

A cultura gastronômica como atrativo turístico: relato de uma experiência de pesquisa nos restaurantes de Aracaju/SE

Food culture as a tourism attraction: report of a research experience in Aracaju/SE restaurants

Fernanda Meneses de Miranda Castro¹

Juliana Gomes Marinho dos Santos²

Resumo

Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa realizada por meio de um projeto de monitoria da disciplina Gestão de Alimentos e Bebidas, no curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe. A pesquisa comportou duas etapas. Na primeira realizou-se um levantamento bibliográfico sobre as relações do turismo com a cultura, identidade, patrimônio e gastronomia. A pesquisa de campo, realizada com os alunos da disciplina divididos em dez grupos, consistiu a segunda etapa descrita a seguir. Foram visitados dez restaurantes diferentes que oferecem como “carro chefe” o prato composto pelo alimento pesquisado, ao que se seguiu a realização de uma ficha técnica do alimento, a identificação dos aspectos históricos, culturais e sociais que envolvem os alimentos presentes, os hábitos, símbolos, usos e costumes intrínsecos ao repertório gastronômico pesquisado e os modos de socialização do prato, entre outros aspectos. Apresenta por conclusão que a gastronomia não é utilizada devidamente como um atrativo turístico nos restaurantes pesquisados em Aracaju.

Palavras chave: Turismo. Cultura. Patrimônio. Gastronomia. Aracaju-SE.

Abstract

This paper presents the results of a survey conducted by a project monitoring in the course Food and Beverage Management in Tourism course at the Federal University of Sergipe. The article was composed of two steps. The first was based on a literature on the relationship of tourism with culture, identity, heritage and gastronomy. In the second

¹ Graduada em Turismo pela Faculdade de Turismo da Bahia e em Administração de Empresas pela Universidade Católica do Salvador, possui especialização em Educação pela Fundação Visconde de Cairú e é mestre em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz. E-mail: ferdicastro@hotmail.com

² Graduanda em Turismo pela Universidade Federal de Sergipe (UFS) e monitora voluntária do Programa de Monitoria da UFS. E-mail: jujukms@hotmail.com

phase was conducted field work with students of the discipline. Students were divided in ten groups and visited ten different restaurants that offer as "flagship" the dish compose of the food that they were searching. From a technical visit to the typical regional restaurant, students should prepare a sheet of food; identify the historical, cultural and social changes that involve food gifts, identify habits, symbols, customs and traditions intrinsic to the gastronomic repertoire researched, analyze the modes of socialization of the dish, among other aspects associated with the dish searched. The research concluded that the food is not properly used as a tourist attraction in the restaurants surveyed in Aracaju.

Keywords: Tourism. Culture. Heritage. Gastronomy. Aracaju-SE.

RESUMEN

Este trabajo presenta los resultados de una encuesta llevada a cabo por un proyecto de seguimiento del curso de Gestión de Alimentos y Bebidas en el curso de Turismo de la Universidad Federal de Sergipe. El grupo de estudio consistió en dos pasos. La primera se basó en una literatura sobre la relación del turismo con la cultura, la identidad, el patrimonio y la gastronomía. En la segunda fase se llevó a cabo trabajo de campo con los estudiantes de la disciplina. Los estudiantes se dividieron en diez grupos visitaron diez restaurantes que ofrecen diferentes como "buque insignia" El plato se compone de los alimentos que estaban buscando. Desde los restaurantes locales de visita, los estudiantes prepararon una hoja de alimentos, identificar los cambios históricos, culturales y sociales que involucran a los regalos de alimentos, hábitos identificados, símbolos, costumbres y tradiciones intrínseco al repertorio gastronómico investiga, analiza la socialización la placa, entre otras cosas asociadas con el plato buscado. La investigación concluyó que la comida no está bien utilizado como una atracción turística en los restaurantes encuestados en Aracaju.

Palabras clave: Turismo. Cultura. Patrimonio. Gastronomía. Aracaju-SE.

INTRODUÇÃO

A Gastronomia consiste na arte de cozinhar, objetivando transmitir prazer aos que comem. Diz respeito a tudo relacionado à arte da culinária, aos prazeres da mesa. Sua relação com a identidade local é íntima, visto que a cultura do lugar influencia no modo de preparar os pratos.

Desse modo, a gastronomia se relaciona com o turismo cultural para ser difundida e consolidada como identidade de um local uma vez que, por meio da

alimentação, se conhece os costumes dos residentes de uma região e também suas histórias de vida. Assim, a cultura gastronômica revela tradições e produtos gerados na terra; divide classes sociais e demonstra os saberes, as técnicas, que junto a outros fatores formam a cultura regional.

No Brasil observa-se uma grande heterogeneidade de alimentos, com a mistura de diferentes etnias, o que torna sua culinária o resultado da soma de diversas culturas, cuja matriz apóia-se na influência indígena, africana e portuguesa. No Estado de Sergipe, Aracaju, sua capital, é o objeto do presente estudo. Sergipe, apesar de ter uma vasta oferta culinária, aparenta não oferecer pratos originais, ou seja, que surgiram na localidade, e sua culinária típica é baseada na culinária de outras regiões. Na capital Aracaju não é diferente. Não existe catalogado qualquer prato que tenha efetivamente surgido nessa cidade. O que se percebe é que os pratos chegam das demais capitais do Nordeste e são adaptados aos costumes locais.

