voltados para sociabilidade, já que eram abertos e favoreciam a comunicação. Rapidamente, os cafés foram adotados como ponto de encontros da intelectualidade e acabaram por se tornar lugares influentes, frequentados por artistas, escritores, pintores e mercadores, sendo um fórum para atividades políticas e o desenvolvimento da sociedade. Neste cenário destacaram-se o Le Procope em Paris e o Café Florian em Veneza como os mais antigos ainda em funcionamento e ambos tendo papel importante no cenário político europeu (FLANDRIN e MONTANARI, 1998).

A literatura a respeito da origem dos restaurantes nos remete basicamente à França do século XVIII, quando existia a figura dos "restaurants". Estes se referiam

aos pequenos estabelecimentos especializados em servir caldos restauradores e se tornaram muito comuns neste período. Na língua francesa, *bouillon restaurant* seria um caldo denso e forte a base de carne que seria capaz de restaurar o vigor físico. Ressalte-se que ali era possível tomar a refeição revigorante e ao mesmo tempo de fácil digestão, dado o longo tempo de cocção da carne. Uma das vantagens desse tipo de estabelecimento era que o caldo poderia ser consumido em uma mesa ou em salas privativas, em um ambiente um pouco mais reservado do que nas tabernas e apreciado a qualquer hora do dia não havendo necessidade de reservas. Assim, as casas onde eram servidos tomaram emprestado o nome do prato incorporando de vez tal nomenclatura. De acordo com os estudiosos do tema, como Brillat-Savarin (1995), Revel (1996), Pitte (1998), Spang (2003), a origem do nome restaurante possivelmente deriva da palavra.

No momento em que um desses "restaurants" passou a servir assados com molhos, ampliando o cardápio, sua clientela multiplicou-se significativamente. Segundo Pitte (1998), mesmo provocando conflitos a época com os "traiteurs<sup>27</sup>", pois a venda de guisados (carne cozida em molho) eram exclusividades destes estabelecimentos, a ideia de espaços mais confortáveis com atendimento diferenciado em relação às tabernas e uma oferta de comida mais diversificada seguiram adiante e se tornaram as bases para o conceito mais atual.

É consenso entre os intelectuais como Revel (1996), Flandrin e Montanari (1998) e Pitte (1998) que depois da revolução francesa, sobretudo, houve a expansão do número de restaurantes, pois a burguesia queria provar as iguarias que somente a aristocracia da época tinha acesso na medida em que a alta aristocracia mantinha seus próprios cozinheiros. O famoso chef francês Antonin Carême, conhecido por ser o "chef dos reis" e por ser um dos fundadores da alta cozinha francesa pode ser considerado um exemplo desta situação.

A gastronomia aristocrática do antigo regime caracteriza-se pelo distanciamento em relação à necessidade, a nobreza afirma sua posição social através do consumo de produtos caros e distantes (as especiarias,

---

<sup>27</sup> Os ditos "Restaurants" rivalizavam com a figura dos "traiteurs". Os últimos se definiam como fornecedores de comida por encomendas para serem consumidas em casa, que, todavia, poderiam receber em seu estabelecimento, mediante reserva, alguns clientes selecionados. A sua maior demanda provinha de encomendas de uma elite local que não considerava a possibilidade de comer fora de casa e do luxo da qual estavam acostumadas.

por exemplo) e assim procedendo opõe-se às práticas alimentares populares (POULAIN, 2004, p.35).

A teoria mais difundida sobre o assunto é que, já passada a fase do terror, havia um grande número de cozinheiros e profissionais da área bem qualificados e que estavam sem trabalho por conta da queda da aristocracia. Os restaurantes modernos surgiram do encontro desses profissionais com uma burguesia propensa a pagar para comer da mesma culinária usufruída há tempos pela nobreza. Nas palavras de Flandrin e Montanari (1998, p. 759), os restaurantes poderiam ser vistos *“pelo viés de uma instituição surgida da decadência das corporações”*. Neste sentido, a Revolução Francesa possa ser considerada um marco, uma quebra de paradigmas que facilitou a introdução moderna do conceito de restaurantes como o compreendemos nos dias de hoje.

Somente após esse período, os restaurantes passaram a ser vistos como um espaço social urbano. Até então, quando se falava em restaurante, à ideia que se tinha era a de caldos restauradores. Vimos, portanto, que os restaurantes foram criados dentro do contexto do capitalismo e avançaram de acordo com tal lógica.

No decorrer do século XIX, verifica-se uma pré-disposição para a realização das refeições em restaurantes de forma mais frequente e a referida prática se popularizou nos países europeus, onde os endereços mais nobres de grandes cidades passaram a concentrar restaurantes refinados com receitas de chefes famosos. De acordo com Montanari (2009) foi nesse período que a culinária se refinou e foram criados bons modos à mesa. Assim como ocorreu em Paris, vemos o florescimento do conceito moderno de restaurantes em Londres, Florença e Veneza.

Na época, a palavra gastronomia já era usada aqui e ali, mas coube a Brillat-Savarin (1995, p. 57) estabelecer a sua definição e tratá-la como ciência.

A gastronomia é o conhecimento fundamentado de tudo o que se refere ao homem, na medida em que ele se alimenta. Seu objetivo é zelar pela conservação dos homens, por meio da melhor alimentação possível. Ela atinge esse objetivo dirigindo, mediante princípios seguros, todos os que pesquisam, fornecem ou preparam as coisas que podem se converter em alimentos abrangendo os produtores, os cozinheiros e seja qual for o título ou a qualificação sob a qual se disfarçam suas tarefas de preparar alimentos. O assunto material da gastronomia é tudo o que pode ser comido; seu objetivo direto, a conservação dos indivíduos; e seus meios de execução, a cultura que produz, o comércio que troca, a indústria que prepara e a experiência que inventa os meios de dispor tudo para o melhor uso.



O primeiro restaurante baseado nesses princípios foi aberto em Paris em 1782. O La Grande Taverne de Londres, cujo proprietário Antoine Beauvilliers foi considerado um precursor da atual fórmula que os estabelecimentos utilizam nos dias de hoje. Segundo Pitte (1998), ao combinar quatro pré-requisitos essenciais, a saber: um salão elegante, garçons bem treinados, uma adega bem escolhida e uma cozinha requintada, seu proprietário traçou os paradigmas atuais para um restaurante de luxo.

No final do século XIX, no momento em que o tempo disponível para o lazer está se consolidando, houve um marco para a hotelaria e para o turismo gastronômico. Segundo Pitte (1998), o hotel Ritz foi pioneiro, neste âmbito, ao agregar ao seu empreendimento um restaurante refinado com chef de renome à época: Auguste Escoffier. Passando a oferecer mais do que apenas um serviço de alimentação aos seus hóspedes, o restaurante deste hotel passou a ser visto enquanto uma atração em si mesma, por conta de sua excelência gastronômica. A parceria entre César Ritz e Escoffier foi profícua e, devido ao grande sucesso, fundaram uma rede de hotéis pelo mundo que passou a seguir o padrão que associa hotéis de luxo a restaurantes de alta gastronomia. A partir de então, a rede hoteleira em geral procurou ter, dentro de seus complexos, restaurantes de referência que possam ser considerados verdadeiras atrações gastronômicas.

Se na Europa, o processo de mudança nos hábitos de comer fora de casa remontam o século XIX, havendo uma concentração de cafés e restaurantes finos nas avenidas mais emblemáticas das cidades, no Brasil esse processo se desenvolveu tardiamente, ocorrendo com maior intensidade a partir da segunda metade do século XX.

Cumprir mencionar a existência de alguns estabelecimentos que se tornaram ícones no cenário nacional no século XIX, mas que não faziam parte do cotidiano da maior parte das famílias brasileiras. Pela sua capitalidade, os primeiros estabelecimentos com estes conceitos surgiram na cidade do Rio de Janeiro e alguns deles ainda se encontram em funcionamento, como é o caso do Café Lamas aberto em 1874, do Bar Luiz em 1887 e da Confeitaria Colombo, inaugurada em 1894. Na cidade de São Paulo apontamos o Restaurante Carlino, aberto em 1881, assim como o Restaurante Leite em Recife, inaugurado em 1882.

Podemos dizer que o hábito de comer fora de casa, em restaurantes, era uma atividade pouco usual até meados dos anos 1970 no Brasil, sendo mais comum a

comida caseira que variava conforme a área do país. Até então, para o brasileiro, a referência de boa comida não vinha de restaurantes, mas, sobretudo, a comida feita pela mãe e avó, em momentos festivos principalmente.

Janine Collaço (2003, p. 177) assinala a ideia de que

a casa é onde se está livre para imaginar e construir a noção do que é uma “refeição ideal”. A importância do espaço doméstico na constituição das representações do comer surge claramente, sendo a refeição ideal um instrumento para a construção da memória e ponto de referência para definir o ato de comer. A casa forneceria os modelos “ideais” para elaborar as ideias do comer que podem ser revistos e adaptados à realidade com a qual se convive, e mesmo não permanecendo fixos ao longo da experiência de vida, moldam as bases para as representações do comer.

Respondendo pela análise das práticas culturais cotidianas, concordamos com Certeau (2008a) quando nos fala que as reflexões sobre estas práticas ordinárias aproxima os “modos de fazer” das pessoas comuns, em contraponto a ordem social estabelecida. Para que uma mudança de prática aconteça, torna-se necessário modificar todas as orientações de julgamento que estruturam essa prática no espaço social.

Significa, ainda, uma mudança no próprio habitus. A teoria do habitus de Bourdieu poderia ser evocada, neste momento, como um instrumento conceitual que nos auxilia na construção do pensamento. Assim, o Habitus seria

um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações – e torna possível a realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças às transferências analógicas de esquemas (BOURDIEU, 1982, p. 65).

Habitus é uma noção que auxilia a pensar as características de uma identidade social, de uma experiência biográfica, um sistema de orientação ora consciente ora inconsciente. Habitus como uma matriz cultural que predispõe os indivíduos a fazerem suas escolhas. Embora controvertida, a teoria do habitus possibilita a pensar o processo de constituição das identidades sociais no mundo contemporâneo (SETTON, 2002).

Corroboramos com a visão de Collaço (2003, p. 178) em artigo sobre o hábito de comer fora, quando nos fala que

o ato de comer fora no Brasil encontra-se associado a essas transformações, presentes na sociedade de modo geral e vislumbradas no crescimento urbano, na expansão industrial, na incorporação da mão-de-obra feminina no mercado de trabalho etc., mudanças presenciadas especialmente a partir da década de 1950. Até o final da década de 1970, esse processo passou por uma renovação, uma vez que o país presenciou um boom econômico, promovendo definitivamente a oportunidade de tornar

esse hábito uma constante na rotina dos indivíduos. Em um primeiro momento, ainda segundo esses autores, surgiram vários restaurantes destinados a atender pessoas de maior poder aquisitivo, enquanto botequins e bares destinavam-se aos usuários de possibilidades econômicas mais escassas. As pizzarias, rodízios de carne populares, redes de comida árabe e cantinas italianas instalaram-se e direcionaram suas forças para a classe média urbana, que se expandia visivelmente durante aquele período.

Por isso, considerando, principalmente, as mudanças no modo de vida urbano, a individualização, a alimentação com produtos industrializados e a ampliação do tempo livre voltada para o lazer, observamos uma nova onda de expansão do número de restaurantes no país e uma modificação no padrão de alimentação no século XXI. Em geral, conforme relatado por nossos interlocutores como Collaço (2013) e Dória (2014), a cultura de comer em restaurantes cresceu exponencialmente em razão de uma série de transformações urbanas, sociais e econômicas.

A Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009 teve por objetivo fornecer informações sobre a composição dos orçamentos domésticos, a partir da investigação dos hábitos de consumo, da alocação de gastos e da distribuição dos rendimentos, segundo as características dos domicílios e das pessoas. A POF investigou, também, a auto percepção da qualidade de vida e as características do perfil nutricional da população brasileira (IBGE, 2009).

De acordo com dados do IBGE, referentes a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) de 2008 - 2009 e de 2017-2018, a partir da investigação dos hábitos de consumo, houve, efetivamente, um aumento nos índices percentuais das refeições realizadas fora de casa ao longo do tempo, passando de 31,1% do total destinado à alimentação na POF de 2008-2009 para 32,8% em 2017-2018. Entre as famílias que moram em áreas urbanas, essa fatia destinada à alimentação fora de casa subiu de 33,1% para 33,9% no período.

Tais dados se referem aos recursos destinados à alimentação fora do domicílio tem tido um crescimento desde a década de 1970. Partiu-se de um gasto médio em refeições fora de casa de aproximadamente 10% do orçamento das famílias, passando para aproximadamente 20% do orçamento na década de 1990 e elevando-se para cerca de 30% nos anos 2000. Para o ano de 2017 este índice foi de aproximadamente 32%, apresentando-se ainda em crescimento.

Esta significativa expansão ocorre também em relação à ampliação da diversidade dos tipos de cozinha encontrados nos centros urbanos, dado o maior acesso às informações ligadas a comida e a gastronomia, sendo notórias as alterações na esfera da qualidade dos restaurantes, que passam a abranger questões como a renovação da concepção dos ingredientes utilizados nas receitas.

Ao longo do tempo, a prática de comer fora de casa foi se difundindo e, gradualmente, foi se expandindo para o que entendemos na contemporaneidade. Tal ato conserva em si um forte elemento de representação social, consolidando-se como uma opção cotidiana e não mais enquanto uma expressão dos costumes da elite. Ao traçar as interligações de uma cotidianidade concreta, Certeau (2008a) aborda os diferentes meios pelos quais as práticas cotidianas podem subverter imposições e controles diversos.

Ainda que seja sabido que nem todos os restaurantes se destinam ao lazer, alguns funcionando apenas com o objetivo da alimentação de um grande número de pessoas durante o horário de trabalho e outros com a finalidade de suprir a falta de tempo disponível para o preparo da refeição, devemos pensar que os restaurantes da Boa Lembrança estão estreitamente vinculados a parte lúdica do ato de comer, tendo em vista que estes espaços exigem que um certo tempo seja dedicado à uma refeição que se pretende memorável. Mesmo que em uma viagem a necessidade de refeições esteja alinhada à frequência destes restaurantes, pensamos que os mesmo não são utilizados para refeições rápidas durante o dia.

Dória (2014, p. 200), em seus estudos sobre a formação da culinária brasileira nos lembra que

uma diretriz muito comum na gastronomia atual é buscar produzir emoções no comensal. Como todo estado de espírito isso depende mais da vida simbólica do que das sensações fisiológicas; mais do contexto cultural em que a experiência gustativa se desenvolve do que do treinamento do paladar.

Neste âmbito, o hábito de comer em restaurantes foi construído ao longo de séculos e se reverberou pela sociedade moderna enquanto uma prática social atrelada tanto ao cotidiano, quanto ao lazer e a momentos tratados com distinção. Respondendo pela análise das práticas culturais cotidianas, as reflexões sobre estas práticas ordinárias aproxima os “modos de fazer” das pessoas comuns, em contraponto a ordem social estabelecida como discutiu Certeau (2008a) em sua invenção do cotidiano.

Portanto, os restaurantes da Boa Lembrança estão pontuados nesta tese, sendo vistos enquanto locais, cuja função social vai além do consumo de alimentos, cultuando a gastronomia brasileira e acolhendo turistas em busca de experiências legítimas. Note-se a importância que as associações de restaurantes detiveram para a valorização da cozinha regional, com ingredientes nativos, provenientes de produtores locais, desmistificando a ideia de que a boa comida somente se encontra atrelada a alta gastronomia.

A seguir, o próximo item analisa a Associação de Restaurantes da Boa Lembrança, abordando sua origem no Brasil, sua inspiração italiana e detalhando o processo de criação dos pratos da Boa Lembrança.

### 4.3. A ARBL e o Prato da Boa Lembrança

---

“Uma boa lembrança é sempre indispensável. Por um Brasil com mais sabor e mais cultura” (Associação de Restaurantes da Boa Lembrança - ARBL ).

A Associação de Restaurantes da Boa Lembrança - ARBL foi fundada por Danio Braga no ano 1994, distrito de Itaipava, no município de Petrópolis, região serrana no Estado do Rio de Janeiro.

Italiano de Parma, Braga chegou ao Brasil no fim da década de 1970 e abriu seu primeiro restaurante, o Enotria, em 1981, no bairro de Copacabana, cidade do Rio de Janeiro. Em 1992, já consagrado na cena gastronômica carioca, abriu também o Locanda della Mimosa em Petrópolis, Estado do Rio de Janeiro. Dois anos depois, o chef idealizador do projeto da Associação da Boa Lembrança finalmente realiza o seu sonho e funda a associação.

O chef italiano, radicado no Brasil, foi idealizador de todo o projeto, sendo o responsável pela formatação das regras que norteiam a Associação, desde o fechamento dos acordos comerciais que permitiram a fabricação dos pratos em cerâmica em uma oficina em Itaipava até a reunião dos restaurantes que compuseram a associação à época de sua abertura (FASSINA, 2016).

No ano da fundação, nove restaurantes faziam parte da ARBL, dentre os mais famosos estão o Locanda della Mimosa e Enotria, estabelecimentos do fundador, além do Fasano, Guimas, Quadrifoglio e Antiquarius, dentre outros.

O período que abrange desde ano de 1994 até o ano de 2018 demonstra o crescimento da ARBL nas décadas seguintes. Na década de 1990, a ARBL atinge cerca de 40 restaurantes associados. No início dos anos 2000, a Associação passa dos 55 estabelecimentos e, após 2010 aproximadamente, alcança a marca dos 90 restaurantes.

O primeiro prato da Boa Lembrança, ilustrado pela figura a seguir, foi produzido em 1994 para a fundação da entidade. O prato do Restaurante Locanda della Mimosa, aponta para uma receita denominada Stracotto com Polenta, referindo-se ao resgate da ancestralidade do chef Danio Braga. Pelos ingredientes do prato, notamos as raízes italianas do chef criador da Associação da Boa Lembrança.

O stracotto é um clássico italiano, cuja receita, como veremos adiante, seria um pedaço de carne bovina com longo tempo de cocção para que fique bem macia. Assim como o stracotto, a polenta constitui-se como um elemento importante na dieta alimentar italiana, sendo um alimento popular e bem tradicional dentro da tradição culinária italiana.

Ressalte-se que a incorporação da polenta nos hábitos alimentares brasileiros origina-se, em parte, em função dos rebatimentos da culinária imigrante, com a colônia italiana no sul do Brasil, onde seu consumo, ainda hoje, é significativo, havendo, inclusive, a Festa da Polenta no Rio Grande do Sul, restaurantes especializados e roteiros gastronômicos baseados na referida comida.