Outrossim, o curso de Turismo da Universidade Federal de Sergipe oferece em seu projeto pedagógico a disciplina Gestão de Alimentos e Bebidas. Um dos objetivos desta disciplina é trazer para os estudantes a perspectiva da gastronomia enquanto atrativo turístico.

Neste sentido, surgiu a necessidade de investigar qual a relação da gastronomia com o turismo cultural na cidade de Aracaju. Deste modo, esse artigo apresenta os resultados de uma experiência desenvolvida em um Projeto de Monitoria realizado no ano de 2010, que teve como objetivo central analisar como se deu a construção da identidade gastronômica em restaurantes turísticos de Aracaju-SE, a partir de resultados de trabalhos desenvolvidos pelos acadêmicos ao longo do ano.

O projeto comportou duas etapas. Na primeira foi realizado um levantamento bibliográfico sobre o turismo e suas relações com a cultura, identidade, patrimônio e gastronomia. Na segunda etapa realizou-se um trabalho com os alunos da disciplina. Foram selecionados 10 alimentos que representam os principais pratos típicos da cidade. Cada alimento foi pesquisado por um grupo de alunos da disciplina e orientado pela monitora. Os alunos realizaram visitas técnicas a dez restaurantes regionais que ofereciam como “carro chefe” o alimento que eles estavam pesquisando e elaboraram

uma ficha técnica do prato. Ademais, eles identificaram aspectos históricos, culturais e sociais que envolvem os alimentos, identificaram hábitos, símbolos, usos e costumes intrínsecos ao repertório gastronômico pesquisado; analisaram os modos de socialização do prato: espaços de sociabilidade onde geralmente as pessoas o consomem, os hábitos e costumes aracajuanos, horários, locais e momentos do dia a ser consumido, o alimento nas ruas e no cotidiano da cidade de Aracaju e os utensílios, vestuários, artesanato, entre outros aspectos associados ao prato pesquisado. Ao final da pesquisa, o grupo (alunos, professora e monitora) analisou os resultados encontrados.

Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa exploratória, pois proporciona maior familiaridade com o problema, além de torná-lo mais explícito, e enfatiza o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições (GIL, 2006). Além de estudo de caso, visto que analisa uma cidade específica – Aracaju – a pesquisa exploratória também se caracteriza como bibliográfica, e esta será utilizada como base para formulação dos instrumentos de pesquisa. Na opinião de Gil (2006), a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir aos investigadores a garantia de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Deste modo, esta pesquisa é de característica qualitativa porque os pesquisadores procuraram captar a situação em toda sua extensão, colhendo informações e tentando construir um quadro teórico geral (ALVES, 2007).

A gastronomia é um meio de socialização. Como fora colocado, o alimento remete às lembranças, experiências e emoções vividas, possuindo um valor simbólico, intangível, pois cada um possui diferentes experiências. Nesse contexto, pode-se perceber que a gastronomia tem grande relação com o turismo cultural, que é motivado pela busca de novos conhecimentos, de interação com as pessoas, comunidades, dos costumes, da tradição, da identidade cultural, pela busca das expressões reveladoras do ser e fazer da comunidade, mostrando que a alimentação é um importante aspecto cultural de um povo.

A gastronomia é comumente transformada em atrativo turístico, aproveitando sua história e tradição para realizar roteiros gastronômicos, mostrando através da alimentação a identidade do local. Ela é considerada um patrimônio cultural intangível e

pode contribuir para movimentar a cadeia produtiva do turismo das cidades. Desse modo, justifica-se esse projeto pelo fato de possivelmente não existirem pesquisas científicas que identifiquem como se dá o processo de construção da identidade gastronômica em Aracaju. Como fora colocado, uma das principais motivações turísticas é a busca de novos conhecimentos, de interação com as pessoas, comunidades, dos costumes, da tradição, da identidade cultural e a gastronomia, neste sentido, se configura como uma eficiente alternativa, mostrando que a alimentação é um importante aspecto cultural de um povo.

Cultura, turismo e turismo cultural

O turismo cultural advem das palavras turismo e cultura. O termo cultura é um conceito polêmico, ampliado e transformado ao longo de décadas por antropólogos, sociólogos, historiadores e intelectuais em geral. A noção de cultura é constante alvo de discussões e reelaborações, gerando dificuldades e imprecisões.

Dessa forma, em torno do significado do termo cultura, formou-se um amplo conjunto de interesses, que inclui além da sociologia e antropologia, áreas classicamente dedicadas ao tema, estudos de comunicação, ciência política, geografia, economia e turismo. Daí a abundância de conceitos atribuídos à palavra e, também, a reconhecida escassez de consensos quanto ao que ela significa (OLIVEIRA, 2002, p. 25).