Figura 3: Prato da Boa Lembrança do Restaurante Locanda Della Mimosa de 1994

## STRACOTTO CON POLENTA

### Ingredientes:

1 kg de chã de boi limpo  
 30 ml azeite extra virgem/20 g de sal  
 50 g de cenouras  
 50 g de aipo  
 50 g de cebolas em cubos  
 50 g de alho poró cortado  
 2 tomates maduros  
 500 ml de caldo de galinha  
 120 g de fubá (polenta Italiana de preferência)



### Modo de Preparo:

Dourar a carne na panela primeiramente com o azeite, depois dourada retirar a carne, baixar o fogo e juntar todos os legumes picados. Deixar ficar transparentes os legumes a fogo brando colocando um pouco de caldo de galinha, tampar a panela e deixar cozinhar durante três horas até a carne ficar bem macia mas não desmanchada. Após a carne pronta, retirar da panela, coar o molho e reduzir o mesmo até a consistência ficar espessa. Cozinhar a parte enquanto se reduz o molho a polenta numa panela com o restante do caldo de galinha durante pelo menos 45 minutos.

Colocar a polenta no meio do prato, cortar em fatias a carne, colocar por cima da polenta e cobrir com o molho, servir bem quente.

Em 1994, ano de sua fundação da ARBL, foram idealizados os pratos para os restaurantes iniciais. Os primeiros restaurantes associados se concentravam nas cidades do Rio de Janeiro, Petrópolis, São Paulo e Belo Horizonte. Com o passar dos anos, novos restaurantes foram se associando a ARBL. Após poucos anos de atividade, a Associação contava com representantes de todas das regiões do país e com apoio de chefes renomados como o grupo Fasano e Claude Troisgros por exemplo. Em 1997, a rede de restaurantes era composta por 22 restaurantes, em 2000 por aproximadamente 40 estabelecimentos, chegando ao ano de 2018 com 95 restaurantes.

A premissa que norteou todo o conceito do projeto baseia-se na ideia de que o cliente do restaurante, ao escolher a criação do chef, levaria um presente, um item especial que trouxesse boas recordações de uma refeição de excelência.

Como regra geral, cada restaurante que adere a rede deve ter uma "especialidade" de Boa Lembrança no menu, ou seja, uma receita que revele as facetas do território que o inspira, dotadas de ingredientes que remetem a cultura local. O cliente/turista, que degusta essa especialidade da casa, recebe, ao final da refeição, um prato de cerâmica decorado com pinturas que remetem ao restaurante e aos ingredientes da receita que foi consumida. Seria uma espécie de presente destinado a perpetuar a "boa memória" de uma experiência gastronômica que não deve ser esquecida.

A peça de arte que é oferecida ao final da refeição nos restaurantes associados coroa a toda uma experiência gastronômica vivenciada nos restaurantes da rede. A efemeridade da comida se prolonga através da "experiência" sensorial realizada, cuja tradução simbólica se reflete no prato da Boa Lembrança, ícone das memórias das refeições realizadas.

Neste sentido, o "Prato da Boa Lembrança" foi pensado para ser o símbolo maior dos restaurantes associados e não apenas um brinde aos clientes. Tomando emprestado a figura de linguagem na qual a parte exemplifica o todo, o Prato representa a Associação, sendo este elemento, muitas vezes, mais conhecido que a própria ARBL. Em algumas ocasiões, há uma inversão: o prato pode vir a ser o primeiro contato com a ARBL e, somente depois, o seu real contexto é literalmente compreendido.

A inspiração para a concepção do projeto inicial foi a Unione Ristorante del Buon Ricordo na Itália. Ainda na Europa, Danio Braga já era um colecionador dos



pratos daquela rede e admirador desse conceito. Então, tomou para si a iniciativa e concebeu o projeto brasileiro com princípios semelhantes àqueles praticados pela entidade italiana.

De fato, tornou-se relevante para esta tese pontuarmos a rede gastronômica italiana da qual a rede brasileira fora inspirada. Criada na década de 1960, o *Piatto del Buon Ricordo* ainda funciona plenamente e seu sistema é bastante similar aquilo que vivenciamos com Prato da Boa Lembrança.

A *Unione Ristorante del Buon Ricordo* promete por mais de meio século uma viagem pelos sabores e cores da cozinha italiana. Os pratos colocados sob sua marca, distribuídos de norte ao sul da Itália, representam a melhor expressão da cozinha regional italiana e traçam o mapa da gastronomia e da hospitalidade *Made in Italy*. *Buon Ricordo*<sup>28</sup>

Conforme podemos observar a partir da figura 4, os pratos italianos adotam figuras bem humoradas, ícones regionais, pontos turísticos e outros temas. Estes foram a inspiração para o desenvolvimento da arte dos pratos brasileiros.

Figura 4 : Pratos da *Unione Ristorante del Buon Ricordo*



Legenda: Pratos da associação italiana *Unione Ristorante del Buon Ricordo*.  
Fonte: *Unione Ristorante del Buon Ricordo*, 2018.

De acordo com as informações disponibilizadas pela instituição italiana, Dino Villani foi o idealizador do projeto. Ele se juntou a um grupo de 12 restaurantes de reputação ilibada com o objetivo de atribuir notoriedade e prestígio às muitas expressões locais, uma vez que a questão da gastronomia passava por uma espécie de crise de identidade. Naquela época, havia uma predominância dos produtos

<sup>28</sup> Consultamos o livreto apresentando as instalações e suas especialidades, assim como seu endereço eletrônico. <http://www.buonricordo.com> Acessado em 09/2018.

altamente industrializados e processados e, por este motivo, as tradições gastronômicas italianas não estavam sendo devidamente valorizadas, inclusive, pelos próprios italianos.

Quando na primavera de 1964, todos os doze associados assumiram um compromisso de praticar uma culinária típica, relacionada ao território, com produtos locais. Também prometeram manter no cardápio, todos os dias do ano, "uma especialidade" que seria a representação mais rigorosa e exemplar dessa cozinha regional. Hoje os restaurantes Buon Ricordo totalizam o número de cem membros, sendo que dois restaurantes desse grupo inicial ainda estão ativos na Associação do Buon Ricordo.

Na Itália, a importância do regionalismo fica bastante evidente, pois a cozinha italiana é tanto ou mais fracionada que a própria divisão política da península. Suas cozinhas regionais são o resultado de uma identidade feita de trocas e comércio, como defende Cappati e Montanari em seu livro sobre a história da cozinha italiana, publicado em Roma em 1999 e nos Estados Unidos em 2003. Os autores argumentam que as mesmas seriam resultado da formação de uma identidade a partir das trocas, do intercâmbio cultural. E ainda assinalam que a imensa variedade de tradições gastronômicas remonta suas origens marcada pelas divisões políticas anteriores a unificação italiana, estando intrinsecamente ligada ao território que a identifica e pelo qual se define.

A Itália percebeu que a sua divisão interna, considerada a sua principal dificuldade de unificar-se como país, acabou por se tornar a sua principal riqueza. Em suas palavras " A Itália "delle cento città e dei mille campanili è anche l'Italia delle cento cucine e delle mille ricette". Em livre tradução: "A Itália de centenas de cidades e milhares de campanários, é também o país de centenas de cozinhas e milhares de receitas" (CAPATTI & MONTANARI, 1999, p. 7).

Embora apresente particularidades regionais bem marcadas, a gastronomia italiana se impõe ao gosto do visitante, resultando numa comida extremamente rica e atraente, sendo uma das mais populares e valorizadas no mundo. Notadamente, comida italiana e sua cultura alimentar são um material vivo e dinâmico. A cozinha tradicional, a busca por produtos de nichos locais, o conceito km zero<sup>29</sup>, foram os

---

<sup>29</sup> <https://www.km0slowfood.com>. Acessado em 09/2018.

caminhos e a filosofia de trabalho que nortearam os restaurantes que fazem da união italiana.

Nascido na Itália, o Km Zero é uma espécie de selo conferido pelo movimento "slow food" aos restaurantes que seguem determinados critérios vinculados a ideia de sustentabilidade e valorização da produção local. Fundiu-se com a noção, também originada na Itália, do Slow Food, conforme foi comentado no segundo capítulo. A união desses conceitos visa fazer uma releitura das cozinhas regionais, valorizando a cultura local e respeitando as diversidades regionais. Os restaurantes, para serem reconhecidos e credenciados como sendo km zero precisam ter, em seus cardápios, pratos com 40% dos ingredientes produzidos dentro de uma distância de 100 quilômetros dos mesmos. Além disso, os outros 60% terão sua origem controlada e não poderão possuir transgênicos. O número de cozinhas que fazem parte desse grupo cresce cada vez mais na Europa, evidenciando a ascendente preocupação de vários países com a sustentabilidade e turismo com base local.

Por isso, houve políticas públicas de valorização da imagem dos restaurantes associados aos produtos agro-alimentares italianos como azeite, aceto balsâmico de Modena, vinhos, queijos e embutidos típicos, sendo hoje tão apreciados e procurados no mundo. São criados selos de origem por serem produtos alvos de imitações e falsificações contínuas.

Neste contexto, os restaurantes sob a marca "Boa Lembrança" são embaixadores desses mesmos valores. No Brasil, a Associação dos Restaurantes da Boa Lembrança foi criada com princípios equivalentes ao da referida associação europeia. Influenciado por aquelas ideias, a ARBL se define como uma rede gastronômica de restaurantes signatários distribuídos pelo território brasileiro. Seus princípios prezam pela autenticidade, utilização de ingredientes regionais de alta qualidade e excelência no serviço.

Assim como os pratos de Buon Ricordo<sup>30</sup>, os pratos da Boa Lembrança são confeccionados em cerâmica, de forma artesanal e pintados a mão, não sendo pratos produzidos em escala industrial. O atelier localiza-se no distrito de Itaipava, do município de Petrópolis, Estado do Rio de Janeiro. Envolvendo mais de 20

---

<sup>30</sup> Os pratos Buon Ricordo são feitos pelos ceramistas de Cerâmica Solimene Artística de Vietri sul Mare, empresa muito tradicional naquela arte de uma família de ceramistas da Costa Amalfitana, no sul da Itália.

profissionais na confecção dos pratos, trata-se da produção de um delicado item de colecionador, que marcará a memória de um momento especial.

Até o ano de 2018, foram produzidos aproximadamente 1650 modelos de pratos com desenhos exclusivos. Em mais de vinte anos de atividade, foram fabricados aproximadamente de 1 milhão de pratos da boa lembrança, em uma média anual de 70 mil pratos por ano (ARBL, 2018).

Toda essa responsabilidade pela produção do prato é dividida por duas empresas: a Cerâmica Perição e a Cerâmica Van Erven, de acordo com suas especificidades, ambas situadas em Itaipava, no Rio de Janeiro. A primeira produz o prato em si, sendo a responsável pela modelagem da peça de cerâmica através da mistura de argila. Houve a criação de técnicas e formatos diferenciados na parte de trás do prato que dispensa o uso de arame para pendurar o souvenir na parede. Já a última, a cerâmica Van Erven, cuida principalmente da criação do desenho e da pintura artística dos pratos. (FLARYS, 2014; FASSINA, 2016).

A responsável pela criação dos desenhos foi, durante anos, a artista plástica Olga Salles Guerra de Itaipava, sendo a atual responsável artista Margot Rost. O processo de pintura é artesanal. Uma vez feito o "croqui" original e aprovado pelo restaurante, os pratos são pintados à mão no ateliê, por uma equipe de pintoras treinadas, peça por peça. Assim, não há um prato exatamente igual ao outro, havendo variações de cor, textura e formato em cada um deles. Tal fato confere singularidade a peça, tornando cada prato exclusivo aos olhos do colecionador.

Nesse processo criativo, os restaurantes enviam a receita do prato à artista que, baseada nos ingredientes da receita, desenvolve os desenhos e submete novamente aos chefs dos restaurantes para aprovação.

A arte final é criada em estilo naíf, cuja marca principal é a ingenuidade e o bom humor. Em geral, utiliza-se esta terminologia para designar um tipo de arte popular com traços mais livres espontâneos. A própria origem francesa da palavra naíf, cujo significado remete a ao "ingênuo ou inocente", ilustra bem a ideia que o prato da Boa Lembrança quer passar. Essa característica confere uma liberdade criativa aos artistas e permite que os ingredientes dos pratos possam ganhar vida como, por exemplo um cordeiro vestido com trajes típicos de gaúcho, camarões conversando ou galinhas dançando capoeira<sup>31</sup>. Essas ilustrações

---

<sup>31</sup> As figuras dos pratos aqui mencionadas estão dispostas no próximo item, juntamente com as receitas.

descontraídas remetem aos sabores dos pratos e à lembrança dos momentos vivenciados durante às refeições.

O estilo do Prato da Boa Lembrança segue a seguinte normatização. Na borda, na parte superior do mesmo, está escrito o nome do restaurante; no seu centro, está pintado o nome do prato e a ilustração correspondente, a qual retrata os ingredientes utilizados na receita do prato que, em geral, são produtos regionais ou algo que reverencie algum ponto da culinária brasileira. Por último, na borda inferior, registra-se a cidade de origem juntamente com o ano de criação do prato.

A figura, a seguir, ilustra o cotidiano dos trabalhadores e processo de confecção de pintura dos pratos no interior do ateliê em Itaipava.

Figura 5 - Pintura dos Pratos da Boa Lembrança na Cerâmica Van Erven



Legenda: Processo de Pintura dos Pratos da Boa Lembrança na Cerâmica Van Erven

Fonte: Foto de Fátima Carvalho para o Portal G1, 2014.

O prato da Boa lembrança se tornou um item de coleção com o passar dos anos e os clientes passaram a viajar para obter esses pratos, gerando um fluxo de pessoas que se desloca para lugares específicos com a intenção de degustar a comida local e colecionar a peça de arte.

Vemos aqui, uma aplicação direta das categorias fixos e fluxos elaborada por Santos (1994, 1996, 2001) em diversas obras para compreender de que maneira estes elementos podem ser agentes transformadores do espaço, do mesmo modo que podem refletir o desenvolvimento das técnicas em seus avanços ao longo do tempo.

Destaque-se que há a necessidade real de viajar até os restaurantes para obter o prato da Boa Lembrança de determinado restaurante, uma vez que não há a comercialização da peça de cerâmica unicamente, sendo necessário a experiência sensorial do gosto através da comida escolhida para adquiri-lo. Em suma, não há como comprar o prato da boa lembrança sem consumi-lo nos restaurantes.

Visando integrar os membros, foi criado um clube de colecionadores, mediado pela organização, onde é possível trocar pratos antigos, no qual seus membros podem interagir sobre as suas impressões sobre as experiências vividas, divulgar a sua coleção e compartilhar interesses comuns.

Acreditamos que o caráter colecionável do prato em si, contribuiu para o crescimento e consolidação da entidade no cenário nacional. O colecionismo é um elemento de escolha que deve ser ponderado e influencia positivamente a decisão de frequentar estes restaurantes, pois mesmo que a comida em si seja efêmera, a existência do prato prolonga toda a experiência vivenciada.

Tomamos como exemplo os colecionadores dos referidos pratos, que, em diversas ocasiões, viajam em busca dos pratos da Boa Lembrança e das criações gastronômicas dos restaurantes da ARBL. Neste sentido, visualizamos nesta associação um exemplo concreto de turismo gastronômico no país.

Cabe, nestas circunstâncias, a menção a coleção de Anésio Fassina (2016), o maior colecionador de pratos da Boa Lembrança com cerca de 1500 pratos. O colecionador lançou um livro, intitulado “Pratos da Boa Lembrança: Restaurantes, Pratos e Receitas da Associação dos Restaurantes da Boa Lembrança”, no qual narra um pouco da história da Associação da Boa Lembrança e contando os detalhes da sua coleção particular. O autor declara que viajou em muitas ocasiões exclusivamente para jantar em um dos restaurantes membros e conseguir seu precioso troféu. O livro foi premiado pelo Gourmand World Cookbook Awards como melhor do mundo na categoria Gourmand. Em depoimento o autor/colecionador declara que

Colecionar os pratos me deu mais que uma simples coleção: me deu a oportunidade de conhecer os colecionadores de todo o Brasil, de conhecer e manter contato com a diversidade e a riqueza da culinária brasileira. É uma entrega de corpo e alma em que envolvo minha família e meus amigos. Cada prato tem uma história, lembranças, vem repleto de carinho e amizade (FASSINA, 2016, p.4).

Além disso, não podemos deixar de mencionar a coleção particular de pratos da Boa Lembrança do orientador desta tese. A coleção do professor Dr. Miguel Angelo Ribeiro foi uma das motivações para o desenvolvimento deste estudo de caso ao ver na Associação de Restaurantes da Boa Lembrança um possível exemplo de turismo gastronômico no Brasil. O professor Miguel Angelo revela seu fascínio pelos pratos da Boa Lembrança, uma vez que, ao ver um prato de sua coleção na parede, as memórias dos sabores de uma refeição desabrocham e aqueles momentos são revividos. Em depoimento, nos fala que não somente aproveita as viagens de trabalho para visitar os restaurantes da Boa Lembrança como também já viajou exclusivamente com esta finalidade. Em sua coleção, além de um grande número de pratos, há pratos de todas as regiões do país desde a fundação da entidade praticamente. A figura a seguir ilustra a sua coleção particular.

Figura 6: Coleção Particular



Legenda: Coleção Particular do Prof. Dr. Miguel Angelo Ribeiro.  
Fonte: Acervo Particular, cedido para esta tese.

Isto posto, visualizamos o comprometimento por parte da ARBL em valorizar as muitas tradições gastronômicas do nosso país, as suas territorialidades, trabalhar uma cultura viva e estimular um turismo mais direcionado ao encontro dos seus valores. As receitas, criadas exclusivamente, para o prato da Boa Lembrança nos remete à geografia desses territórios que estão conectados em rede. O item, a seguir, analisa algumas receitas representativas da nossa brasilidade de modo a expor ingredientes e modos de fazer das cozinhas regionais brasileiras.



### 4.3. Uma viagem Gastronômica pelas Receitas e Ingredientes dos Pratos da Boa Lembrança

---

“Os alimentos e os manjares se ordenaram em cada região segundo um código detalhado de valores, de regras e de símbolos, em torno do qual se organiza o modelo alimentar de uma área cultural num determinado período” (GIARD, 2008, p. 232)

A ‘brasilidade’ de uma receita é verificada através da legibilidade ou reconhecimento dos ingredientes, quer sejam nativos, aclimatados ou importados. Na atualidade, a cozinha brasileira não é negligenciada ou banalizada como foram em outros tempos, existindo várias iniciativas que privilegiam os ingredientes provenientes de produtores locais e a preservação de um *modus operandis* local. O mito da cultura brasileira como oriunda da miscigenação das três raças ainda permanece enquanto um referencial para chefs em várias partes do país, como foi discutido no segundo capítulo, sendo uma minoria aqueles que buscam um caminho diverso, mais autoral para a culinária brasileira.