De acordo com Menezes (1986, p. 89), Alfred Kroeber e Clyde Kluckhohn cadastraram, na década de 50, mais de uma centena de definições do conceito de cultura. Um deles a define como “[...] um conjunto de mecanismos de controle – planos, receitas, regras, instruções – para governar o comportamento” (GEERTZ, 1989, p.56).

Neste estudo, consideramos a definição de cultura Atribuída por Santos (1994, p.44-45), segundo a qual:

A cultura é um produto da história de cada sociedade, é uma dimensão do processo social, da vida em sociedade. Não diz respeito apenas a um conjunto de práticas e concepções ou apenas uma parte da vida

social, independente da mesma. Ou seja, cultura diz respeito a todos os aspectos da vida social.

Para Warnier (2000, p. 16), “[...] Toda a cultura é fator de identificação pelos grupos e pelos indivíduos e de diferenciação em relação aos outros, sendo as orientações dos atores uns em relação aos outros e em relação aos lugares vizinhos”.

Esta identificação e a diferenciação são enfatizadas por Martins (2003, p. 42), como identidade, que seria “[...] o sentido de pertencer que as pessoas trazem enquanto seres simbólicos que são. Esse ser de algum lugar pertence a algum grupo, sente afinidade com algo que lhe resgata algo seu”.

Outrossim, uma outra vertente em desenvolvimento desde meados do século passado é a formação da idéia de hibridismo cultural, tratada por Néstor García Canclini (2000). Esta questão se sustenta basicamente na pluralidade de culturas que mantêm contatos entre si. O autor exemplifica sua fundamentação através dos habitantes de países fronteiriços que se relacionam, utilizando-se de várias línguas adjacentes e trocando produtos culturais em mercado aberto ou em espaços de comunicação de massa como o rádio ou em discoteca.

Para Canclini (2000), o termo hibridismo cultural é uma mescla de culturas estabelecidas nas relações sociais em regiões fronteiriças, possibilitando o acesso de tecnologias que permitem o uso de bens culturais antes restritos a uma parcela da população e atualmente utilizadas pelas classes populares. Em verdade, Canclini discutiu o problema da modernidade tardia, vista como movimento que nunca alcança a América Latina, ao mesmo tempo, em que as tradições permanecem enquanto celebrações em suas comunidades.

Para o turismo este hibridismo cultural é um tema constantemente em voga, pois sustenta e justifica o comportamento das pessoas que fazem turismo: a comunidade receptora, a cadeia produtiva do turismo e os turistas. Estudos referentes à cultura, história e principalmente identidade de um povo não podem se desvincular do desenvolvimento turístico de uma região, pois a tendência à homogeneização dos espaços pelo fenômeno da globalização faz surgir nas sociedades pós-modernas a fascinação pela diferença e a conseqüente valorização do local. A procura por destinos turísticos exóticos revela a mercantilização da etnia e da alteridade, da venda do espaço

e da cultura do “outro” para o “eu” (HALL, 2000). Assim, o grau de diferenciação desses locais passa a determinar sua atratividade e valor de mercado.

Portanto, as características específicas de cada localidade, manifestadas principalmente através dos seus aspectos culturais, representados pelo seu patrimônio, história, identidade e representações são os principais atrativos turísticos que o município pode oferecer, pois são o que o diferenciam dos demais.

Este interesse pelos aspectos culturais representados pelo patrimônio, história e identidade são elementos imprescindíveis para o surgimento do turismo cultural. De acordo com Barretto (2007), o turismo cultural surgiu a partir da idéia de um “novo turismo”. Segundo a autora, nas últimas décadas do século XX, o novo turismo surgiu caracterizado pela flexibilização, pela segmentação e por oferecer experiências mais autênticas para turistas que procura por exclusividade e, principalmente, qualidade. Ainda de acordo com a autora, o turismo cultural surgiu como uma alternativa ao turismo de massa,

[...] por tratar-se de um turismo de minorias, cujos protagonistas, que seriam turistas não institucionalizados, experimentais, experienciais e existenciais, são mais educados e respeitam o meio ambiente natural e cultural [...]. Por outro lado, trata-se de pessoas que procuram um contato íntimo com a população local, respeitando seu modo de vida, sem pretender impor seus padrões; são pessoas que se adaptam com facilidade à cultura local e consomem seus estados de espírito em lugar de coisas materiais (BARRETTO, 2007, p. 84).

Não obstante, o Ministério do Turismo (2006) considera que o turismo cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. Assim, pode-se inferir que a definição de turismo cultural depende da motivação do turista em vivenciar o patrimônio histórico e cultural através de experiências e buscar conservá-los faz parte dessa atividade. Para o turista cultural é necessário conhecer o que está sendo visitado e buscar experiências relacionadas aos objetos de visitação. Ao utilizar os bens culturais deve-se ter a conscientização da sua valorização e manutenção para que permaneçam como objetos de memória e identidade de um lugar, difundindo o conhecimento sobre eles para que essa relação seja harmônica.

O turismo cultural busca novos conhecimentos, interagir com a comunidade, descobrir seus costumes e tradições. Essa atividade revela as expressões de um povo, seus saberes e fazeres que apesar de sofrerem influência do tempo permanecessem na história. Além disso, o turismo cultural influencia na conservação do patrimônio, pois as autoridades passam a querer mantê-los para a atividade turística, um grande benefício para as localidades.