Pratos típicos (ou comidas típicas) constituem iguarias ligadas à história e ao contexto cultural de determinado grupo, marcadas pela manutenção de determinadas especificidades (combinação de ingredientes, técnicas de preparo ou serviço) que sobrevivem ao tempo, sendo readaptadas e ressignificadas, mas ainda mantendo uma essência identitária reconhecível. Assim, quando se degusta um prato típico, se estabelece contato com ingredientes locais e utensílios específicos – como panelas de barro e de pedra, colheres de pau, entre outros -, além de técnicas de preparo e serviço tradicionais que contam, da sua maneira, um pouco da história e da vida naquela localidade (GIMENES, 2010, p.198)

Aqui procuramos abordar como as receitas desenvolvidas pelos chefs da Boa Lembrança utilizam ingredientes que nos remetem à essa questão da brasilidade, da mistura dos ingredientes nativos das etnias que originam o Brasil juntamente com aqueles ingredientes e técnicas culinárias trazidas pelos colonizadores ou pelos imigrantes. Assim, há fortes evidências uma revalorização de ingredientes como a mandioca, peixes nativos e castanhas do Brasil. Da mesma forma, notamos a presença das massas e risotos típicos da culinária italiana de imigração, estes, muitas vezes adaptados aos ingredientes do lugar. A gastronomia seria, então, a busca pela renovação perante às éticas dos gostos das cozinhas em que está inserido socialmente, das técnicas culinárias e da visão sobre o que é comida.

A título ilustrativo, selecionamos seis receitas<sup>32</sup> que fizeram parte do rol de pratos da Boa Lembrança em anos anteriores e que reforçam a leitura da brasilidade. Procuramos englobar a diversidade regional do país ao selecionar restaurantes de todas as regiões brasileiras a partir dos ingredientes típicos relacionados nas receitas. Cumpre mencionar que todos os anos são criadas novas receitas pelos chefs de cozinha, havendo uma renovação dos pratos de forma periódica e sistemática.

Sublinhe-se que mesmo tratando de receitas que são típicas da Amazônia, do litoral brasileiro; do recôncavo baiano, do pantanal mato-grossense, dos gaúchos e das terras mineiras, elas podem ser encontradas em outras partes do país com o mesmo nome ou com algumas variações. A moqueca é um exemplo de receita que podemos encontrar em várias partes do país, podendo variar o tipo de peixe, os ingredientes do caldo e a presença de ingredientes marcantes como óleo de dendê ou leite de coco.

Note-se que as receitas não são compreendidas apenas como meros textos instrucionais que orientam o preparo de uma comida apresentando duas partes bem definidas: uma lista de ingredientes estipulando as quantidades necessárias e o modo de preparo enquanto uma sequência de procedimentos ordenados. Nosso entendimento em relação a elas se define enquanto representações culturais que ensejam ofícios e técnicas socialmente construídos e, sua interpretação, não se encontra focada apenas na parte culinária. Em um país onde a oralidade, como uma característica, ainda se faz tão presente, devemos considerar que as receitas, assim como os "segredos" do preparo são transmitidas oralmente através da prática de quem domina este ofício.

A força do saber transmitido, a memória múltipla e a criatividade são evidenciados no segundo volume da obra de Certeau (2008b, p.218), em que são valorizados os "as interligações de uma cotidianidade concreta" ao investigar as práticas do cozinhar e do habitar. Estes *savoir-faire*, estas práticas culinárias se situam no mais elementar da vida cotidiana, no nível mais necessário e mais desprezado. Aquele trabalho culinário que aparece sem mistério nem grandeza, eis que ele se desenrola numa montagem complexa de coisas a fazer, segundo uma

---

<sup>32</sup> As receitas foram disponibilizadas pela Associação de Restaurantes da Boa Lembrança, estando publicadas em seu endereço eletrônico. Acesso, 2018.

ordem cronológica predeterminada: prever, organizar, e estabelecer-se: preparar, servir, descartar, arrumar, conservar e limpar.

Em nossa visão, o autor italiano Massimo Montanari (2009, p.17) tem um discurso assertivo ao afirmar que

não basta apenas bons ingredientes, é preciso ordená-los e harmonizá-los e, assim, compor não somente uma receita mas uma refeição completa que será a interpretação pessoal do cozinheiro atrelada ao gosto daqueles que irão prová-la, juntamente com os ingredientes disponíveis e, também aos modismos de cada época e de cada região.

Através de alguns ingredientes, por exemplo, somos capazes de extrair informações a respeito da territorialidade e possíveis regras de sociabilidade, sabendo que o reconhecimento dos produtos nativos pela população depende do hábito de consumo construído em torno deles ao longo do tempo.

A ampliação do consumo do açaí fora da Amazônia, por exemplo, pode ser aqui discutida, pois enquanto, no norte do país, costuma-se consumir a iguaria como acompanhamento salgado do peixe, no centro sul, pelo contrário, o açaí é doce, misturado ao xarope de guaraná e servido gelado na textura de um creme ou sorvete.

Revel (1996) acredita que a cozinha regional possui um corpo de receitas próprias, essencialmente ligadas a uma região e a seus recursos, assim como pensa Julia Csergo (1998) quando esta aborda a emergência das cozinhas regionais.

Compilações de receitas e de obras eruditas enraízam a relação da mesa à sua qualidade, às suas tradições, aos seus valores humanistas e aos seus rituais em territórios e memórias, e isto muito além de segmentações geracionais, sociais, religiosas, econômicas ou políticas (CSERGO, 1998, p.15)

Muitas das receitas do prato da Boa Lembrança poderiam fazer parte desta análise, todavia utilizamos como critério para a escolha das receitas o resgate regional dos ingredientes tipicamente brasileiros e sua forma criativa de utilização combinado com técnicas tradicionais já consolidadas na culinária internacional, fugindo da simplicidade de expor aqui somente um prato típico revisitado.

Em relação a cozinha internacional, Peccini (2013, p. 215) "nos lembra que não há um corpus de receitas, mas um conjunto de métodos, de princípios, suscetíveis de variantes segundo as possibilidades sazonais, locais como também as questões de ordem econômica".

Assim, nossa seleção compreende as seis receitas dos pratos da Boa Lembrança, as quais serão aqui apresentadas, juntamente com a imagem dos seus respectivos pratos e seguidas de uma breve análise contextual. Primeiramente, abordaremos o “Trio Pai D’Égua” do restaurante Dom Mani do Pará, seguido pela receita do “Pintado com Crosta de Castanha do Brasil” do restaurante Mahalo do Mato Grosso. Trataremos ainda do prato “Galinha de Capoeira” da Casa de Tereza na Bahia, assim como do prato “Mineiríssimo” elaborado pelo restaurante Xapuri de Minas Gerais e do “Bobo da Ana é de Banana” referente ao Estado do Rio de Janeiro. Por fim, o “Cordeiro Bombacha Tchê” do Rio Grande do Sul.

A primeira receita aqui apresentada, através da figura exibida a seguir, é o “Trio Pai D’Égua”, cuja criação ocorreu em 2015, para compor o rol de Pratos da Boa Lembrança. O nome da receita faz referência a uma expressão tipicamente paraense, “pai d’égua” que significa uma coisa/comida ótima, excelente ou fenomenal. Esta receita, segundo a ARBL (2018), foi criada no restaurante Dom Mani, o qual se localiza na cidade de Santarém, estado do Pará.

Esta receita trabalha com produtos locais, característicos da Amazônia brasileira. Através da análise dos seus ingredientes, observamos a presença de elementos clássicos da culinária amazônica e de influências indígenas, originando uma receita com procedimentos simples que ressaltam o sabor dos peixes frescos.

Os peixes amazônicos de água doce, utilizados nesta receita, como o filhote, conhecido por ter uma carne gordurosa e branca com textura da carne mais rígida e o pirarucu, que possui a alcunha de bacalhau brasileiro, possuem sabores intensos que associados ao adocicado do camarão tem um efeito inesperado. O camarão nos remete, em um primeiro momento, ao litoral nordeste do país, todavia, este crustáceo é utilizado na culinária paraense, haja vista o tacacá, um dos pratos mais famosos da culinária amazônica. O jambu é um vegetal oriundo da Amazônia, muito utilizado na culinária paraense, de sabor levemente picante e que possui a característica de adormecer a boca. Em geral, o agrião da Amazônia, como também é conhecido, pode ser servido com arroz ou refogado com alho como é o caso da receita a seguir, funcionando como um acompanhamento para esse trio fantástico.

Figura 7: Prato da Boa Lembrança - Dom Mani - Santarém

## TRIO PAI D'ÉGUA

### Ingredientes:

1 medalhão de filhote 100 gr  
 1 medalhão de pirarucu 100 gr  
 jambu 80 gr  
 3 camarões grande 60 gr  
 molho bisque 70 gr  
 alho 5 gr



### Modo de Preparo:

- I- marinar os medalhões com laranja e sal por 1 minuto e reserve;
- II- tempere os medalhões com sal, pimenta branca e alho e reserve;
- III- grelhe os medalhões e reserve;
- IV- Refogue o jambu com o alho e reserve;
- V- limpe os camarões e tempere com sal, alho e pimenta branca;
- VI- prepare o molho bisque e reserve;

### Montagem do prato

- I- use um prato canoa;
- II- faça duas camas de jambu;
- III- coloque os medalhões por cima das camas de jambu;
- IV- refogue os camarões no molho bisque e coloque em uma molheira;
- V- leve-o ao prato e deguste.

Legenda: Receita Trio Pai D'Égua do restaurante Dom Mani da cidade de Santarém, Pará. Prato da Boa Lembrança de 2015.

Fonte: Associação de Restaurantes da Boa Lembrança, 2018.

Isto posto, trataremos, a seguir, de uma receita de Pintado com Crosta de Castanha do Brasil do restaurante Mahalo em Cuiabá no estado do Mato Grosso. De acordo com Saldanha (2015), em seu dicionário de termos gastronômicos, o pintado é um peixe comum nos rios do Mato Grosso, nobre, de grande porte, com carne branca e sem espinha, bastante utilizado na culinária do centro do país.

Devemos ressaltar que a cozinha do Centro-Oeste, por sua vez, revela as influências dos fluxos populacionais que se encontraram nessa região, migrantes quase sempre originários de outras partes do país e que se mesclaram com os elementos regionais. Tradicional no Mato Grosso, a receita de pintado com

mandioca tem origem indígena com o prato típico "mojica de pintado", um ensopado que utiliza, dentro outros temperos, o referido peixe de água doce e o tubérculo brasileiro. Receita, a qual foi revisitada pelo chef para o prato da Boa Lembrança. Porém, além dos ingredientes nacionais como o pintado, a mandioca e a castanha do Brasil, empregou-se também produtos de origem italiana como alcaparras, queijo grana padano, abobrinha italiana e vinagre balsâmico. O processo de preparação da receita, divulgada pela figura 6, envolve uma mistura de técnicas brasileiras e internacionais como, por exemplo, a mandioca sendo preparada com a mesma técnica utilizada na batata rosti.

Cabe uma menção a ilustração do prato da Boa Lembrança, onde podemos observar os elementos da receita assim como sua referência lúdica ao peixe. A ilustração é capaz de retratar o pintado como um peixe simpático sobre a mandioca rodeado por castanhas, legumes e condimentos.

Figura 8: Prato da Boa Lembrança - Mahalo - Cuiabá

## PINTADO COM CROSTA DE CASTANHA DO BRASIL

### Ingredientes:

#### PEIXE

1,8 kg filé de pintado limpo  
sal a gosto  
20 g pimenta da jamaica  
02 unid limão  
100 ml Azeite

#### CROSTA

100 g de pão de forma fresco  
100 g de manteiga (consistência de pomada)  
50 g de ervas frescas (salsinha, tomilho, manjericão, alecrim, cerefólio e ciboulette)  
2 chalotas picadinhas e refogadas  
40 g de queijo grana padano ralado  
50 g de castanha do pará picada

#### ROSTI DE MANDIOCA

1,2 kg de mandioca pré cozida e ralada grosso  
200 g de requeijão  
250 g de parmesão ralado



150 g de bacon cortados em cubos pequenos e refogadinho

#### LEGUMES

150 g Cenoura

150 g Alho poró

150 g Abobrinha Italiana

50 ml Azeite

#### MANTEIGA DE BANANA PASSA

200 g manteiga sem sal

400 g cebola roxa (picadinha)

03 dentes alho (picadinho)

120 g banana passa (rodinhas finas)

60 g alcaparras

40 ml shoyu

Redução: 300 ml Vinagre balsâmico / 100 g Mel

#### Modo de Preparo:

##### PINTADO

Temperar o filé de pintado com sal e pimenta da Jamaica. Grelhar com um fio de azeite e uma pontinha de manteiga. Espremer o suco de limão. Retirar da frigideira, colocar a crosta. Levar ao forno para finalizar o cozimento e dourar a crosta.

##### CROSTA

Picar as ervas. Misturar o pão processado, o parmesão ralado, a castanha picada e as ervas. Acrescentar a manteiga e reservar.

##### ROSTI DE MANDIOCA

Misturar todos os ingredientes e moldar num aro ou na mão. Grelhar em frigideira de teflon com manteiga até ficar bem douradinho dos dois lados.

LEGUMES Cortar a cenoura, abobrinha e o alho poró em julienne. Refogar no azeite, primeiramente o alho poró, em seguida a cenoura e por último a abobrinha, temperar com sal e pimenta.

##### MANTEIGA DE BANANA PASSA

Levar a manteiga ao fogo. Quando começar a escurecer acrescentar a cebola roxa picadinha e em seguida o alho. Refogar por alguns minutos e acrescentar a banana passa e a alcaparras. Para finalizar coloque o shoyu e o balsâmico.

---

Legenda: Receita "Pintado com Crosta de Castanha do Brasil" do restaurante Mahalo da cidade de Cuiabá, Mato Grosso. Prato da Boa Lembrança de 2010.

Fonte: Associação de Restaurantes da Boa Lembrança, 2018.

A partir dos versos da música Vatapá de Dorival Caymmi (1957), um clássico da música popular brasileira, como disposto a seguir, sinalizamos uma introdução à temática da cozinha regional baiana, que será tratada aqui a partir da receita “Frango de Capoeira” do Prato da Boa Lembrança, uma releitura do Vatapá, um dos pratos regionais mais emblemáticos da culinária brasileira.

O compositor baiano não só indica os principais ingredientes como nos sugere uma forma de preparo, como também indicando ser um prato popular, de valor acessível na Bahia. Problematizamos as contradições das relações de trabalho e poder, ao sinalizar o contraponto das atribuições da laia (temperar) versus o trabalho das cozinheiras brasileiras negras de origem africana.

<b>Vatapá</b>	Bota castanha de caju	Não para de mexer, ô
	Um bocadinho mais	Que é pra não embolar
Quem quiser vatapá, ô	Pimenta malagueta	Panela no fogo
Que procure fazer	Um bocadinho mais	Não deixa queimar
Primeiro o fubá		Com qualquer dez mil réis
Depois o dendê	Amendoim, camarão, rala	e uma nêga ô
Procure uma nêga baiana,	um coco	Se faz um vatapá
ô	Na hora de machucar	Se faz um vatapá
Que saiba mexer	Sal com gengibre e	Que bom vatapá"
Que saiba mexer	cebola, iaiá	
Que saiba mexer	Na hora de temperar	(Vatapá, CAYMMI, 1957)

Avançamos ao analisar a receita Galinha de Capoeira da Casa de Tereza, restaurante de Salvador, no recôncavo baiano. A chef Tereza Paim, reconhecida inclusive fora do país, busca a inovação com devido respeito às suas origens através de técnicas internacionais que pudessem valorizar o que a cozinha baiana tem de melhor<sup>33</sup>. Para o Prato da Boa Lembrança no ano de 2015, a chef ousou ao propor um frango com molho baiano, vatapá de inhame, arroz e feijão fradinho.

O uso do dendê, do coentro, do leite de coco, além do amendoim conferem a receita a marca regional da Bahia, assim como a presença do feijão fradinho com arroz dialoga com a base alimentar do brasileiro calcada do arroz com feijão. Na receita apresentada nesta tese, a chef substituiu o pão/fubá por inhame como ilustrado na figura a seguir.

<sup>33</sup>Informações obtidas no site da Chef. Disponível em <http://www.terezapaim.com.br>. Acesso em Outubro de 2018.



Figura 9: Prato da Boa Lembrança - Casa de Tereza - Salvador

## GALINHA DE CAPOEIRA

### Ingredientes:

1 peito de frango aberto e lavado com limão  
 Sal e pimenta moída na hora  
 1 colher de sopa de azeite de ervas  
 100 ml de molho baiano  
 80g de vatapá de inhame  
 60g de arroz  
 60g de feijão fradinho

### MOLHO BAIANO:

1L de caldo de frango com carcaça  
 100ml de leite de coco  
 50g de castanha/50g de amendoim  
 60ml de dendê  
 20g de coentro/20g de cebolinha  
 400g de tomate/400g de cebola

### VATAPÁ DE INHAME:

700g de inhame cozido e pilado  
 200g de cebola  
 750ml de leite de coco  
 150g de castanha de caju sem sal e triturada  
 150g de amendoim sem casca, sem sal e triturado  
 150ml de azeite de dendê/1 colher de chá de sal  
 2L de caldo de peixe

### Modo de Preparo:

Modo de preparo do molho baiano: Misture o caldo com os demais ingredientes e cozinhe muito bem. Triture e coe.

Modo de preparo do vatapá de inhame: Cozinhe o inhame descascado com pouca água ou em caldo de peixe, ou de legumes ou de camarão até que fique bem mole. Triture no multiprocessador e reserve. Bata a cebola com o leite de coco no liquidificador e misture todos os ingredientes no fogo até dar o ponto.

Sele o peito de frango no azeite de ervas e finalize o cozimento com molho baiano. Sirva com arroz, feijão fradinho e vatapá de inhame.



Com sua origem que nos remete aos descendentes afro-brasileiros, a menção ao vatapá, prato popular na cozinha baiana, apresenta variações de ingredientes de acordo com o paladar. Alguns ingredientes podem ser incluídos ou excluídos de seu preparo sem descaracterizá-lo. O uso do camarão, pão, gengibre, fubá ou farinha por exemplo são variações possíveis que se tornaram comuns ao longo do tempo.

Isto posto, na próxima figura, apresentada a seguir, vemos o desenho do prato da boa lembrança do ano de 2013, o qual ilustra um porquinho simpático rodeado pela couve, batata doce e vinho. A partir desses ingredientes, que representam os elementos que compõem a receita, conseguimos notar de antemão elementos suficientes para identificar a mineirice deste prato.

Passamos, neste momento, para a análise da receita “Mineiríssimo” que representa a cozinha do estado de Minas Gerais, a qual apresenta bastante influência no cotidiano do brasileiro. Além do pão de queijo já enraizado na alimentação diária como um lanche vendido comumente em várias localidades brasileiras, observamos, nesta receita, a utilização do porco, carne que já foi considerada uma marca da culinária mineira. Na receita para o prato da Boa Lembrança criada pelo restaurante Xapuri, o qual está localizado próximo à Lagoa da Pampulha, na cidade de Belo Horizonte, utiliza-se deste tipo de carne para a preparação de um ossobuco suíno. Este restaurante, que se iniciou enquanto um negócio de família, tornou-se hoje uma referência quando o assunto é a cozinha mineira. A grande novidade, apresentada pela chef Nelsa Trombino e seu filho Flávio, encontra-se justamente no corte da carne escolhido.