Existe uma gama ampla de atividades que podem ser consideradas como turismo cultural. De acordo com Swarbrooke (*apud* ALCÂNTARA, 2004), são partes do patrimônio cultural elementos tangíveis e intangíveis tais como: monumentos e edifícios históricos, locais onde aconteceram fatos importantes da história como batalhas, áreas geográficas tradicionais e assentamentos indígenas, língua, literatura, música e arte; eventos tradicionais e folclore; e estilos de vida tradicionais, incluindo alimentos, bebidas e esportes.

Nessa perspectiva, estudos sobre gastronomia são uma parte importante das expressões culturais de uma localidade, como colocado por Alcântara (2004) que afirmam que o conhecimento da gastronomia local, regional ou nacional é de grande interesse para o turista e são parte relevante da experimentação física e espiritual da experiência turística.

Identidade, patrimônio e gastronomia

Atualmente o acesso à tecnologia tem gerado uma democratização de informações e, ao mesmo tempo, uma volta ao passado, numa espécie de nostalgia ao sentimento de pertença e forte identificação com valores simbólicos e tradicionais de uma comunidade. As comunidades buscam iniciativas assertivas para substituir o ritmo acelerado dos tempos atuais.

E no contexto desta corrente social nostálgica, o patrimônio surge como uma forma de recuperação especialmente eficaz. Através do patrimônio o indivíduo seqüestra um pedaço de passado, sob a forma de tótems pessoais, em relação aos quais percebe uma vinculação directa. Como um artifício idealizado com finalidades de identificação no espaço e no tempo, como elemento de referência, o patrimônio

representa, para a sociedade actual, uma verdadeira necessidade. De tal forma que o “patrimônio” se converteu, nos últimos anos, num verdadeiro culto popular e também, numa etiqueta extraordinariamente extensiva a uma enorme quantidade de elementos e objectos, do individual ao colectivo, do material ao intangível, de um passado mais remoto a um passado mais recente (SILVA, 2006, p. 1).

Na perspectiva das tradições, as comunidades locais e seus modos de vida particulares têm sido foco de pesquisas e possibilidades de preservação. É comum ver a própria comunidade tornar-se patrimônio a ser preservado. A Unesco enfatiza o sentido atribuído aos valores humanos com suas produções e, atualmente, estimula as instituições a cuidarem desse aspecto como um repertório de cultura, na medida em que esse é passado de geração para geração, especialmente através da oralidade (OLIVEIRA, 2005, p. 45).

O patrimônio cultural de uma região possui uma importância com grande potencial de criar, por meio do turismo, desenvolvimento em comunidades que dispõem dos seus bens culturais para visitação. O patrimônio deve ser pensado como um fator de desenvolvimento. Martín, responsável pelo Departamento de Comunicação, do Instituto Andaluz do Patrimônio Histórico – Sevilha, Espanha, em artigo publicado, afirma que:

La naturaleza compleja e plural del patrimonio natural y cultural implica una gestión integral que articule investigación, gestión e produzca conocimiento e utilidad práctica, aproxime pasado e presente (...) implica comprender el trabajo em torno del patrimonio como una cadena o sucesión de trabajo que se inicia com identificación y recuperación del registro, continua com su estudio e valoración, ofrece soluciones a la administración actual de los bienes que lo integran, possibilita su revalorización y rentabilización como recurso cultural y culmina com la difusión (MARTÍN, 2001, p. 6).

Destaca-se na citação um comportamento não percebido em distintas regiões do país. Em diversos sítios, a herança cultural do local, seja na forma dos bens materiais, seja na forma dos bens imateriais, envolvendo os fazeres e saberes de uma comunidade, não são levados em consideração como importantes para integração da sociedade.

A herança cultural é resultado de uma fonte de significado e experiência de um povo. De acordo com Calhoun (*apud* CASTELLS, 2002, p. 22):

Não temos conhecimento de um povo que não tenha nomes, idiomas, ou culturas em que alguma forma de distinção entre o eu e o outro, nós e eles, não seja estabelecida... O autoconhecimento –

invariavelmente uma construção, não importa o quanto possa parecer uma descoberta – nunca está totalmente dissociado de ser conhecido, de modos específicos, pelos outros.

A identidade individual e o sentimento de grupo também podem estar associados à memória coletiva. Segundo Canclini (2000, p. 190),

Ter uma identidade seria, antes de mais nada, ter um país, uma cidade ou um bairro, uma entidade em que tudo o que é compartilhado pelos que habitam esse lugar se tornasse idêntico ou intercambiável...Quando se ocupa um território o primeiro ato é apropriar-se de suas terras, seus frutos, minerais, e é claro, dos corpos da sua gente, ou ao menos do produto de sua força de trabalho [...].

Pertencer a um mesmo território significa compartilhar regras, normas de comportamento, linguagens, vestuários, ritos que delimitam o acesso ao grupo. Castells (2002, p. 23) defende que a identidade constitui fontes de significado para os atores sociais, por eles originadas e construídas por meio de um processo de individualização. Elas organizam significados, sendo que significado é uma identificação simbólica por parte de um ator social, da finalidade praticada por tal ator. Ou seja, o homem tem consciência do grupo, família, comunidade a qual pertence. Isso é a visão de identidade que é característica dele. Portanto, pode-se conceituar identidade como a referência do homem a pertencer a determinado grupo pelo desempenho de papéis, mediante os quais se relaciona.

A identidade pode ser conceituada como (CASTELLS, 2002, p. 22) a fonte de significado e experiência de um povo; o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados que prevalecem sobre outras fontes de significado. Portanto, a identidade turística de um município pode ser estabelecida através da memória a qual seu povo se identifica e propaga às sociedades.

Sob a ótica pós-moderna, a identidade pode ser concebida como algo móvel, em permanente construção a partir da influência do “outro” no ambiente social do “eu”. No caso do turismo, é possível que as relações sociais entre os turistas e os autóctones desencadeiem contradições, gerem curiosidades e tensões, culminando com um movimento de aculturação ou com o fortalecimento da identidade local (GALLERO, 2004).

Hall (2000, p. 9) afirma que “a identidade somente se torna uma questão quando está em crise, quando algo que se supõe como fixo, coerente e estável é deslocado pela experiência da dúvida e da incerteza”. A identidade constrói-se a partir do desigual, a partir da presença do outro. A união entre os iguais é indissociável da repulsa diante daqueles considerados estrangeiros. A consciência de pertencimento a um dado grupo é adquirida pela consciência das diferenças das quais os indivíduos se apropriam para estabelecer fronteiras étnicas e fortalecer a identidade local (GALLERO, 2004).

Destarte, a comensalidade humana está longe de ser um ato meramente biológico. Esta prática – tão necessária e presente no cotidiano – absorve grandes efeitos sociais e culturais, estando ainda associada a fatores econômicos, políticos e ideológicos. “Mais que se alimentar conforme o meio a que pertence, o homem se alimenta de acordo com a sociedade a que pertence e, ainda mais precisamente, ao grupo, estabelecendo distinções e marcando fronteiras precisas” (MACIEL, 2001, p.149).

Uma das formas de interpretação da vida social dos alimentos se dá através da cozinha e do fazer culinário já que, de acordo com Bessis (*apud* MACIEL, 2004, p. 2) “a leitura da cozinha é uma fabulosa viagem na consciência que as sociedades têm delas mesmas, na visão que elas têm de sua identidade”. Para Giard (1996), as práticas culinárias são consideradas “artes de nutrir”, que revelam a engenhosidade, criatividade e inventividade humana. São modos de fazer que remetem a um diverso repertório de técnicas e métodos associados, que traduzem uma gramática alimentar repleta de aromas, ingredientes, técnicas de preparação, bem como maneiras de servir e comer (HERNÁNDEZ; ARNÁIZ, 2005, p.39).

A cultura alimentar também se delineia como meio universal de hospitalidade e sociabilidade, tornando-se importante fator de atratividade turística. Isso se deve, em grande parte, a sua grande vocação de traduzir hábitos, códigos sociais, crenças, rituais e modos de vida, bem como fatores históricos, étnicos e identitários.

A partir deste viés é que se amalgama a relação entre gastronomia e turismo.

Trata-se de um patrimônio cultural vivo que pulsa na cotidianidade dos lugares, transformando-se em matéria-prima fundamental para o olhar do turista. É o que vem acontecendo com a gastronomia, que

cada vez mais é incorporada ao produto turístico, representando um importante fator de promoção de destinos (CASTRO et. al, 2010, p. 1).

Assim, o conjunto gastronômico torna-se um amplo meio de experimentação, aprendizagem e comunicação cultural, na medida em que proporciona aos viajantes um meio de degustação material e simbólica do ambiente visitado.

Sob o ponto de vista do turismo, as práticas culinárias e gastronômicas cooperam essencialmente para o entendimento das características inerentes a cada localidade visitada, apresentando referências históricas e étnicas; formas de preparação, temperos, receitas modernas e tradicionais, saberes culinários, espaços de alimentação, entre outros aspectos. Já que, “inúmeras cidades e regiões aproveitam-se de suas raízes, tradições e expressão cultural traduzidas na culinária, ofertando um produto diferenciado, muito além do simples *souvenir*” (AZAMBUJA, 2001, p. 74).

Nesse pujante de turismo cultural, a gastronomia se enquadra como eficiente apelo do *marketing* turístico. Por isso, a alimentação, além de fazer parte da cultura de cada localidade, também deve ser considerada economicamente, visto que, o desenvolvimento das regiões dar-se-á de forma harmoniosa com as suas potencialidades.

De acordo com Schluter (2006), a gastronomia está assumindo cada vez mais importância como mais um produto para o turismo cultural. A autora defende que a busca pelas raízes culinárias e a forma de entender a cultura de um lugar por meio da gastronomia está adquirindo importância cada vez maior, visto que a cozinha tradicional está sendo vista como um elemento essencial do patrimônio intangível dos povos.