Ao invés de utilizar o lombo ou pernil, que seriam cortes mais comumente utilizados pela cozinha mineira, a chef optou pelo ossobuco suíno, um corte originalmente bovino que se originou em Milão, sendo pouco consumido nas terras brasileiras. De acordo com Saldanha (2015), o ossobuco (buraco no osso) tem em seu centro um pedaço de osso em forma de tubo onde se encontra o tutano, importante elemento que confere um sabor mais intenso a carne.

Não podemos deixar de comentar que a preparação da couve refogada com alho, que virou sinônimo de couve à mineira, compõe esse prato, juntamente com o arroz e feijão, que são acompanhamentos genuinamente brasileiros. O reconhecimento do prato como um prato da cozinha brasileira vem desses ingredientes juntamente com a carne, que, neste caso, é o porco. O porco é uma carne muito consumida no Estado de Minas Gerais e faz parte da cultura mineira

incluindo torresmos, lombo assado, linguiças artesanais e sanduiches de pernil, dentre outros preparos muito comuns tanto em restaurantes como em estabelecimentos voltados para petiscos.

Figura 10: Prato da Boa Lembrança - Xapuri - Belo Horizonte.

## MINEIRÍSSIMO

### Ingredientes:

- 400 g ossobuco suíno
- 20 g tempero alho/sal/cebola
- 10 g alho triturado
- 50 ml. de vinho branco seco
- 300 g cebola cortada em rodelas
- 150 g batata doce
- 30 ml. de azeite
- 2 g pimenta bode
- 5 g manjericão
- 100 g couve cortada bem fininha
- 1 porção arroz
- 1 porção feijão



### Modo de Preparo:

Preparar uma vinha d'alhos com o tempero, alho, pimenta, manjericão e o vinho, colocando o ossobuco por cerca de 40 minutos.

Aqueça bem uma panela, coloque o azeite e vá virando o ossobuco para que cozinhe e doure nos dois lados, regando com a vinha d'alhos e depois que a mesma acabar vá pingando água até cozinhar.

Depois de dourado acrescente a cebola e regue com um pouco de água.

#### Montagem do Prato

Coloque 100g de cebola em uma frigideira e regue com o molho do ossobuco.

No prato faça uma cama com esta cebola, colocando o ossobuco em cima, acrescente a couve refogada.

Sirva com arroz e feijão.

Legenda: Receita "Mineiríssimo" do restaurante Xapuri da cidade de Belo Horizonte, Minas Gerais. Prato da Boa Lembrança de 2013.

Fonte: Associação de Restaurantes da Boa Lembrança, 2018.

A próxima receita refere-se ao Prato da Boa Lembrança do restaurante Banana da Terra, localizado em Paraty, litoral sul do estado do Rio de Janeiro. No prato intitulado "O Bobo da Ana é de Banana" há uma clara referência ao nome do próprio restaurante. A receita, ao utilizar frutos do mar, refere-se a um prato com referências litorâneas, que pode representar, inclusive, o litoral brasileiro como um todo.

Mesmo sendo reconhecido como um prato baiano, o bobó é marcadamente litorâneo. Neste caso, foi utilizada técnica similar, mas os ingredientes não se configuram os mesmos, tendo em vista que a referida receita, como apresentada na figura seguinte, é composta por ingredientes como o camarão, pimentas, cachaça e banana, ao invés de mandioca, por exemplo.

Pode-se dizer que tal prato representa, de fato, a cidade histórica. A cachaça de Paraty, produto típico, tendo inclusive selo de indicação geográfica<sup>34</sup>, faz-se presente neste prato, nos lembrando sobre a cultura da produção da aguardente nos alambiques históricos do litoral sul fluminense.

Assim, flambar o camarão na cachaça representa mais do que uma técnica culinária utilizada, nos remetendo a cultura local. A substituição da mandioca pela banana da terra foi um artifício interessante para reinventar este clássico, assim como, o emprego da telha para apresentar o prato fazem com que este seja representativo da culinária brasileira como um todo.

De acordo com a figura a seguir, percebemos que a ilustração do prato foi desenvolvida com criatividade, envolvendo elementos culinários ou do território. Juntamente com elementos representativos da culinária brasileira como a banana simpática e os camarões do bobó, o patrimônio histórico material foi evocado através do desenho de uma igreja colonial barroca tombada, o qual, não por acaso, é o cartão postal de Paraty.

---

<sup>34</sup> Abordamos os critérios para designar os "selos" de indicação geográfica e denominação de origem no terceiro capítulo.

Figura 11: Prato da Boa Lembrança - Banana da Terra - Paraty.

## O BOBÓ DA ANA É DE BANANA

### Ingredientes:

#### PARA O CREME DO BOBÓ

1l de caldo de camarão  
 2 tomates italianos  
 2 cebolas pequenas  
 1/2 pimentão vermelho  
 1/2 pimentão amarelo  
 1 pimentas de cheiro  
 1/2 pimenta dedo de moça sem semente  
 1 cabeça de alho descascada  
 40ml de dendê  
 250ml de leite de coco  
 10g de coentro  
 10g de cebolinha  
 Sal  
 1k banana da terra sem casca  
 1 colher de pó de cabeça de camarão

#### PARA O CAMARÃO:

1kg de camarão 7 barbas sem casca  
 Sal  
 16g de alho processado  
 1x rasa de salsinha picada  
 6g de curry vermelho  
 100ml de azeite  
 100ml de cachaça de Paraty  
 Coentro fresco picado ou em broto para decorar

#### PARA A TELHA DE CAMARÃO:

300g de camarão 7 barbas limpo  
 1 dente de alho picado  
 8ml de azeite  
 1 colher de sopa de pó de cabeça de camarão  
 1 colher de café de xantana

### Modo de Preparo:

#### PREPARO DO CREME



Em uma panela toste todos os vegetais e alho no azeite de dendê. Junte o leite de coco e o caldo de camarão. Assim que ferver abaixe o fogo adicione os talos de cebolinha e a banana e cozinhe por 30 minutos. Acerte o sal. Bata no liquidificador ou mixer em velocidade máxima e reserve.

#### PREPARO DO CAMARÃO

Temperar o camarão com alho, curry, sal e salsinha. Em uma frigideira, colocar o azeite, aquecer e saltear o camarão rapidamente, colocar a cachaça e flambar. Servir imediatamente sobre o creme de bobó.

#### PREPARO DA TELHA DE CAMARÃO

Em uma frigideira, aqueça o azeite, puxe o alho e deixe dourar levemente e misture o camarão rapidamente. Ainda cru, desligue o fogo, misture o pó da cabeça e a goma xantana. Leve ao processador. Bata bem até obter um creme. Estique o creme em uma folha de silpat e leve ao desidratador por 4 horas a 80 graus. Retire do desidratador e guarde na geladeira. Na hora de servir frite no óleo por imersão.

#### MONTAGEM

Em um prato fundo coloque o creme de bobó, sobre ele os camarões. Espete a telha atrás e decore com brotos de coentro

---

Legenda: Receita “O Bobo da Ana é de Banana” do restaurante Banana da Terra da cidade de Paraty, Rio de Janeiro. Prato da Boa Lembrança de 2018.  
Fonte: ARBL, 2018.

Avançando na análise das receitas, as ilustrações do prato da Boa Lembrança, como evidenciado na figura adiante, não deixam dúvida quanto a territorialidade daqueles ingredientes. Ao retratar um cordeiro cozinhando em um fogão à lenha, vestido com a calça bombacha, visualizamos imediatamente um alimento e um traje tradicional da região sul do Brasil.

Utilizando ingredientes tipicamente sulistas como a erva mate e a carne de cordeiro para compor o prato “Cordeiro de Bombacha Tchê”, o restaurante La Caceria, de Gramado, está localizado no coração da Serra Gaúcha, cujas cidades atraem expressivo fluxo de turistas com objetivos gastronômicos e enogastronômicos.

Como complemento, tanto a farofa, prato de origem indígena que mistura farinha de mandioca e gordura basicamente, quanto o purê que utiliza a mistura de inhame e mandioca, travestem-se de brasilidade para compor esta receita. O acompanhamento, chips de mandioquinha, também conhecida por batata baroa em

alguns estados do país, confere um tom contemporâneo a um acompanhamento tradicional como a batata.

Figura 12: Prato da Boa Lembrança - La Caceria - Gramado.

## **CORDEIRO DE BOMBACHA TCHÊ!!!**

### **Ingredientes:**

#### **CORDEIRO**

1 unid. Cordeiro Stinco  
(canela de cordeiro)

1 unid. Dente de alho

100 ml Vinho Branco

30g Alecrim

50 ml Suco de laranja

Farofa:

100g Farinha de rosca

40g erva-mate

20g Manteiga

30g Linguiça fresca

q.b. Sal e Pimenta do reino

#### **PURÊ**

150g Inhame

50g Mandioca

30g Manteiga

#### **MOLHO**

100mL Molho Demi-glacê

50 ml Cerveja Dunkles CM

#### **DECORAÇÃO**

20g Chips de Mandioquinha

1 folha Salsa crespa

1 ramo Alecrim

1 unid. Pimenta Biquinho

1g Flor de sal

### **Modo de Preparo:**

#### **CORDEIRO**



Marinar a cordeiro por 24h sob refrigeração. Dourar em fogo alto e reduzir a chama. Tampar a panela e regar com caldo de legumes, de tempo em tempo até a carne soltar do osso.

#### PURÊ

Temperar com sal e pimenta do reino a gosto.

#### MOLHO

Reduzir o molho Demi-glace até adquirir consistência cremosa, apagar a chama e acrescentar a cerveja, sem cozinhar, para não amargar.

#### FAROFA

Tostar a farinha de rosca em manteiga dourada, acrescentar a erva-mate peneirada e desligar o fogo para não amargar. Corrigir o sal e reservar. Esfarelar a linguiça, saltear em panela até ficar crocante, e reservar.

#### FINALIZAÇÃO

Servir o cordeiro stinco sobre o purê de inhame com toques de linguiça crocante. Acrescentar a farofa de erva-mate e decorar com os chips de mandioquinha, as ervas frescas e a pimenta biquinho. Finalizar com flor de sal

---

Legenda: Receita “Cordeiro de Bombacha Tchê” do restaurante La Caceria da cidade de Gramado, Rio Grande do Sul. Prato da Boa Lembrança de 2013.

Fonte: Associação de Restaurantes da Boa Lembrança, 2018.

Isto posto, estas receitas demonstram em sua totalidade a riqueza de ingredientes brasileiros, a diversidade de formas de preparo e sabores únicos no mundo. Vimos, que ao utilizar produtos brasileiros provenientes de produtores locais, os restaurantes valorizam as cozinhas regionais ao mesmo tempo em que estimulam as inovações tanto de introdução de novas técnicas quanto em relação à combinação de ingredientes.

Os restaurantes da Boa Lembrança seguem tal proposta fazendo parte do movimento de renovação da gastronomia brasileira, trabalhando uma ideia de que se viaje pelo Brasil através dos pratos, fortalecendo o que estamos chamando de turismo gastronômico.

No item a seguir, evidenciamos, ao longo do capítulo, as territorialidades expressas pela rede de restaurantes no país, destacando o papel desempenhado pela mesma para a consolidação do turismo gastronômico através da especialização dos restaurantes da ARBL referentes ao ano de 2018, evidenciando a localização do restaurantes e sua relação com o território.



#### 4.4. O Turismo Gastronômico e as Territorialidades da Rede de Restaurantes da Boa Lembrança

---

A análise de algumas das receitas do prato da Boa Lembrança, explicitadas anteriormente, foram imprescindíveis para evidenciar as territorialidades das cozinhas regionais presentes nos ingredientes, técnicas e modos de fazer locais. A espacialização dos restaurantes no território brasileiro tornou-se fundamental para o fechamento do nosso raciocínio.

Nossa proposta não teve por objetivo esgotar os dados, nem tampouco fazer um relatório neopositivista, mas, sobretudo, trazer para o debate uma visualização momentânea no território da rede de restaurantes da Boa Lembrança. Esta análise vai além da descrição dos resultados obtidos, sendo importante, ao menos, uma breve discussão sobre o que vimos no mapa. Ao questionar o que indicam os resultados da distribuição dos restaurantes no território e como explorar suas significações diante do contexto atual, promovemos uma análise mais assertiva com argumentos mais amadurecidos.

Dito isto, a sede atual da Associação de Restaurantes da Boa Lembrança - ARBL localiza-se, atualmente, na cidade de Recife, Pernambuco. A sede acompanha a mudança de gestão do grupo que assume a direção da Associação. No ano de 2018, 95 restaurantes compuseram o corpo de estabelecimentos vinculados a ARBL. Pelas regras da referida entidade, tal rede de restaurantes pode vir a ser composta de no máximo 99 restaurantes.

Caso a rede não esteja completa, como no ano de 2018, haveria a disponibilidade para inclusão de restaurantes que podem, então, se tornar novos membros. Se a rede estiver completa, na medida em que há desistência de fazer parte do projeto e desvinculação da Associação, pode ocorrer inserção de novos membros que passam por um processo de avaliação com critérios rígidos. Esta medida de adotar um número fixo de restaurantes seria uma forma de proteção para a Associação, de modo a não haver uma descaracterização da rede (ARBL, 2018).

Ressalte-se que, desde a sua fundação, muitos restaurantes deixaram de fazer parte da Associação, seja por motivo do encerramento das suas atividades, seja por conta dos custos ou mesmo das exigências enquanto membro da ARBL.

As regras para a entrada de novos membros são rígidas, tendo que atender a uma lista de critérios minuciosos. De acordo com a ARBL, a regra básica consiste na análise técnica do restaurante, onde o mesmo deve possuir no mínimo três anos de atuação formal no setor, estar de acordo com as normas de higiene e manipulação de alimentos e possuir todas as certidões negativas quitadas.

Questões subjetivas também compõem a avaliação como, por exemplo, a presença do chef/proprietário na rotina do lugar para que não haja um afastamento entre os princípios dos restaurantes e o atendimento e qualidade da comida oferecida. O reconhecimento na mídia especializada e opinião favorável de críticos gastronômicos, assim como premiações e deferências são relevantes. Completa este quadro, as práticas proativas, aquelas colaborativas e, finalmente, a identificação com os princípios da Associação da Boa Lembrança.

Tendo como foco a visibilidade que o selo Boa Lembrança encerra, há custos que os restaurantes precisam arcar e não podem repassar para a refeição como o valor do prato e custos de associação. Assim, ingressar no seleto grupo de restaurantes seria como obter um atestado da qualidade dos serviços prestados.

Considerando que a Associação de Restaurantes da Boa Lembrança - ARBL disponibilizou dados e informações, através de seu endereço eletrônico e por meio de entrevistas não estruturadas, foi possível tabular tais dados e realizar um levantamento dos seus membros em 2018 de acordo com o quadro 1 a seguir.

A partir do Quadro 1, utilizamos os mapas de símbolos pontuais como método de mapeamento para fenômenos qualitativos, utilizando variáveis visuais de forma e cor. A disposição de pontos no mapa cria uma regionalização própria do espaço formada principalmente pela presença/ausência de informação. Mesmo havendo diversas possibilidades de regionalização, conforme explicitado em capítulo anterior, a espacialização dos restaurantes da Boa Lembrança foi analisada segundo a regionalização sócio-política oficial definida pelo IBGE, podendo visualizada através do Mapa 1 e Quadro 1.

Quadro 1: Restaurantes da Boa Lembrança por Região/Estado/Cidade no ano de 2018

Prato da Boa Lembrança 2018					
Região	Estado	Cidade	Restaurantes	Total Restaurantes/ Cidade	Total Restaurantes/Estado
Norte	Pará	Belém	La em Casa; Família Sicília	2	
Norte	Pará	Santarém	Dom Mani	1	3
Norte	Rondônia	Porto Velho	Don Gennaro	1	1
Norte	Tocantins	Palmas	Cabana do Lago	1	1
Total					5
Região	Estado	Cidade	Restaurantes	Total Restaurantes/ Cidade	Total Restaurantes/Estado
Nordeste	Alagoas	Maceió	Akuaba; Divina Gula; Picui; Le Sururu	4	4
Nordeste	Bahia	Salvador	Casa de Teresa; Bella Gourmet; Bella Napoli	3	
Nordeste	Bahia	Arraia da Ajuda	Fabrizio Gastronomia	1	4
Nordeste	Paraíba	João Pessoa	Roccia Cozinha Contemporanea	1	1
Nordeste	Pernambuco	Recife	Chiwake; Kojima; Tio Pepe; Nez; Oma; Pernambuco Bom de Mesa; Ponte Nova; Wiella	8	
Nordeste	Pernambuco	Olinda	Beijupirá - Olinda; Oficina do Sabor	2	
Nordeste	Pernambuco	Porto de Galinhas	Beijupirá - Porto de Galinhas; Muganga Bistrô	2	
Nordeste	Pernambuco	Fernando de Noronha	Zé Maria; Varanda	2	
Nordeste	Pernambuco	Carneiros	Beijupirá - Carneiros	1	15
Nordeste	Piauí	Teresina	Favorito Comida Típica	1	1
Nordeste	Rio Grande do Norte	Natal	Manary	1	1
Nordeste	Sergipe	Aracaju	La Tavola; La Vecchia	2	2
Total					28
Região	Estado	Cidade	Restaurantes	Total Restaurantes/ Cidade	Total Restaurantes/ Estado
Centro-Oeste	Distrito Federal	Brasília	Oliver; Universal; Dom Francisco; Kojima; Vila Tevere	5	5
Centro-Oeste	Goiás	Pirenópolis	Monteserrat gastronomia	1	1
Centro-Oeste	Mato Grosso	Cuiabá	Mahalo	1	1
Centro-Oeste	Mato Grosso do Sul	Campo Grande	Cantina Masseria	1	1
Total					8
Região	Estado	Cidade	Restaurantes	Total Restaurantes/ Cidade	Total Restaurantes/ Estado
Sudeste	Espírito Santo	Vitória	Orieundi Ristoranti; Papaguth	2	
Sudeste	Espírito Santo	Vila Velha	Domus Italica Ristoranti	1	3
Sudeste	Minas Gerais	Belo Horizonte	A Favorita; D'Artagnan; Haus Munchen; La Palma; Osteria Mattiazzi; Patuscada; Xapuri; Vecchio Sogno; Taste Vin	9	
Sudeste	Minas Gerais	Nova Lima	La Victoria; DiVino	2	
Sudeste	Minas Gerais	Monte Verde	Provence Cottage Bistrô	1	
Sudeste	Minas Gerais	Tiradentes	Angatu; Viradas do Lago	2	14
Sudeste	Rio de Janeiro	Rio de Janeiro	Giuseppe; Each Café Centro; Each Café Leblon; Santander Delicias; Sawasdee Bistrô; Victoria; La Sagrada Família; Margutta, O Navegador; Rancho Inn	10	
Sudeste	Rio de Janeiro	Buzios	Donna Jo	1	
Sudeste	Rio de Janeiro	Itatiaia	Jardim Secreto	1	
Sudeste	Rio de Janeiro	Niterói	Da Carmine	1	
Sudeste	Rio de Janeiro	Paraty	Banana da Terra	1	
Sudeste	Rio de Janeiro	Petrópolis	Alvorada; Parador Valência	2	
Sudeste	Rio de Janeiro	Rio das Ostras	Barro	1	
Sudeste	Rio de Janeiro	Visconde de Mauá	Gosto com Gosto	1	18
Sudeste	São Paulo	São Paulo	Casa Santo Antônio; Each Café; Supra di Mauro Maia; Vineria Percussi; Zena Café	5	
Sudeste	São Paulo	Campos do Jordão	Confraria do Sabor; Le Foyer; Ludwig	3	
Sudeste	São Paulo	Valinhos	Laura e Francesco	1	9
Total					44
Região	Estado	Cidade	Restaurantes	Total Restaurantes/ Cidade	Total Restaurantes/ Estado
Sul	Paraná	Curitiba	Cantina do Delio; Challet Suisse; Quintana Gastronomia; Sel e Sucre	4	
Sul	Paraná	Palmeira	Girassol	1	5
Sul	Rio Grande do Sul	Porto Alegre	Peppo Cucina; Sharin	2	
Sul	Rio Grande do Sul	Gramado	Nonno Mio; La Caceria	2	4
Sul	Santa Catarina	Florianópolis	Ostradamus	1	1
Total					10
Total					95

Legenda: O quadro apresenta a quantidade de Restaurantes da Boa Lembrança por região, estado e cidade em 2018.

Fonte: Associação de Restaurantes da Boa Lembrança. Organizado pela autora, por ocasião desta tese.

Mapa 1: Rede de Restaurantes da Boa Lembrança por Região 2018



Legenda: Verde - Restaurantes da Região Norte; Azul - Restaurantes da Região Nordeste; Laranja - Restaurantes da Região Centro-Oeste; Vermelho - Restaurantes da Região Sudeste; Amarelo - Restaurantes da Região Sul

Fonte: Elaborado por Moniz Colombiano, 2018

De acordo com os dados disponibilizados pela ARBL e pela leitura do mapa e tabela dispostos nas páginas anteriores, observamos uma concentração dos restaurantes na região sudeste prioritariamente, com 46%, e na região nordeste com cerca de 29%. Pelos dados absolutos, de um universo de 95 restaurantes, a maior parte concentra-se na região sudeste com 44 deles, distribuindo-se entre seus estados, seguido de 28 unidades no nordeste do país. Aparecem ainda 10 estabelecimentos no sul, 8 restaurantes no centro-oeste e outros 5 na região norte.

Torna-se importante comentar que não conseguimos saber junto a ARBL se há, por exemplo, algum critério para aceitação na rede de restaurantes, quanto a questão da localização e regionalização dos restaurantes ou se há alguma prioridade de ingresso na rede para regiões com menos estabelecimentos.

Pudemos constatar que tais dados oferecem um importante panorama da situação dos restaurantes da Boa Lembrança no país, apontando os caminhos para onde devem ser direcionadas as novas ações da associação e possíveis investimentos futuros. No cenário contemporâneo, reagir corretamente ante a dinâmica atual é fundamental para uma maior assertividade na tomada de decisões pelos atores envolvidos.

Devemos ter como referência que os restaurantes membros da Boa Lembrança são estreitamente vinculados ao turismo no Brasil, na medida em que são reconhecidos pelo seu alto padrão de qualidade e encontram-se presentes como referência em guias de viagem e em sites de resenhas na web. Note-se a importância dos guias de viagem para a promoção do turismo gastronômico no país, como mencionado no capítulo terceiro.

A primeira vista, supomos que a concentração de restaurantes reproduz as características da rede urbana brasileira com as centralidades urbanas estabelecidas nas capitais dos estados. Porém, ao deixarmos de lado as representações regionais oficiais, fica notória a concentração deles ao longo do litoral brasileiro, o que também vai ao encontro a lógica de que a ocupação do território que partiu do litoral para o interior.

Baseado no instrumental teórico desta tese, percebemos que esta rede possui características próprias, como a ausência de hierarquia entre os restaurantes signatários e a concentração dos estabelecimentos ao longo do litoral. Observamos que os restaurantes são dotados de territorialidades, atuando enquanto os nós

dentro da lógica dos territórios-rede. Conceito este, que discutimos ao longo do primeiro capítulo e que retomamos neste momento para nos auxiliar no pensamento empírico. Afigura-se relevante, portanto, para compreendermos esta territorialidade, a lógica sobre a qual a atividade de turismo de massa no Brasil está baseada, cuja maior parte, encontra-se no litoral do país através das viagens de sol e praia.

Acreditamos que o elevado percentual de restaurantes da Boa Lembrança na região Nordeste, se analisado comparativamente a outras regiões, possa estar relacionado com o fato da mesma se configurar em uma das regiões com maior recebimento de turistas, principalmente do turismo interno, justamente o maior público dos restaurantes associados.

O estado de Pernambuco tem o maior número de estabelecimentos na região nordeste com 15 membros distribuídos pelo estado, dos quais 8 deles estão concentrados na capital Recife. Seguido pelo estado de Alagoas, com Maceió despontando no cenário gastronômico nacional e abrigando 4 restaurantes da ARBL. A Bahia possui 3 unidades em Salvador e um em Arraial d'Ajuda. Desta forma, o segundo maior percentual possivelmente está relacionado com o turismo e sua diversificação.

Conforme sugere o mapa 2, na página seguinte, ao focalizarmos a região sudeste, aquela com maior concentração de estabelecimentos da ARBL, observamos que as capitais dos estados assumem uma maior concentração, sendo esta representando mais de 50% dos restaurantes da Boa Lembrança. Enquanto a cidade do Rio de Janeiro abriga 10 dos 18 restaurantes do estado, Belo Horizonte concentra 9 dos 14 restaurantes de Minas Gerais, no Espírito Santo os 3 localizam-se na região metropolitana e a capital paulista detém 5 das 9 unidades do estado de São Paulo.

Note-se que temos elementos da culinária litorânea e da culinária caipira representados neste recorte, reafirmando a ideia de que as regiões oficiais não retratam de forma fidedigna os limites das cozinhas regionais.

No caso estado do Rio de Janeiro, mesmo havendo uma concentração na cidade do Rio de Janeiro, observamos uma certa dispersão pelo estado, destacando-se as cidades de Armação dos Búzios, Petrópolis e Paraty. Estas cidades são justamente aquelas cujo potencial turístico estão entre os maiores deste estado. Não podemos nos esquecer que estas três cidades também se destacam dentro da cena gastronômica fluminense, sediando festivais gastronômicos

abrigando restaurantes de renome no estado do Rio de Janeiro. A cidade de Paraty se destaca pelos alambiques de cachaça, as quais possuem reconhecimento de âmbito nacional, assim como Petrópolis desponta na cena cervejeira com produção da bebida e turismo voltado para o setor.

Em São Paulo, além da capital, destaca-se, na esfera do turismo gastronômico, a cidade de Campos do Jordão, com forte apelo turístico e já consolidada no cenário nacional. No estado de São Paulo temos diversas regiões que despontam para o turismo voltado para o setor, através de escolas de gastronomia em grandes hotéis, tours em mercados e cervejarias.

Na cidade de São Paulo consolidou-se uma culinária multiétnica em consonância com os fluxos migratórios que recebeu, podendo ter, de forma acessível, iguarias de outras nacionalidades com alto nível de fidelidade, se comparado às receitas originais. As cozinhas italiana e japonesa, por exemplo, são territorializadas nos bairros do Bexiga e Liberdade, respectivamente, concentrando restaurantes amplamente reconhecidos. Atualmente, a aposta na renovação da culinária brasileira se faz presente, consagrando-se como forte tendência.

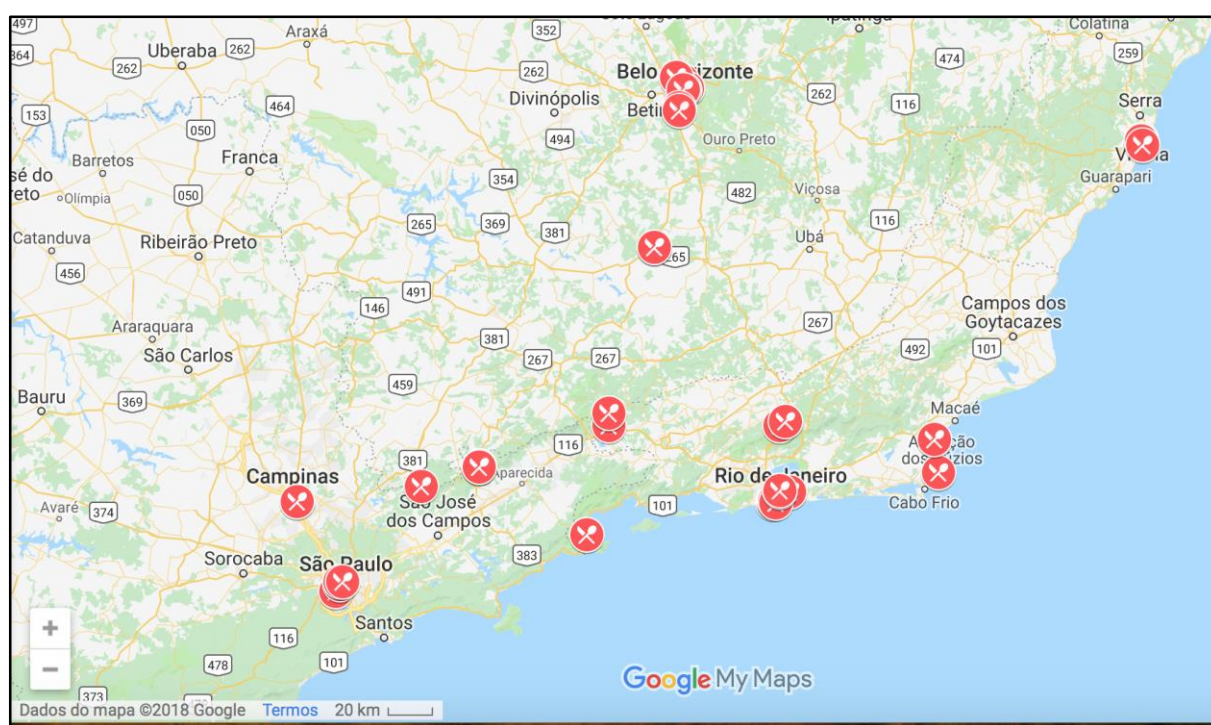
Supostamente, esperávamos uma maior presença de restaurantes participantes da ARBL na cidade de São Paulo, já que a cidade é considerada o celeiro gastronômico do país, na medida em que a capital paulista possui chefs de grande renome e restaurantes premiados internacionalmente. As publicações convencionais de gastronomia, revistas e guias especializados, comprovam a tamanha relevância que a gastronomia tem para a capital paulista. Porém, curiosamente, nosso questionamento não se confirmou. Se compararmos com as indicações em guias de viagem tradicionais, ou nas publicações especializadas, veremos outra realidade neste caso. Muitos dos restaurantes da cidade de São Paulo, já participaram da ARBL, todavia não se interessam mais em participar por conta das rígidas exigências já mencionadas anteriormente.

No estado de Minas Gerais destacamos a cidade de Belo Horizonte que concentra os restaurantes que oferecem o prato da Boa Lembrança. Além da capital, ressaltamos Tiradentes, uma das cidades históricas mineiras e promotora do Festival Gastronômico de Tiradentes. Devemos mencionar ainda Nova Lima, que é vizinha a Belo Horizonte, mas que vem se destacando na cena gastronômica com bons restaurantes e com a requalificação de uma cervejaria artesanal em bar moderno e com visita guiada. O turismo com foco na gastronomia se destaca em

tudo o estado mineiro, visto que os produtos como o queijo mineiro, linguiças e as cachaças artesanais tem ampla aceitação e procura por parte dos turistas.

Por sua vez, no Espírito Santo há uma concentração dos restaurantes nas cidades de Vitória e Vila Velha. Destacamos como ícone da culinária brasileira a moqueca capixaba, a fabricação de chocolates e a visita a fábrica dos chocolates Garoto.

Mapa 2: Rede de Restaurantes da Boa Lembrança da Região Sudeste, 2018.



Legenda: Vermelho - Restaurantes da ARBL da Região Sudeste

Fonte: Elaborado por Moniz Colombiano, 2018.

Ao longo dos anos, alguns restaurantes não existem mais, assim como ocorreram algumas desistências. Mesmo com “as pedras em seu caminho” como diria Drummond, a Associação se sustenta e abre caminho para se firmar enquanto uma referência no cenário turístico gastronômico atual.

O conceito de território-rede, trabalhado no primeiro capítulo, foi fundamental para compreender as dinâmicas do turismo gastronômico através da referida rede de restaurantes. Então, somente quando espacializamos os restaurantes associados à Boa Lembrança pelo território nacional em 2018, conseguimos analisar as questões concernentes à distribuição territorial dos restaurantes e as centralidades existentes.



Os nós dessa rede não se conformam em uma rede clássica, não possuindo hierarquia entre si. Os restaurantes, contudo, são centralidades, dotadas de territorialidade bem definidas e que geram e atraem fluxos polarizando sejam turistas, trabalhadores, consumidores ou ingredientes, que, por sua vez, se conectam com outros nós da rede. Esta conexão das territorialidades, considerando ainda o fluxo informacional geram arcos de fluxos que conformam o território-rede.

Finalizamos ao evidenciar as contribuições da Associação de Restaurantes da Boa Lembrança para o turismo gastronômico, assim como seu potencial para a construção de uma atividade mais estruturada no âmbito nacional. Assim, avaliamos que a interface entre as escalas locais e regionais afiguram-se relevantes dentro do contexto atual para fortalecer os nós desta rede.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

Ligado ao gosto, à experiência, à memória e aos valores culturalmente construídos, o sabor nos permite incorporar as dimensões da experiência e da cultura da geograficidade. (...) Os sabores também são espaciais, pois constituem e descrevem lugares e paisagens. O sabor é corporificado não apenas na alusão, mas, sobretudo, na concretude da experiência geográfica. Quem não se lembra da casa da avó a partir do sabor de seu prato especial, ou de uma viagem inesquecível lembrada pelos sabores experimentados? A memória, ela própria, é espacial, associada aos lugares. E os alguns lugares vêm a nós pelo sabor. Enquanto expressão da identidade cultural, o sabor é um sentido essencial para se compreender as tradições culturais (GRATÃO e MANDAROLA, 2011, p. 63).<sup>35</sup>

A viagem já começa quando sonhamos, planejamos e criamos nossos próprios roteiros. Ao planejá-la com aquilo que combina mais conosco, com nosso ritmo, nossas preferências ganhamos uma experiência mais rica, um roteiro exclusivo e com a nossa identidade. É, desta forma, que paisagens incríveis do caminho são admiradas, que se torna possível a emoção nos museus com as obras de arte dos grandes mestres, que se permanece como um flâneur perambulando pelas ruas até altas horas da madrugada.

Provar comidinhas deliciosas e iguarias exóticas, ter a oportunidade de frequentar restaurantes de grandes chefs, assim como provar comida de rua e visitar mercados locais são experiências partícipes do turismo gastronômico. A possibilidade de imergir em atmosferas únicas, de vivenciar a cultura local com toda a pluralidade de narrativas, de reverenciar os ícones da arquitetura e o patrimônio imaterial são experiências que evocam identidade e memória.

O discurso da literatura de turismo até o final dos anos 1990 não reconhecia qualquer possibilidade de conciliar as práticas turísticas utilizadas até então com as questões de sustentabilidade do território e respeito da identidade local, sendo vistas como modelos incompatíveis e totalmente distintos. Vinte anos depois, observa-se uma mudança nas narrativas utilizadas. O discurso atual tem como tendência a apropriação das relações mais horizontais de modo a enaltecer a identidade local como fonte para as experiências únicas durante as viagens.

---

<sup>35</sup> As minhas memórias dos lugares e das pessoas sempre estiveram relacionadas à comida. Minha avó, uma mama italiana, nos privilegiou com suas comidas maravilhosas e com suas tradicionais macarronadas de domingo. Meu interesse por comida e pelo ato de cozinhar deve-se em grande parte a ela. Mais tarde, como que em consequência, a gastronomia se tornou o foco de minhas atenções. O interesse pelas cozinhas tradicionais transcende nosso hábito de frequentar restaurantes com gastronomia de excelência e voltamos nossas atenções para as viagens gastronômicas

Portanto, esse novo jeito de viajar, onde os viajantes passam a valorizar as experiências vivenciadas nas viagens, ao invés simplesmente cultivar paisagens idílicas, vem ganhando cada vez mais espaço na conjuntura em que estamos inseridos. Em outras palavras, as viagens mobilizam um espaço-tempo distinto do cotidiano, quando se pode ser mais livre e experimentar tudo que signifique diferença. As viagens tornam-se singulares, justamente pelo fato de propiciar experiências que não nos permitimos em nosso cotidiano, sendo as mesmas mais densas e complexas. Observamos a resignificação do turismo enquanto encontro de alteridades, das trocas de experiências socioculturais.

Assim, foi possível aprofundar os meandros da relação estabelecida entre turismo e gastronomia no contexto brasileiro. Neste tocante, vimos que a prática social do turismo apresenta dimensões material e simbólica e que o interesse por temas como identidade, consumo, imagem urbana ganham respaldos sociais. Ao travar discussões sobre a produção social do espaço, observamos que as relações entre turismo, patrimônio e cultura se estreitam. Nessa relação se circunscreve a questão da gastronomia e suas interlocuções com a atividade turística, envolvendo dinâmicas sociais próprias da contemporaneidade.

Considerando que o objetivo da tese concentrou-se na análise do fenômeno do turismo gastronômico à luz das cozinhas regionais brasileiras, vivenciamos a possibilidade de discutir esta problemática, um tanto complexa, enfatizando a noção de que comida é cultura e vetor de identidade cultural.

As cozinhas regionais se tornaram um dos principais aspectos de referência para analisar o turismo gastronômico no Brasil. O exame de seus antecedentes e perspectivas propiciou um olhar mais acurado sobre a abrangência do turismo cultural em seu viés gastronômico, evitando, deste modo, possíveis armadilhas conceituais calcadas em uma visão míope do fenômeno. Neste tocante, constatou-se a importância de se pensar a dimensão espacial do binômio turismo e gastronomia, assim como problematizar a necessidade de ferramentas que auxiliem a leitura dos mesmos na relação com o contexto geográfico.

Enquanto uma pesquisa de fôlego, esta tese apresentou um caráter exploratório e multidisciplinar ao dialogarmos com autores da geografia, turismo, antropologia e sociologia, entre outras áreas. Assim, uma das contribuições desta tese revelou-se a ampla bibliografia sobre a temática do turismo gastronômico, a

qual foi cuidadosamente pensada para abordar algumas das principais referências teóricas sobre a problemática em questão.