Esse contexto favorece a valorização do patrimônio gastronômico regional, já que ele é um importante elemento para o desenvolvimento do turismo cultural, visto que o patrimônio cultural, material e imaterial, e a memória social são ferramentas eficientes para a definição e redefinição de políticas públicas no campo da cultura e do turismo.

Turismo e gastronomia

A gastronomia é a ciência que compreende a culinária, as bebidas, os ingredientes (especiarias, temperos, farinhas, queijos, etc.) usados no preparo das refeições, os utensílios que são demandados na elaboração dos alimentos e todas as peculiaridades culturais ou não, a ela integradas. Contudo, não se deve confundir gastronomia com a culinária (arte puramente da confecção dos alimentos), nem com a nutrição e dietética (que examinam a alimentação no ponto de vista da saúde e medicina).

Na gastronomia, o diferente torna-se original, encantador e a identidade local é fortalecida. A degustação de alimentos e bebidas típicas possibilita a interação do visitante com a cultura local, evidenciando a importância cada vez maior que a gastronomia assume para o turismo; principalmente no que diz respeito aos restaurantes especializados em comidas típicas (SANTOS, 1996).

Brillat-Savarin (1995) defende que a gastronomia é um ato do nosso julgamento pelo qual damos preferência às coisas agradáveis ao nosso paladar em detrimento daquelas que não tem qualidade. Para ele, a capacidade de criar na gastronomia é um verdadeiro fenômeno. Não somente pela criação de pratos desenvolvidos com os ingredientes mais exóticos ou inimagináveis, ou mesmo pelas quantidades de utensílios específicos elaborados para atender as necessidades dos chefes, valorizando o alimento cada vez mais – e cobrando caro por isso.

A gastronomia é aproveitada como elemento de atração de visitantes, final os visitantes sempre precisam alimentar-se durante suas viagens. Outro fator relevante, sobretudo nos países continentais como o Brasil, é a diversidade de pratos distintos e dos hábitos alimentares de cada região visitada. Desde a época da colonização brasileira estabeleceu-se o intercâmbio de alimentos, especiarias, condimentos e hábitos alimentares, enriquecendo o valor cultural da gastronomia.

No Brasil, a maior, mais forte e definitiva influência sobre a culinária é indubitavelmente a portuguesa, cujo maior símbolo é a maneira de preparar os alimentos, o uso do doce e do sal, a fritura, os refogados, os cozidos e as sopas. Entretanto, percebe-se também a influência indígena (WOORTMANN, 2006), e a importância da farinha de mandioca. Já dos africanos percebe-se a influência do inhame,

azeite de dendê e quiabo. Ademais, ressalta-se a influência dos imigrantes, principalmente da Europa e da Ásia.

Percebe-se então que na gastronomia, o que diferencia um prato do outro não são os ingredientes, que geralmente são os mesmos, e sim o modo de preparação. Ou seja, ingredientes cultivados com técnicas semelhantes em todo o mundo são preparados de formas distintas, de acordo com a cultura local.

Além do aspecto regional que caracteriza a gastronomia de uma dada localidade, outro fator relevante para o turismo é a grande quantidade de restaurantes, cada vez mais especializados e sofisticados que surgem nos centros turísticos. Dutra (1991, p.17), comenta que “a culinária atua como um dos referenciais do sentimento de identidade: é por sua característica de *portable* [...] que ela pode se tornar referencial em terras estranhas”.

Ressalte-se que a gastronomia integra a nova demanda por parte dos turistas de elementos culturais. Como patrimônio local, incorpora-se aos novos produtos turísticos, permitindo que pessoas da própria comunidade sejam envolvidas na produção desses elementos, participando do desenvolvimento da atividade (SANTOS, 1996).

Metodologia da pesquisa

A partir da discussão acerca das relações do turismo com cultura, identidade, patrimônio e gastronomia pode-se alicerçar a aplicação da metodologia desta pesquisa. Assim, antes da pesquisa de campo, os alunos da disciplina Gestão de Alimentos e Bebidas participaram de aulas expositivas sobre o tema. Desse modo, o projeto contou com pesquisas bibliográficas e visitas técnicas – em feiras, mercados municipais e restaurantes típicos. Para o primeiro momento foram eleitos dez alimentos para serem pesquisados, apresentados e ofertados para degustação. Os alimentos escolhidos foram os que representavam os principais pratos turísticos oferecidos na cidade. Foram eles: caranguejo, guaiamum e siri; amendoim e castanha; pirão de capão; feijoada sergipana; acarajé, vatapá e caruru; tapioca; carne do sol com pirão de leite ou de macaxeira; moquecas e derivados do milho (cuscuz, munguzá e canjica).