Com o olhar voltado para a gastronomia com base local e turismo gastronômico, pudemos reunir uma quantidade expressiva de material, contendo autores brasileiros e acadêmicos estudiosos de outros países, chegando até este momento com referências importante que propiciaram o desenvolvimento das análises da questão do turismo e gastronomia no Brasil. Esperamos que esta tese possa se constituir em mais uma contribuição para a abertura de frentes de pesquisa a serem trabalhadas futuramente.

Privilegiamos a interpretação de cientistas e especialistas que pensam não somente a gastronomia, mas, sobretudo, a comida, como uma expressão da identidade de determinado grupo social, construindo, a partir daí, a interface com o turismo. Nesta direção, pode-se dizer que, ao longo desse trabalho, diálogos e contrapontos foram estabelecidos entre pensamentos e ideias daqueles autores que se inserem no debate sobre geografia do turismo e gastronomia. A compreensão destes conceitos possibilitou o direcionamento da tese, delineando de forma mais precisa as principais opções teóricas aqui reivindicadas.

Para além das questões metodológicas, não podemos negar que o turismo gastronômico confere cenários desafiadores àqueles que se dedicam às questões geográficas. Enquanto um componente essencial para o desenvolvimento da atividade do turismo gastronômico, procuramos abordar nesta tese as territorialidades concernentes ao território, ao movimento entre objetos e ações, aos fluxos entre arcos e nós.

Após uma ampla discussão sobre o significado das viagens gastronômicas na contemporaneidade, esta tese repousa sobre ideia de que turismo, gastronomia e território estão fortemente inter-relacionados. O reconhecimento de que as dinâmicas territoriais, ao longo do tempo, contribuíram para a formação das cozinhas regionais encontra-se presente no decorrer deste trabalho.

Confirmou-se nosso entendimento de que o turismo gastronômico é um fenômeno sociocultural em expansão no Brasil, considerando os processos de consumo do espaço próprios da globalização. Nos últimos anos, ele vem se apropriando da culinária regional brasileira para obter tanto vantagens econômicas como legitimidade cultural. Embora direcionada ao consumo, a venda imediata da refeição não seria a finalidade maior do turismo gastronômico. Em realidade, ele

representa a invenção de um produto cultural capaz de influenciar novas tendências nos estilos de vida à mesa, a criação de experiências sensoriais para o turista.

A atividade turística se apropria dos bens culturais e imateriais mais caros a sociedade. Os processos de globalização e de transformação social trazem consigo graves ameaças de desaparecimento e destruição do patrimônio cultural imaterial, caso não sejam reconhecidos e estimulados em sua continuidade por políticas sustentáveis que privilegiem estes aspectos. Ao balizar estes apontamentos, constatou-se que as políticas públicas de proteção dos bens imateriais, através do artifício da patrimonialização de elementos da cozinha regional, conferiu legitimidade a gastronomia brasileira.

Apesar de tentar manter um senso de identidade e continuidade, o patrimônio imaterial se torna, especialmente, vulnerável ao longo do tempo, tendo em vista a oralidade, que lhe é característica, e uma multiplicidade de atores envolvidos em sua constituição. O próprio desenvolvimento das técnicas pode, em algum momento, conduzir a uma evolução ou descaracterização. Uma apropriação abusiva, focada exclusivamente no lucro, que o turismo faz do patrimônio imaterial pode gerar uma transformação danosa e, em último caso, a própria destruição desse patrimônio. Neste movimento, caso seja permeado por práticas turísticas predatórias, pode haver a deterioração desse patrimônio, como já foi sistematicamente evidenciado por alguns autores ao longo da tese.

A espetacularização ou excesso de divulgação de algumas manifestações populares e a adaptação de alguns pratos típicos para o paladar do turista são alguns exemplos desse impacto que o excesso de exploração da atividade impõe. Podemos citar a feijoada "gourmetizada" com a separação das carnes e sem a utilização de partes menos nobres do porco, a moqueca baiana sem o característico dendê e a caipirinha sem a cachaça nacional, a qual é frequentemente substituída pela vodca.

Uma vez que não é estático e, por isso, mais suscetível ao desaparecimento, as normas para a preservação dos bens imateriais procuram englobar elementos diferentes daqueles utilizados para o patrimônio edificado, priorizando a manutenção das técnicas tradicionais e modos de preparo específicos. Devemos pensar a culinária e seus "modos de fazer" como um bem cultural intangível que estaria em constante desenvolvimento. Desta forma, tornou-se necessário estabelecer medidas

para a conservação de técnicas tradicionais, mas também permitir algumas releituras e o avanço ao longo do tempo de forma simultânea.

Todavia, o discurso do turismo atual, na tentativa de adotar práticas mais sustentáveis, procuraria preservar a cultura local, impulsionar alguns movimentos de patrimonialização de ofícios e incentivar formas de preparo tradicionais das comidas regionais, que passam a integrar o patrimônio cultural imaterial do país.

Assim, o turismo gastronômico, em uma visão altruísta, pode nos trazer elementos para avançar nas discussões de salvaguarda do patrimônio alimentar brasileiro, valorizando a diversidade regional, não sendo considerado o vilão, que em prol dos benefícios econômicos, degradaria seu principal ativo.

Neste sentido, surgem novas questões derivadas deste contexto, como, por exemplo, desenvolver o turismo gastronômico pode ser uma forma de avançar nas discussões sobre a salvaguarda do patrimônio alimentar brasileiro? ou mesmo incita dúvidas se o turismo gastronômico seria capaz de promover um desenvolvimento econômico com base local, sendo parte das estratégias de desenvolvimento econômico sustentável como aponta órgãos multilaterais?

No campo internacional, a UNESCO designou elementos gastronômicos do patrimônio intangível mundial e já faz parte desse patrimônio a refeição francesa; a dieta mediterrânea; a cozinha mexicana tradicional. Outros países, através de algumas políticas, estão se esforçando para terem seu patrimônio culinário reconhecido mundialmente, como é o caso do Peru, que está obtendo êxito considerável neste momento. Os restaurantes peruanos e seus chefes constam entre os melhores do mundo, fazendo com que os turistas tenham o desejo de conhecer essa culinária sul-americana in loco.

Algumas propostas, ainda em análise na lista da referida instituição, valorizam a "cultura cervejeira" na Bélgica, a "arte da pizza" em Nápoles ou o "hábito dos cafés" em Buenos Aires. Entre 2008 e 2018, o Brasil obteve, pela UNESCO, o reconhecimento de alguns elementos do patrimônio imaterial nacional como rituais indígenas, o Frevo, a Roda de Capoeira e o Círio de Nazaré. Em 2019, está previsto o reconhecimento do complexo cultural do Bumba Meu Boi, por exemplo. Entretanto, observamos que nenhum deles foi vinculado a elementos e técnicas culinárias.

Ao passo que o IPHAN está desenvolvendo um trabalho de reconhecimento dos ofícios e modos de fazer relacionados à comida e bebida no país como o ofício

das baianas do acarajé, o modo de fazer queijo nas serras de Minas Gerais, a cajuína no Nordeste, dentre outros.

Não sabemos ainda os resultados práticos dessa valorização do patrimônio imaterial, pois cada realidade e contexto detêm suas particularidades, contudo, o turismo gastronômico vem se apropriando dessa condição, na qual a gastronomia adquire uma importância cada vez maior para promover um destino e ampliar seu grau de abrangência no território.

Por conta disso, observamos uma tensão no complexo jogo das políticas patrimoniais que se, por um lado, justifica-se pela necessidade de reforçar as identidades locais, por outro, age como ingrediente principal da inserção da gastronomia no mundo do turismo. Ressalte-se que, justamente, a valorização das práticas culturais locais e o fortalecimento dessas identidades performam a imagem que o turismo pretende consumir.

Isto posto, afigura-se relevante, retomar alguns pontos que foram nodais ao longo dos quatro capítulos do nosso estudo. De fato, a ordem dos capítulos foi pensada de forma a manter uma coerência metodológica, visando que o leitor pudesse visualizar uma continuidade no raciocínio que foi desenvolvido ao longo do processo de pesquisa.

Portanto, no primeiro capítulo nos preocupamos em estabelecer posicionamentos analíticos que permitissem permear o universo das práticas sociais que envolvem turismo e cultura. Visando atender nosso objetivo, discorreremos sobre os antecedentes da atividade turística, das primeiras viagens à institucionalização da atividade turística como fenômeno urbano, sendo fruto da ampliação do tempo livre voltado para o lazer e decorrente do processo de industrialização avançado. Através desta análise, conseguimos obter os elementos de referência que precisávamos para situarmos o turismo cultural no cenário contemporâneo.

Neste âmbito, nossa primeira aproximação buscou compreender, com o devido respaldo teórico, a emergência do turismo cultural no contexto de um espaço descontínuo, com territórios mais fluidos, marcado pelas redes e pelas verticalidades impostas pelo turismo de massa. A cultura, a identidade e a memória conduzem às práticas mais lentas, sustentáveis e respeitadas com o local, fortalecendo as relações mais horizontais, contrárias à racionalidade hegemônica. O turismo cultural, marcado pelas experiências vivenciadas nas viagens, assim como a gastronomia local entram em cena neste contexto.

O foco do capítulo se deslocou, em um segundo momento, para a dimensão simbólica do turismo, tendo como eixo norteador o turismo cultural em abordagens mais recentes. A valorização do patrimônio imaterial e as políticas de patrimonialização emergem para resgatar a memória e elementos de identidade local.

Retomando o capítulo segundo, procuramos estabelecer um quadro analítico sobre as espacialidades da gastronomia brasileira, enquanto práticas sociais, representações culturais e elementos de identidade fruto das vivências cotidianas. À priori, privilegiamos compreender seus antecedentes, indo além do mito da cozinha brasileira vista como fruto de um harmônico processo de miscigenação cultural para, posteriormente, ter um entendimento sobre as propostas atuais para gastronomia brasileira a partir das suas cozinhas regionais.

Ao evidenciar a ideia de cozinha brasileira enquanto um sistema articulador de identidades regionais, simultaneamente, nós nos afastamos de alguns mitos de origem que regem a culinária nacional ainda no nosso tempo. Trabalhamos, ao longo do segundo capítulo, para desmistificar a ideia de que a culinária brasileira era puramente fruto da miscigenação das três etnias com alguma participação da cultura imigrante. O processo de formação das cozinhas regionais brasileiras não ocorreu repentinamente, muito menos surgiu em uma única região. Foi resultado de uma lenta e contínua construção, permeada por conflitos e jogos de poder, sendo resultado de uma confluência de técnicas e ingredientes, no qual o território exerce sua força.

A compreensão de gastronomia abordada nesta tese implica na expansão dos seus horizontes ao explorar sabores singulares da terra em conjunto com a criatividade seja dos chefs de cozinha ou das cozinheiras tradicionais vinculadas às práticas cotidianas, não se restringindo, de modo algum, às refeições mais refinadas características da alta cozinha. Considerado expressão da identidade cultural, o paladar é evidenciado como um sentido essencial para se compreender as tradições culturais.

Para aprofundar a problemática recorreremos a autores como Montanari (2008), que vê a comida como cultura e nos clássicos na abordagem da alimentação nacional como Freyre (2001) e Cascudo (2004). Os últimos trabalharam a questão alimentar ao discorrer sobre as práticas culinárias, os paladares e as diversas



formas de preparo dos alimentos, assim como das relações que a comida estabelece com a identidade local.

Nosso entendimento se baseia no fato de que as cozinhas regionais brasileiras se constituem em complexos sistemas culinários pautados na historicidade e marcados pelas territorialidades distintas. Não obstante, admitimos que a gastronomia seja resultado de um processo criativo, que vemos ser produzida e reproduzida no espaço das representações. Naturalmente, a comida não está confinada nos territórios, mas a territorialidade dos ingredientes se traduz como um dado positivo e recente para a culinária brasileira.

Consideramos a culinária regional como lugar de resistência diante dos embates e ajustes oriundos das (des) territorializações da contemporaneidade. Em outras palavras, o fortalecimento das territorialidades sobre os vínculos históricos torna mais complexo os enfrentamentos e ações de resistência.

Poulain (2004, p. 35) ressalta que “cada vez que identidades locais são postas em perigo, a cozinha e as maneiras à mesa são os lugares privilegiados de resistência”. Naturalmente, a realidade francesa, não pode ser transposta para a nossa realidade sem o devido respaldo teórico-metodológico e sem o ajuste das narrativas. Porém, vemos que a preservação daquilo que se come em um dado território, bem como das tradições orais e imateriais em torno da culinária são importantes recursos de enraizamento da cultura no território.

No decorrer da tese, os novos rumos da gastronomia brasileira se tornaram mais claros, haja vista, o movimento denominado "nova gastronomia brasileira", onde alguns chefs estão defendendo o uso de ingredientes tipicamente brasileiros em suas receitas, sejam elas tradicionais ou criativas, resultando em uma culinária claramente autoral. Do mesmo modo, procuram gerenciar as compras dos alimentos, priorizando os produtos brasileiros cultivados ou produzidos por empresas locais como o chocolate da Bahia, queijo de Minas, mel de abelhas do Cerrado, dentre outros.

Tornou-se evidente que a regionalização oficial do Brasil não corresponde às práticas culturais exercidas pelas cozinhas regionais, sendo os seus limites bem mais fluidos e muitas vezes marcados pela abrangência dos ingredientes nativos. Deste modo, classificar e confinar a gastronomia em cinco regiões já estabelecidas seria perder a riqueza existente na diversidade do território nacional e suas representações. Outras proposições a partir da regionalização dos ingredientes

estão sendo adotados, seja priorizando os biomas, seja levando em consideração o espaço social e as práticas de territorialidades, gerando debate na sociedade em torno do tema.

Durante a elaboração do terceiro capítulo, a revisão conceitual do termo turismo gastronômico foi fundamental para a continuidade desta tese. Embora havendo diferenças de nomenclatura, o turismo gastronômico, o "food tourism" ou turismo culinário são considerados expressões sinônimas, termos equivalentes, variando de acordo com língua ou com a temporalidade. Os olhares se voltam para a experiência e a vivência com o ato de comer e degustar. Sendo um conceito relativamente novo para a realidade brasileira, recorreremos a autores que obtiveram notoriedade na área para tratar desta problemática como Richards (2002, 2014), Long (2004), Panosso Netto (2010), Gimenes (2010, 2012) e Peccini (2013).

Ao abordar as interações existentes entre gastronomia, turismo e as possibilidades de ação decorrentes desta prática, fomos incitados a tecer considerações sobre o papel das representações, dos guias de viagens e as geografias imaginárias no mundo do turismo gastronômico, considerando a influência das geotecnologias, redes sociais e influenciadores digitais.

Através da representação por meio de imagens que inspiram felicidade, a comida, é vista como um forte elemento de motivação do viajante. Uma experiência a ser vivenciada. O turismo gastronômico dialoga com tal fato, gerando expectativas e criando estereótipos mesmo antes do início da viagem. Assim, o destino é imaginado antes de ser visitado, sendo uma representação dele mesmo.

De fato, nos dias de hoje, somos bombardeados por imagens vindas do meio virtual, como publicações online, redes sociais voltadas para imagens, diários de viagem virtuais em texto ou vídeo, sites de avaliações de viajantes, em uma constante virtualização do real. Da mesma forma, temos que pensar que os guias de viagem impressos, revistas especializadas e as fotografias veiculadas por estes canais, assim como seus sistemas de classificações e ranqueamento, foram importantes para impulsionar o que se entende hoje por turismo gastronômico.

Em função disso, apostamos que os guias de viagem, tanto as publicações clássicas quanto os guias virtuais e especializados em resenhas de viajantes, exerceram, e ainda, detêm papel fundamental para a formação do turismo gastronômico e para a ampliação das redes gastronômicas como a Associação de Restaurantes da Boa Lembrança.

Tendo como referência mundial o Guide Michelin e o Guia Quatro Rodas para a nossa realidade, pode-se dizer que, ainda hoje, eles exercem forte influência na busca por roteiros gastronômicos. Portanto, constatamos que os guias de viagem foram instrumentos promotores do turismo gastronômico e que permitiram a criação de um vínculo mais estreito entre a culinária local e a atividade turística, norteados o deslocamento em busca de novas experiências do gosto.

Ao fazer uma breve digressão sobre os fatores que deram origem aos primeiros restaurantes modernos, ficou claro para nós que o turismo gastronômico se consolida quando o hábito de comer fora de casa foi definitivamente enraizado na cultura alimentar brasileira. Não raro, nossa interpretação assim ocorre em função de uma modificação nas escolhas alimentares, redefinições nos usos e nas formas de apropriações do espaço. Após um período de ostracismo, no qual a culinária internacional detinha maior valor para as elites brasileiras, notamos a revalorização da cozinha regional com sentido gastronômico.

O resgate de ingredientes nativos como a mandioca, as castanhas do Brasil, pimentas de cheiro, os diferentes tipos de queijo como o mineiro canastra e coalho nordestino, dentre outros ingredientes da terra, tem sido amplamente defendidos por cozinheiros dos maiores centros urbanos brasileiros. Iniciativas de patrimonialização da cozinha e a realização de eventos promotores do turismo cultural como os concursos e festivais gastronômicos vêm disseminando a prática de viajar pelo país para viver a experiência dos sabores nacionais.

Conseguimos identificar alguns roteiros temáticos em torno do Vale dos Vinhedos, da Serra da Canastra e do Sul da Bahia, por exemplo. As políticas públicas de valorização do patrimônio imaterial, seja através da patrimonialização de alguns ofícios consagrados ou por meio da criação de áreas de denominação de origem e selos de procedência controlada, permitem um avanço do turismo gastronômico pelo país a partir da criação de roteiros temáticos voltados para o tema da comida. Viajar para frequentar restaurantes de alto padrão especializados nas cozinhas étnicas e regionais em São Paulo, para visitar vinícolas no Sul, assim como observar os processos de produção alimentar do queijo mineiro e do chocolate baiano são iniciativas que estão crescendo entre os brasileiros.

Com efeito, o turismo gastronômico se configura como uma tendência nas práticas do turismo moderno, não se fechando naquelas atividades relacionadas à alta cozinha, mas abrangendo a dinamicidade da vida cotidiana ao incluir mercados

de alimentos, feiras livres e comidas de rua. Ao visitar os restaurantes, mercados e principais eventos ligados à gastronomia no país pode-se verificar que há sim um fluxo de turistas que privilegiam a gastronomia brasileira e veem na culinária local o elemento motivador central na hora de decidir para onde será a próxima viagem.

Tendo o turista como protagonista das viagens, o turismo gastronômico costuma ser mais interativo e permitir uma maior participação nas decisões, diferentemente do que ocorre no clássico modelo de turismo vendido ainda hoje nas agências de viagem.

Longe de estar voltado para atender as necessidades de descanso e lazer, notamos que se baseia no estímulo a decisões mais impulsivas, calcadas nas emoções, visando criar desejos, ou seja, seguindo a tônica do turismo de experiências no qual está inserido. A expressão "experiência" deve ser lida com certo cuidado metodológico, pois tem sido muito empregada no marketing turístico por evocar sentimentos e promover as vendas de pacotes turísticos com maior facilidade.

Nesta tese, procuramos fugir da ideia de um inventário de receitas típicas. Evidentemente, em algumas ocasiões ao longo da escrita, mencionamos os pratos mais representativos da culinária brasileira, contudo, estabelecer uma listagem não era nosso objetivo primeiro. Ao analisar algumas receitas do Prato da Boa Lembrança, provamos que os chefs dos restaurantes associados se preocupam com a territorialidade dos ingredientes ao empregar elementos regionais em suas criações e utilizar, em muitos casos, ingredientes produzidos por produtores locais.

Se procurarmos por livros de receitas sobre culinária brasileira, certamente, encontraremos as receitas mais emblemáticas das suas cozinhas regionais. Algumas delas alçaram a categoria de símbolos nacionais como a feijoada. Notadamente, a comida regional, que foi folclorizada com o passar do tempo, passou a compor o receituário típico brasileiro. Marcada pelos longos tempos de preparo, geralmente, essas receitas eram guardadas para os dias de festas.

Ao passo que na atualidade, as iguarias se fazem cada vez mais presentes na mesa do brasileiro de forma cotidiana, compartilhando a mesa com o rotineiro arroz com feijão. Notadamente, vivenciamos uma simplificação nos métodos de preparo para a adaptação ao cotidiano, assim como uma modificação nos ingredientes como

a feijoada de panela de pressão e a diminuição no emprego da pimenta para adaptar o paladar dos turistas na comida baiana por exemplo.

A exemplo da feijoada, pratos regionais são revalorizados como o tutu com torresmo e o feijão tropeiro; o acarajé, o bobó de camarão, o vatapá e a moqueca baiana ou capixaba, assim como o churrasco e o arroz de carreteiro. A carne de sol, acompanhado pelo baião de dois com queijo coalho e tapioca são considerados cada vez mais cotidianos. Assim como estão presentes o açaí, os peixes de mar e de rio, o tacacá e o pato no tucupi. Sem contar o cafezinho coado com o pão de queijo ou com a broa de milho.

A empiria evidenciou que as padarias e confeitarias tipicamente brasileiras vendem em suas vitrines o quindim, o brigadeiro e o pudim de leite condensado, além dos doces de compota e geleias. Não podemos deixar de mencionar o mais típico de todos os pratos, que se configura como a base alimentar do brasileiro e que permeia todo o território nacional que seria a mistura, que para nós se tornou clássica, do arroz com feijão.

Todos esses pratos, igualmente brasileiros, representam o território a partir das práticas sociais, dos ofícios que estão imbuídos nelas. O reconhecimento da brasilidade, através da escolha dos ingredientes, por si só já é um parâmetro analítico poderoso para a compreensão da diversidade regional brasileira. Estar no litoral ou se há proximidade com rios, se tem influências indígena ou imigrante, todos esses fatores influenciam nas representações do espaço e no espaço de representações.

Focalizamos na rede de restaurantes conformada pela Associação de Restaurantes da Boa Lembrança enquanto um exemplo de turismo gastronômico em nosso país, em conformidade com o próprio título do quarto capítulo. Neste ínterim, discutiremos sobre as relações tecidas entre a referida rede, as viagens e as experiências vividas ao consumir as refeições do Prato da Boa Lembrança.

A ideia que rege o sistema seria a de que após degustar da especialidade criada especificamente para o prato da Boa Lembrança, o cliente do restaurante, sendo este turista ou não, levaria um prato em cerâmica decorado, uma peça de arte, que lhe trouxesse boas recordações de uma refeição memorável. Assim, ao apreciar a criação do chef, recebe-se um souvenir que remete ao restaurante e à própria comida, conservando as "boas memórias" da sua experiência gastronômica,

podendo, se assim lhe aprouver, visitar outros restaurantes e experimentar ou colecionar os pratos decorados.

Uma das características deste conjunto de restaurantes é a valorização da cozinha regional. Sendo conhecidos por empregar ingredientes locais em suas receitas, os quais são provenientes de pequenos produtores, os restaurantes da Boa Lembrança renovam a gastronomia brasileira a partir de pratos criativos de alta qualidade, desconstruindo a ideia de que pratos bem elaborados possuem alto valor econômico e seriam somente acessíveis para poucos privilegiados. Um dos princípios da Associação da Boa Lembrança é justamente o de divulgar a culinária brasileira, apresentando seus ingredientes regionais e representando uma troca com o consumidor /turista.

Portanto, a importância da Associação de Restaurantes da Boa Lembrança para o turismo gastronômico reside, justamente, na construção de uma atividade mais estruturada em nível de abrangência nacional, pois além de atender ao público local, funcionam como atrativo turístico. A distribuição territorial dos restaurantes e as centralidades formadas por eles foram discutidas através da espacialização dos restaurantes associados a ARBL pelo território nacional no ano 2018.

Resgatamos o conceito de território-rede, o qual foi um conceito chave para compreender as dinâmicas do turismo gastronômico através da referida rede de restaurantes. Os nós dessa rede não são uma rede de cidades, não se conformando, portanto, em uma rede urbana clássica, uma vez que não possuem hierarquia entre si. Porém, os restaurantes da ARBL se configuram enquanto centralidades, dotadas de territorialidade bem definidas que geram fluxos, sejam de turistas, trabalhadores, consumidores ou ingredientes, os quais se conectam e reconectam com outros nós da rede não necessariamente próximos.

Nesse sentido, não concluiremos esta tese, mas apontaremos alguns caminhos para a continuidade futura deste estudo. Mergulhamos nesta problemática de modo que a pesquisa nos conduziu a novos questionamentos. Deixamos, neste momento, algumas questões para reflexão, tais como: Desenvolver o Turismo Gastronômico pode ser uma forma de avançar nas discussões sobre a salvaguarda do patrimônio alimentar brasileiro?; O Turismo Gastronômico promove desenvolvimento econômico local, sendo parte das estratégias de desenvolvimento econômico sustentável como aponta a Unesco?; Uma nova regionalização

gastronômica do Brasil se faz necessária, tendo em vista a inadequação àquela existente?

Por fim, nesta tese estiveram refletidas algumas de nossas inquietações de longa data. Alguns questionamentos foram esclarecidos e outros não foram possíveis de serem aprofundados conforme o pretendido. Porém, no momento em que escrevemos nossas considerações finais, não estamos estabelecendo um fim sobre esta problemática, pelo contrário, o assunto se tornou muito instigante para colocar um ponto final. Certamente, os esforços aqui embutidos gerarão frutos em outras pesquisas.

## REFERÊNCIAS

### OBRAS CITADAS

---

ABREU, Maurício. *Sobre a Memória das Cidades*. Revista Território. Rio de Janeiro: UFRJ. Ano III, nº4, Jan./Jul. 2008.

AB'SÁBER, Aziz. *Os domínios da natureza no Brasil: potencialidades paisagísticas*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas*. São Paulo: Ática, 1991.

APROVALE. Associação dos Produtores de Vinho do Vale dos Vinhedos. O Vale dos Vinhedos. Disponível em [www.valedosvinhedos.com.br](http://www.valedosvinhedos.com.br). Acesso em 2018.

ARBL. Associação de Restaurantes da Boa Lembrança. Disponível em [www.boalembanca.com.br](http://www.boalembanca.com.br). Acesso em 2018.

BARRETO, Margarita. *Turismo e Legado Cultural: As possibilidades do Planejamento*. Campinas: Papirus, 4º ed., 2001.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil. 2001

BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade do Consumo*. Edições 70. 2009. 213p.

BELL D. & VALENTINE G. *Consuming Geographies : We Are Where We Eat*. London, Routledge, 1997.

BENACH, Núria. Perspectivas culturais para o estudo da cidade. In: CARLOS, Ana Fani F.; CARRERAS, Carles (orgs.). *Urbanização e mundialização: estudos sobre a metrópole*. São Paulo: Contexto, 2005.

BITTER, Daniel e BITAR, Nina. Comida, Trabalho e Patrimônio. Notas sobre o Ofício das Baianas de Acarajé e das Tacacazeiras. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 18, n. 38, p. 213-236, jul./dez. 2012.

BOSSÉ, Mathias Le. As Questões de Identidade em Geografia Cultural – algumas concepções contemporâneas. IN: CORRÊA, Roberto Lobato e ROSENDAHL, Zeny (orgs.). *Geografia Cultural: Uma Antologia*. Rio de Janeiro: EdUERJ. 2013. 296 p.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Ed: Perspectiva, 1982. 370 p. Coleção Estudos.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

BOTELHO, Adriano. *Geografia dos sabores: ensaio sobre a dinâmica da cozinha brasileira*. São Paulo, Revista Textos do Brasil, nº 13, p. 61 – 69, 2010.



BRANDÃO, Carlos. Território e Desenvolvimento: as múltiplas escalas entre o local e o global. São Paulo: Editora da Unicamp, 2007.

BRASIL. Decreto n. 3551, de 04 de agosto de 2000. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. IPHAN. Brasília, DF., Diário Oficial da União, 05 de agosto de 2000.

BRASIL. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Ofício das Baianas de Acarajé. Brasília: IPHAN; 2007. (Coleção Dossiê dos Bens Culturais Registrados, 6)  
BRASIL. Ministério do Turismo. Estudo da demanda do Turismo Internacional no Brasil. Distrito Federal, 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. Estudo da demanda do Turismo Internacional no Brasil. Distrito Federal,

BRILLAT-SAVARIN, Jean Anthelme. *A Fisiologia do Gosto*. Companhia das Letras, 1995, 352p.

CANCLINI, Nestor. Consumidores e cidadãos: conflitos culturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995. 268p.

CAPATTI, Alberto e MONTANARI, Massimo. *La cucina italiana: storia di una cultura*. Roma-Bari: Laterza & Figli Spa, 1999. Edição americana publicada pela Columbia Press em 2003.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. (Re) Produção do espaço urbano. São Paulo: EDUSP, 1994.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. O turismo e a produção do não-lugar. In: Eduardo Yázigi (org.). *Turismo Espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: HUCITEC, 1996.

CASCUDO, Luis da Câmara. *Dicionário do folclore do Brasil*. Rio de Janeiro: INL, 1962.

CASCUDO, Luís da Câmara. *História da alimentação no Brasil*. 3 ed. São Paulo: Global, 2004.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. *Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Política*. In: CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo. *A Sociedade em Rede: Do Conhecimento da Ação Política*. Centro Cultural de Belém. Lisboa. Imprensa Nacional - Casa da Moeda. 2005.

CASTRO, I. E. O problema da escala. In: CASTRO, I. E.; CORRÊA, R. L.; GOMES, P. C. C. (Organizadores) *Geografia: conceitos e temas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p. 117-140.

CASTRO, I. E. Escala e pesquisa na geografia. Problema ou solução? Espaço Aberto, PPGG - UFRJ, V. 4, N.1, p. 87-100, 2014.

CASTRO, Josué de. Geografia da Fome. O Dilema Brasileiro: Pão ou Açúcar. Rio de Janeiro: Edições Antares, 10<sup>o</sup> ed, 1984.

CASTRO DA SILVA, Nil. Culinária e Alimentação em Gilberto Freyre: Raça Identidade e Modernidade. In: Latin American Research Review, Vol. 49, No. 3. 2014. Disponível em; [https://lasa.international.pitt.edu/LARR/prot/fulltext/vol49no3/49-3\\_3-22\\_CastrodaSilva.pdf](https://lasa.international.pitt.edu/LARR/prot/fulltext/vol49no3/49-3_3-22_CastrodaSilva.pdf).

CERTEAU, Michel: A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2008a.

CERTEAU, Michel de et al . A invenção do cotidiano 2: morar, cozinhar. 7<sup>a</sup> ed. Petrópolis: Vozes, 2008b.

CLAVAL. Paul. *A geografia cultural*. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1999. 453p.

CLAVAL, Paul. *Terra dos Homens*. A Geografia. São Paulo: Contexto:2010. 143 p.

COLLAÇO, Janine Helfst. *Um Olhar Antropológico sobre o Hábito de Comer Fora*. Revista de Antropologia Social, Campos, v.4, p. 171-193. 2003.

COLLAÇO, Janine Helfst. Turismo e Gastronomia: Uma Viagem pelos Sabores. Publicado por Slow Food, 2007. Acesso: 2018.. Disponível em <http://www.slowfoodbrasil.com/textos/alimentacao-e-cultura/140-turismo-e->

COLLAÇO, Janine Helfst. *Sabores e Memórias: Cozinha Italiana e Construção Identitária Em São Paulo*. Tese de Doutorado. São Paulo: USP, 2009. 279 p.

COLLAÇO, Janine Helfst. *Imigração e cozinha italiana na cidade de São Paulo*, Anuário Antropológico, I | 2012, 211-236.

COLLAÇO, Janine Helfst Leicht. *Gastronomia: A Trajetória de Uma Construção Recente*. Revista Habitus, Goiânia, v. 11, n. 2, p. 203-222, dez. 2013a.

COLLAÇO, Janine Helfst Leicht. *O encontro entre o tradicional e o novo: autenticidade e restaurantes na cidade de São Paulo*. Tessituras, Pelotas, v. 1, n. 1, p. 191-221, jul./dez. 2013b.

COLOMBIANO, Raquel Moniz. *As espacialidades das Políticas Culturais: O Rio de Janeiro nos anos 1990 e 2000*. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: IPPUR/UFRJ, 2007.

CORRÊA, Roberto Lobato. Prefácio. In: GOMES, Paulo César da Costa. *A condição urbana: ensaios de geopolítica da cidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002. 304p.

CSERGO, Julia. A emergência das cozinhas regionais. In: FLANDRIN, J.L.; MONTANARI, M. História da alimentação. São Paulo: Estação. Liberdade, 1998.

DAMATTA, Roberto. Digressão: A Fábulas das Três Raças ou o Problema do Racismo à Brasileira. In: *Relativizando: Uma Introdução à Antropologia Social*. Petrópolis: Vozes, 1981. (p. 58-85).

DA MATTA, Roberto. *O que faz o Brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

DÓRIA, Carlos Alberto. *Formação da culinária Brasileira. Escritos sobre a cozinhainzoneira*. São Paulo: Três Estrelas, 2014.

DIAS, L. *Redes de Informação, Grandes Organizações e Ritmos de Modernização*. Etc (UFF), v. n.2,v1, p. 1-4, 2007.

DRIVER, Felix. *Imaginative Geographies*. In CLOKE, P. Et al. *Introducing Human Geographies*. London, Arnold, 2005.

FACCIOLI, Mariana. Patrimoni Culturali e Pianificazione Del Turismo In Italia e in European Cultural Heritage And Tourism Planning In Italy And Europe. *GeoUERJ*.v.2, nº23, 2012.

FASSINA, Anesio. *Pratos da Boa Lembrança: Restaurantes, Pratos e Receitas da Associação dos Restaurantes da Boa Lembrança*. São Paulo: Inova, 2016. 264p.

FLANDRIN, Jean-Louis e MONTANARI, Massimo. *História da Alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. 885p.

FLARYS, Flavio. Fábrica de Memórias: Os Detalhes da Produção de Pratos 'Boa Lembrança'. Portal G1. Rio de Janeiro. Reportagem de 06/06/2014. Disponível em <http://g1.globo.com/rj/regiao-serrana/noticia/2014/06/fabrica-de-memorias-os-detalhes-da-producao-de-pratos-boa-lembranca.html>

FRANCO, Ariovaldo. *De caçador a gourmet: uma história da gastronomia*. São Paulo: Senac, 2004.

FRATUCCI, Aguinaldo César. Os lugares turísticos: territórios do fenômeno turístico. *GEOgraphia* – Ano. II – No 4 – 2000.

FRATUCCI, Aguinaldo César. *A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo: as possibilidades das redes regionais de turismo*. Tese de Doutorado. Niterói: UFF. 2008. 308fls.

FRATUCCI, Aguinaldo César. Refletindo sobre a reflexão dos espaços turísticos: Perspectivas para as redes regionais do turismo. *Turismo em Análise*, v. 20, n. 3, dezembro 2009.

FREYRE, Gilberto. *Casa grande e senzala*. Rio de Janeiro: Record.2001.

FREYRE, Gilberto. *Açúcar: Uma sociologia do doce—Com receitas de bolos e doces do Nordeste do Brasil*. São Paulo: Global, 2007.

GASTAL, Susana; MOESCH, Marutschka. Turismo, Políticas Públicas e Cidadania. 1. ed. São Paulo: Aleph, 2007.

GIARD, Luce. Cozinhar. In: CERTEAU, M. de. A invenção do cotidiano - morar, cozinhar. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008, p. 211-332.

GIMENES, Maria Henriqueta. Sentidos, sabores e cultura: a gastronomia como experiência sensorial e turística. In: NETTO e GAETA (orgs). *Turismo e Experiência*. São Paulo, SP: Editora Senac, 2010. P. 187 a 200.

GIMENES, M., H., MANOSSO, F. *A relação turismo/gastronomia na produção acadêmica brasileira: estudo exploratório do seminário da ANPTUR 2005-2011*. Anais do 5º Congresso Latino Americano de Investigação Turística. São Paulo: USP, 2012.

GIMENES-MINASSE, M. H. S. G. Notas sobre políticas públicas a respeito da gastronomia no contexto turístico brasileiro. Revista UFPR. *Turismo e Sociedade: Curitiba*, v. 9, n. 3, p. 1-18, 2017.

GOMES, Paulo César da Costa. A condição urbana: ensaios de geopolítica da cidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002. 304p.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. Monumentalidade e cotidiano: os patrimônios culturais como gênero do discurso. In OLIVEIRA, Lucia Lippi (org.). Cidade: História e Desafios. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2002.

GONÇALVES, José Reginaldo. A Fome e o Paladar. A Antropologia Nativa de Luis da Câmara Cascudo. Revista Estudos Históricos. Rio de Janeiro: FGV, v.1, nº 33, 2004.

GRATÃO, Lúcia Helena Batista e MARANDOLA, Eduardo. Sabor enquanto experiência Geográfica: Por uma Geografia Hedonista. In: Geograficidade. Niterói: UFF. v.2, n.1, verão 2012.

GUIA 4 RODAS. Edição Especial de 50 Anos. São Paulo: Editora Abril, 2015.

GUIA MICHELIN. <https://guide.michelin.com/>. Acesso em 2018.

HAESBAERT, R. 2004. O Mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

HAESBAERT, Rogério. Viver no Limite: Território e Multi/transterritorialidade em tempos de insegurança e contenção. 1ªed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014. 320p.

HALL, Michael. Culinary tourism and regional development: From slow food to slow tourism? *Tourism Review International*, 2006, 303-306p.

HALL, Michael & Mitchell, et al. *Wine Tourism Around the World: development, management and makets*. Routledge, New York. 2009.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. Editora DP&A: São Paulo, 2001.

HARVEY, David. O Espaço como Palavra-Chave. UFF, Rio de Janeiro. Revista Geographia. v. 14, n. 28, pp. 8-39. 2012.