Nesta primeira etapa foram desenvolvidas pesquisas bibliográficas e de campo sobre o repertório alimentar selecionado, identificado aspectos como: redes de comercialização em Aracaju; referências históricas, étnicas e culturais dos alimentos; modos de sociabilidade, hábitos e costumes aracajuanos; práticas culinárias; elementos da cultura material e imaterial. A partir destes dados, cada grupo de alunos escolheu um restaurante que tivesse o alimento como um dos “carros chefe” no cardápio, para analisar a presença de elementos constitutivos da cultura alimentar aracajuana no prato e serviços ofertados. Após a visita, cada equipe analisou criticamente os pratos dos restaurantes e propôs modificações necessárias diante da temática pesquisada pelo grupo. Ao final desta etapa, os estudantes relataram as experiências do trabalho de campo nos restaurantes, apresentaram propostas de ficha técnica dos pratos e organizaram a exposição e degustação conforme os alimentos e serviços solicitados.³

Resultados da pesquisa

Para os discentes, a pesquisa serviu como objeto de análise e de confronto entre teoria e prática, permitindo maior reflexão e aprofundamento na construção do saber turístico. Perceberam que a gastronomia nos restaurantes pesquisados em Aracaju não é tratada especificamente como atrativo turístico. Os resultados das investigações indicaram que nos estabelecimentos onde são oferecidos pratos típicos não existe qualquer estratégia para atrair turistas para o consumo específico da iguaria pesquisada.

Apesar de os dez alimentos selecionados apresentarem referências históricas, étnicas e culturais dos alimentos e modos de sociabilidade peculiares, a análise revelou que estes hábitos e costumes de práticas culinárias não são ressaltados. O caranguejo, por exemplo, geralmente é consumido em todos os horários do dia. Seja pela manhã, à tarde ou até mesmo a noite, antes de qualquer outro programa social.

³ Ao final da investigação, os alunos foram estimulados a relatar a experiência por escrito, sob o formato de artigo científico.

O consumo do cuscuz também é outro exemplo. Na cidade ele é conhecido como “teimosinho”, pois insiste em “não sair da mesa do café da manhã do sergipano”, entretanto, no decorrer da pesquisa os discentes perceberam que o restaurante mais famoso por oferecer a iguaria segue receitas vindas de outro Estado (Paraíba).

Quanto às moquecas e ao acarajé, as pesquisas indicaram que, apesar do modo de fazer em Aracaju ser diferente (os pratos são preparados enfatizando o leite de coco, a castanha e o amendoim), os turistas procuram pratos similares aos servidos na Bahia. Um dado interessante relatado na pesquisa sobre acarajé, vatapá e caruru é o relato das cozinheiras, chamadas pelos turistas como “baianas do acarajé”, mesmo não se vestindo como baianas. Ao oferecer a iguaria, corrigem os turistas, ao afirmar não ser baiana, e sim sergipana, mas eles respondem que se comercializam acarajé, são baianas sim, de acarajé.

O amendoim e a castanha, apesar de terem modos de fazer também diferentes, especialmente o amendoim cozido, não oferecem nenhuma diferenciação. Acrescenta-se que pesquisa revelou que os produtores das oleaginosas sequer sabem que são preparadas de modo diferente em Aracaju.

Resultados semelhantes foram os relacionados ao pirão de capão e à feijoada sergipana (uma mistura de feijoada carioca com legumes cozidos). Em relação a estes alimentos, os alunos relataram dificuldades na pesquisa bibliográfica: ambos os grupos tiveram que fazer um recorte da história nacional do alimento e utilizar o método dedutivo, ou seja, partir do geral para o específico para fazerem as suas análises, pois não encontraram acervo bibliográfico catalogado. O pirão de capão e a feijoada sergipana são pratos elaborados de maneira singular em Aracaju. O pirão de capão, ou pirão de galo capado, é servido em restaurantes típicos, no Mercado Municipal principalmente, onde existe um grande fluxo de turistas. A feijoada sergipana é oferecida em restaurantes na orla de Aracaju, também bastante frequentada por turistas. Ao perguntarem sobre a história destes alimentos nos restaurantes pesquisados descobriram que eles não sabiam e não havia interesse por parte dos gestores dos estabelecimentos e cozinheiros em conhecer a origem do prato.

Quanto à carne do sol percebeu-se que a mesma possui várias denominações, muitas vezes é confundida com o charque e é consumida pelos turistas com maior frequência nos restaurantes dos mercados municipais. A pesquisa também revelou que Aracaju não constitui o principal pólo de produção e distribuição da carne, apenas de consumo. A carne é consumida nas três refeições e a sua origem, segundo a pesquisa, realaciona-se aos métodos de conservação dos alimentos na época da colonização portuguesa, quando o sal era o método mais eficiente de conserva.

Por fim, a tapioca. Apesar de ser consumida com frequência em Aracaju (na orla existem inúmeras barracas oferecendo a iguaria), os resultados indicaram que não existe um método diferenciado de preparar o prato, tampouco se sabe a história do alimento.

Percebeu-se que para os discentes, as atividades práticas serviram como objeto de análise e de confronto entre teoria e prática, permitindo maior reflexão e aprofundamento na construção do saber turístico.

Com relação ao Programa de Monitoria, ressalta-se a importância da relação teórico/ prática, que facilitou o processo didático e serviu para o exercício profissional. Ademais, os alunos construíram os primeiros ensaios teóricos sobre a história destes dez pratos típicos de Aracaju.