HJALAGER, A.; RICHARDS, G. (Eds.). *Tourism and gastronomy*. Londres, Routledge, 2002.

HOBBSAWM, Eric. *A invenção das tradições*. – Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

HOBBSAWM, Eric. *Nações e nacionalismos desde 1870: programa, mito e realidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009 – POF. Rio de Janeiro, 2009.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018 – POF. Rio de Janeiro, 2018.

IPHAN. Produção Artesanal e Práticas Socioculturais associadas à Cajuína no Piauí. Dossiê Interpretativo. IPHAN, 2009.

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Lei de Propriedade Industrial. Lei nº 9.279/1996. [www.gov.br/inpi](http://www.gov.br/inpi). Acesso em 2016.

LASH, Scott; URRY, John. *Economies of Signs & Space*. London: Sage Publications. 1994

LEFEBVRE, Henri. *A Vida Cotidiana no Mundo Moderno*. Rio de Janeiro: Ática, 1991. LEFEBVRE, Henri. *The Production of Space*. Oxford: Blackwell, 1992. 464p.

LEFEBVRE, Henri. *Revolução Urbana*. Belo Horizonte. UFMG, 2002. 184 p.

LEFEBVRE, Henri. *O Direito à Cidade*. São Paulo: Ed. Centauro, 5º ed. 2008. 145p.

LENCIONI, Sandra. Concentração e centralização das atividades urbanas: uma perspectiva multiescalar. Reflexões a partir do caso de São Paulo. Revista de Geografia Norte Grande, n. 39, p. 7-20 (2008).

LIMA, Maria de Fátima Farias de. Resenha Crítica do Livro Comida como cultura de Massimo Montanari. Revista de Ciências Sociais, Fortaleza, v. 40, n. 1, 2009, p. 107-111.

LODY, Raul. *Mapa Culinário do Brasil*. Um Olhar Multicultural de Gilberto Freyre. Brasil Bom de Boca, 08 de novembro de 2015. Acesso 2018. Disponível em <https://brasilbomdeboca.wordpress.com/2015/11/09/um-mapa-culinario-do-brasil-o-olhar-multicultural-de-gilberto-freyre/>

- LONG, Lucy. Culinary Tourism. The University Press of Kentucky. Lexington. 2004.
- MACIEL, Maria Eunice. *Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin?*. Horizontes Antropológicos.- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, v.7, n. 16, p. 145-156, dez. 2001.
- MACIEL, Maria Eunice. *Uma cozinha à brasileira*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, 33: 1-16, 2004.
- MENESES, José Newton Coelho. *Queijo Artesanal de Minas: Patrimônio Cultural do Brasil*. Dossiê interpretativo. Belo Horizonte: IPHAN, Ministério da Cultura, 2006.
- MERGAREJO NETTO, Marcos. *A Geografia do Queijo Minas Artesanal*. Tese de Doutorado. Rio Claro: UNESP, 2011. 420 p.
- MITCHELL, R., HALL, C. M. Gastronomic Tourism: Comparing food and wine tourism experiences. In: NOVELLI, Marina. *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends, and Cases*, Elsevier, Amsterdam [etc.] 2005. pp.73-88.
- MONTANARI, Massimo. *Comida Como Cultura*. São Paulo: editora SENAC São Paulo, 2008. 207 p.
- MONTANARI, Massimo. *O Mundo na Cozinha. História, Identidade e Trocas*. São Paulo, Estação Liberdade, 2009. 255p.
- MORAIS, Luciana Patrícia. Sabores de Viagem: As Culinárias Regionais nos Guias Turísticos entre 1966 e 1983. *Revista Rosa dos Ventos. Dossiê Turismo e Gastronomia*. V. 4, n. 3. , jul-set, 2012. pp. 317-334.
- MORIN, Edgar. Por uma reforma do pensamento. In: PENA-VEJA, Alfredo; NASCIMENTO, Elimar P. *O pensar complexo: Edgar Morin e a crise da modernidade*. Rio de Janeiro: Garamond, 1999.
- NOVAES, André. *A Fronteira como Ameaça: Geografia, Imaginação e Experiência*. In; Espaço Aberto, PPGG – UFRJ, V.1, N.2. p.101-116, 2011.
- OLIVEIRA, Rafael da Silva. *Mobilidades Transgressoras, Geografias Ignoradas: Itinerários e emaranhamentos envolvendo territorialidades de garimpeiros no Suriname*. Tese de Doutorado. São Paulo: USP, 2013. 400p.
- PANOSSO NETTO, A; NOGUERA, F; JAGER, M. Por uma Visão Crítica nos Estudos Turísticos. *Turismo em Análise*. Vol 22, n 3, dezembro 2011. pp. 539-560.
- PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília. *Turismo da Experiência*. São Paulo: SENAC, 2010.
- PECCINI, Rosana. *O Turismo e a Gastronomia*. *Revista Rosa dos Ventos*. Volume 5 (2) abril-jun, 2013. pp. 206-217.
- PECQUEUR, Bernard. O Desenvolvimento territorial: uma nova abordagem dos processos de desenvolvimento para as economias do Sul. *Revista Raízes*, v. 24, n. 1 e 2, jan.-dez./2005.

PETRINI, Carlo. *Slow Food: Princípios de uma nova gastronomia*. São Paulo: Editora Senac, 2009. 245 p.

PITTE, Jean-Robert. Nascimento e Expansão dos Restaurantes. In: FLANDRIN, Jean-Louis e MONTANARI, Massimo. *História da Alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. 885p.

POULAIN, Jean-Pierre. *Sociologias da Alimentação: Os Comedores e o Espaço Social Alimentar*. 1a ed. Florianópolis: Editora da UFSC; 2004. 285 p.

POULAIN, Jean-Pierre. *Dictionnaire des Cultures Alimentaires*. Paris: Presses Universitaires de France 2012, p. 624.

RAFFESTIN, Claude. *Por uma geografia do poder*. São Paulo, Ática: 1993.

REVEL, Jean-François. *Um Banquete de Palavras*. Companhia das Letras, 1996. 336p.

RIBEIRO, Miguel Angelo. *O Projeto de Pesquisa a partir da Rede Urbana da Amazônia*. In: MARAFON, Glaucio et al. *Pesquisa Qualitativa em Geografia: Reflexões Teórico-Conceituais*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2013, 542p.

RICHARDS, G. *Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption*. In: HJALAGER, A.; RICHARDS, G. (Eds.). *Tourism and gastronomy*. Londres, Routledge, 2002, p. 1- 20.

RICHARDS, Greg. *Turismo cultural: Padrões e Implicações*. In de Camargo, P. and da Cruz, G.(eds) *Turismo Cultural: Estratégias, Sustentabilidade e Tendências*. UESC: Bahia, 2009. pp. 25-48.

RICHARDS, Greg. *Food and the tourism experience: major findings and policy orientations*. In Dodd, D. (ed.) *Food and the Tourism Experience*. OECD, Paris, 2012. pp. 13-46.

RICHARDS, Greg. *The role of gastronomy in tourism development*. Presentation to the Fourth International Congress on Noble Houses: A Heritage for the Future, Arcos de Valdevez to be held on 27- 29 November 2014.

RODRIGUES, Adyr Balastreri. (Org.) . *Turismo e Geografia - Reflexões Teórica e Enfoques Regionais*. 1. ed. SÃO PAULO: HUCITEC, 1996. 274 p.

RODRIGUES, Adyr Balastreri. *Turismo e territorialidades plurais – lógicas excludentes ou solidariedade organizacional*. En publicación: *América Latina: cidade, campo e turismo*. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo. Diciembre 2006.

ROSENDAHL, Zeny, CORRÊA Roberto Lobato. *Geografia Cultural: Uma Antologia*. Rio de Janeiro: EdUERJ. 2013. 296 p.

SAID, E. *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*. São Paulo: Cia. das Letras, 2007.

SALDANHA, Roberta Malta. *Dicionário de termos Gastronômicos em 6 idiomas*. Rio de Janeiro: Editora SENAC RIO. 2015. 648p.

SALGUEIRO, Valéria. *Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura*. Revista Brasileira de História. vol.22 no.44 São Paulo. 2002.

SANCHEZ, Fernanda. *A reinvenção das cidades para um mercado mundial*. Chapecó: Argos, 2003. 588p.

SANTILLI, Juliana. O reconhecimento de Comidas, Saberes e Práticas Alimentares como Patrimônio Cultural Imaterial. Demetra, v.10, nº3, 2015. pp.585-606.

SANTOS, Milton. Espaço e método. – 3ª ed. – São Paulo: Nobel, 1992.

SANTOS, Milton.. Técnica, espaço e tempo: globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1994.

SANTOS, Milton. *A Natureza do Espaço*. São Paulo: Hucitec. 1996.

SANTOS, Milton. Por uma Outra Globalização: do pensamento único à consciência universal. São Paulo: Record, 2000.

SANTOS, Milton e SILVEIRA, María Laura *O Brasil. Território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SCHMID, Christian. A Teoria da Produção do Espaço de Henri Lefebvre. Em Direção a Uma Dialética Tridimensional. Tradutores: Marta Marques e Marcelo Barreto. GEOUSP - Espaço e Tempo, São Paulo, N°32, pp. 89- 109, 2012.

SCHWARCZ, Lílian Moriz. O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil – 1870-1930. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SCHWARTZ, J. *The Geography Lesson: Photographs and the construction of Imaginative Geographies*. In: Journal of Historical Geography, 22, 1, 1996. pp. 16–45.

SCHLUTER, R. Turismo e Gastronomia. São Paulo: Aleph, 2003.

SEBRAE. Turismo de Experiência. SEBRAE: Recife, 2015.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. *A Teoria do Habitus em Pierre Bourdieu: Uma Leitura Contemporânea*. Revista Brasileira de Educação. Rio de Janeiro, N° 20, Maio/Jun/Jul/Ago 2002. pp. 60 a 154.

SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio G. (Org.). O fenômeno urbano. Rio de Janeiro: Guanabara, 1967. 136p.



SOTRATTI, Marcelo Antônio. Turismo Cultural e Patrimônio Cultural: Aproximações e Contrastes. In: MARAFON, Glaucio, SOTRATTI, Marcelo e FACCIOLI, Marina. *Turismo e Território no Brasil e na Itália. Novas Perspectivas e Novos Desafios*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2014. 300p.

SOUZA, M. J. L. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. (Orgs.). *Geografia: conceitos e temas*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1995. p.77-116.

SOUZA, Marcelo Lopes de. *Mudar a cidade*. Rio de Janeiro: Bertrand, 2002.

SOUZA, Marcelo Lopes de. *Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

SPANG, Rebecca. *A Invenção do Restaurante. Paris e a Moderna Cultura Gastronômica*. Rio de Janeiro. Record, 2003. 391p.

UNESCO/ICOMOS. *Carta do Turismo Cultural*. ICOMOS. Bruxelas. Novembro de 1976.

UNESCO/ICOMOS. *Carta Internacional sobre Turismo Cultural*. ICOMOS. Cidade do México: 1999.

UNESCO. *Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Imaterial*. Paris, 2003.

UNWTO. *Cartilha Metodologia Projeto Economia Experiência*, 2010.

UNWTO. *Tourism and Intangible Cultural Heritage*. UNWTO, 2012.

UNWTO. Release, April, 2014. Disponível em: <http://mkt.unwto.org/en/barometer>.  
UNWTO. *Siem Reap Declaration on Tourism and Culture: Building a New Partnership Mode*. In: Third UNWTO/UNESCO World Conference on Tourism and Culture. Siem Reap. Camboja, 2015.

UNWTO. *Muscat Declaration on Tourism and Culture: Fostering Sustainable Development* In: Second UNWTO/UNESCO World Conference on Tourism and Culture. Muscat, Omã, 2017.

UNWTO. *Second Global Report on Gastronomy Tourism*. UNWTO: Madri. Espanha. Maio 2017.

URRY, John. *The Tourist Gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage Publications, 1990.

VAINER, Carlos. O Poder das Escalas e as Escalas de Poder. O que pode o poder Local? In: *Planejamento e Território. Cadernos do IPPUR*. Rio de Janeiro, 2001.

VALDUGA, Vander.. O desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos (RS/Brasil). *Revista CULTUR*, v.6, n.2, pp. 127-143, 2012.

WALDMANN, W. Memória do turismo: trajetória histórica da EMBRATUR no período de 1966 a 2006. 2007. 242 f. Monografia (Especialização em Gestão de Negócios em Turismo)-Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

WALLERSTEIN, Immanuel. *Análisis de sistemas-mundo: Una introducción*. México: Siglo XXI Editores, 2005.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura e Materialismo*. São Paulo, Editora Unesp, 2011.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura e Sociedade: De Coleridge a Orwell*. Vozes, 2017. 384p. Primeira edição 1958.

WIRTH, Louis. *O urbanismo como modo de vida*. In: VELHO, Otávio G. (Org.). *O fenômeno urbano*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1967. 136p.

WOLF, Erik. *Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition*, 2001.

WORLD FOOD TRAVEL ASSOCIATION. *Travel Food Monitor*. Divulgação para imprensa. WFT: Portland, Estados Unidos, 2016.

WORLD FOOD TRAVEL ASSOCIATION. *What is food Tourism*. WFT: Portland, Estados Unidos. Disponível em: <https://www.worldfoodtravel.org/cpages/what-is-food-tourism>. Acessado em 2017 e 2018.

ZUKIN, Sharon. *The culture of the cities*. Oxford: Blackwell, 1995.

## OBRAS CONSULTADAS

---

ABIA. Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação. Disponível em: <<http://www.abia.org.br>>. Acesso: Outubro 2018.

ARANTES, Antônio Augusto. *O que é cultura popular*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

ARANTES, Otilia. *Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas*. In: ARANTES, O; VAINER, C. e MARICATO, E. *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. – 3ª ed. – Petrópolis: Vozes, 2002.

BORJA, Jordi e Manuel Castells. *As cidades como atores políticos*. *Novos Estudos CEBRAP*, São Paulo, n. 45, julho, 1996.

CANADIAN TOURISM COMMISSION, *Acquiring a Taste for Cuisine Tourism: A Product Development Strategy*, Canadian Tourism Commission, Ottawa, 2002.

CASCUDO, Luís da Câmara (Org.). *Antologia da alimentação no Brasil*. Rio de Janeiro: Livros Científicos Técnicos, 1977.

CIAFFONE, Andrea. Turismo e Gastronomia: O Verdadeiro Sabor da Descoberta. In: FUNARI, P e PINSKY, J. Turismo e Patrimônio Cultural. São Paulo: Contexto, 2003.

CSERGO J. & LEMASSON J.P. (ed.), Voyages en gastronomies. L'invention des capitales et des régions gourmandes, Paris, Autrement, 2008.

COHEN, E., AVIELI, N., Food in Tourism. Attraction and Impediment, Annals of Tourism Research, Vol.31, nº4, p. 755-778, 2004.

FERNANDEZ-ARMESTO, Felipe. Comida: Uma História. Rio de Janeiro: Record, 2004.

FOX, R., Reinventing the gastronomic identity of Croatian tourist destinations, International Journal of Hospitality Management 26 (2007), p. 546-559, 2007.

GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

HALL, Stuart. Da diáspora. Identidades e mediações culturais. Org. Lia Sovik; Belo Horizonte: Editora UFMG/ Humanitas, 2003. 434p.

HARVEY, David. A justiça social e a cidade. Tradução de Armando Silva. São Paulo: Hucitec, 1980. 292p.

HARVEY, David. A condição pós-moderna. São Paulo: Loyola, 1992.

HARVEY, David. Espaços de esperança. São Paulo: Loyola, 2004.

HENRIQUES, C., CUSTÓDIO, M, Turismo e Gastronomia: A valorização do Patrimônio Gastronômico em Algarve. Encontros científicos - tourism & management studies nr. 6. Faro. 2010. pp.69-81.

HENRIQUES, C. HENRIQUES, L. Turismo, Cultura e Gastronomia. O caso do produto Gastronomia & Vinhos no Algarve (Portugal). Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Universidade de Caxias do Sul, 2010.

ICOMOS, Finding the Spirit of Place, ICOMOS, 16th General Assembly and Scientific Symposium, September-October, 2008.

[http://www.international.icomos.org/quebec2008/quebec\\_declaration/pdf/GA16\\_Quebec\\_Declaration\\_Final\\_PT.pdf](http://www.international.icomos.org/quebec2008/quebec_declaration/pdf/GA16_Quebec_Declaration_Final_PT.pdf).

IGNATOV, Elena. The canadian culinary tourists:how well do we know them? Thesis. University of Waterloo. Canadá, 2003.

LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito Antropológico. –16º ed. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003. 118p.

- MARTINS, José de Souza (Org.). Henri Lefebvre e o retorno da dialética. São Paulo: Hucitec, 1996. 152p.
- MASCARENHAS, R., GANDARA J., 2010, Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico, Estudios y Perspectivas en Turismo, 19, pp.776-791.
- MASCARENHAS, R. A diversidade gastronômica como atrativo turístico na região dos campos gerais do paraná: um estudo de caso no município de Castro. Tese de Doutorado, Curitiba, 2009.
- MITCHELL, R., HALL, C. M., Food Tourism Around the World. Development, Management and Markets. Butterworth-Heinemann, Oxford, p. 60-80, 2003.
- MITCHELL, R., HALL, C. M. The Post- visit Consumer Behaviour of New Zealand Winery Visitors, Journal of Wine Research, 15:1, 39-49, 2004.
- MULCAHY. Making the case for a viable, sustainable gastronomic tourism industry in Ireland. Dissertation. University of Adelaide, Australia.2009.
- NOVELLI, Marina. Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends, and Cases. Elsevier, Amsterdam [etc.] 2005.
- QUAN, S.; WANG, N., Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. Tourism Management 25 (2004), p. 297-305, 2004.
- RICHARDS, Greg. What is Cultural Tourism? In van Maaren, A. (ed.) Erfgoed voor Toerism. Nationaal Contact Monumenten, 2003.
- ROSSI, Paolo. Comer: Necessidade, Desejo, Obsess o. São Paulo. Editora Unesp, 2014.
- SANTOS, Milton. Metamorfoses do espaço habitado.Fundamentos Te ricos e metodol gicos da Geografia. São Paulo. Hucitec, 1988. 125p
- SHENOY. S. Food tourism and the culinary tourist. Thesis. Clemson University. Carolina do Sul. EUA. 2005.
- SOJA, Edward. W. Geografias pós modernas: a reafirma o do espaço na teoria social crítica. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993. 324p.
- STANDAGE, Tom. Uma História Comestível da Humanidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2010. 239 p.
- SOKOLOV, R., 1991, Why We Eat What We Eat : How the Encounter between the New World and the Old Changed the Way Everyone on the Planet Eats, New York, Summit.

WILLIAMS, Raymond. Culture and society, 1790-1950. New York: Columbia University, 1983.

WILLIAMS, Raymond. Cultura. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992. 239p.

WILSON, Julie. The Routledge Handbook of Tourism Geographies. Routledge. Bristol, UK, 2010. 330p.