No decorrer das apresentações das pesquisas, os próprios discentes chegaram a algumas conclusões descritas a seguir. Ao que se refere aos restaurantes, objetiva-se analisar a ficha técnica do alimento, ao que se constatou que a maioria dos restaurantes pesquisados não a apresentava. Alguns sequer sabiam da existência, outros não tinham o hábito de utilizá-la. Relataram as dificuldades na realização da pesquisa bibliográfica, principalmente ao que se refere aos dados específicos sobre Sergipe e Aracaju, como foi como proposto na introdução deste trabalho.

Dentre os pratos pesquisados, constatou-se que nenhum deles surgiu em Aracaju, embora tenha se revelado diferentes modos de fazer na cidade. Em relação à gastronomia como patrimônio cultural, no decorrer da experiência não houve relatos sobre sua importância, tanto pelos pesquisadores como pelos pesquisados, todavia, todos os membros envolvidos no trabalho (discentes, monitora e professora) perceberam

que a gastronomia é um atrativo turístico e deve pertencer ao patrimônio cultural, entretanto, em Aracaju, ainda não é tratada como tal.

Considerações finais

Como destacado, os resultados da pesquisa indicaram que a cultura alimentar ainda não é explorada adequadamente enquanto atrativo turístico. O processo de patrimonialização constitui uma alternativa para ampliar este uso, dado que a sua inclusão em tal processo fortalecerá a gastronomia aracajuana e impulsionará o desenvolvimento de legitimação dos pratos criados em Aracaju, a partir dos hábitos, costumes e sociabilidades do local.

Sabe-se que para tratar a gastronomia enquanto atrativo turístico e/ou patrimônio cultural são necessárias ações do Estado, a partir da criação de políticas públicas que estimulem e recomendem tais usos, entretanto, sabe-se também que tais ações tem maiores possibilidades de sucesso quando executadas em parcerias com a iniciativa privada. Portanto, os estabelecimentos gastronômicos desempenham papel fundamental neste processo.

A gastronomia cria um valor cultural importante que pode e deve ser integrado ao destino Aracaju, visto que oferecerá aos seus visitantes o conhecimento da história e do patrimônio aracajuano por meio da culinária. Como consequência dessa valorização da gastronomia local, estima-se a criação de novos pratos e a reutilização de diversos alimentos, proporcionando a renovação do consumo, assim como processos, utensílios e rituais de preparação, os quais se converterão em elementos da identidade nacional e, consequentemente, em incremento ao turismo da cidade.

Referências

ALVES, M. **Como escrever teses e monografias**: um roteiro passo a passo. 3ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

AZAMBUJA, M. A gastronomia como produto turístico. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (org). **Turismo urbano**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2001.

BARRETTO, M. **Cultura e turismo: discussões contemporâneas**. Campinas: Papirus, 2007.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BRILLAT-SAVARIN, B. **A filosofia do gosto**. Rio de Janeiro: Cia. Das Letras, 1995.

CANCLINI, N. G. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. 3^a ed. São Paulo: Edusp, 2000.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, v. 3, 2002.

CASTRO, F. M. M.; LEAL, R. E. S; MATIAS, E. M. M. Gastronomia, Identidade e Turismo: um relato de experiência sobre as múltiplas dimensões da gramática alimentar sergipana. **Anais do 3º Congresso Brasileiro de Gastronomia e 1º Simpósio Regional de Ciência e Tecnologia de Alimento**. Brasília: UNB, 2010.

DUTRA, R. C. A. **A boa mesa mineira**. Um estudo de cozinha e identidade. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio de Janeiro /Museu Nacional / PPGAS. Rio de Janeiro, 1991.

GALLERO, A. L. O lugar e o não-lugar no turismo. In: _____; MOESH, M. M; GASTAL, S. **Um outro turismo é possível**. São Paulo: Contexto, 2004.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

GIARD, L. Cozinhar. In: CERTEAU, M. de; GIARD, L; MAYOL, P. **A invenção do cotidiano 2**. Morar e Cozinhar. 6^a ed. Petrópolis, RJ; Vozes, 1996, pp.211-332.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4^a ed., 8^a reimpr. São Paulo: Atlas, 2006.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

HERNÁNDEZ, J. C; ARNÁIZ, M. G. **Alimentación y cultura: perspectivas antropológicas**. Barcelona: Ariel, 2005.

MACIEL, M. E. Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin?. **Horizontes Antropológicos** [online]. 2001, vol.7, n.16, p. 145-156.

MARTÍN, M. **Sobre el necesario vínculo entre el patrimonio y la sociedad**. Reflexiones críticas sobre Patrimonio, Turismo y Desarrollo Sostenible. Disponível em

<<http://www.naya.org.ar/turismo/congresso/ponencias/marcelomartin.htm>>. Acessado em: 01.out.2007.

MARTINS, C. (org) **Turismo, cultura e identidade**. São Paulo: Roca, 2003

MENEZES, U. T. B. de. Os “usos” culturais da cultura. In: YÁZIGI, Eduardo. **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. Contribuições para uma abordagem crítica das práticas e políticas culturais. 2^a ed. São Paulo: Hicitec, 1996.

OLIVEIRA, P. C. M. **A organização da cultura na cidade da Bahia**. Tese (Doutorado em Cultura e Comunicação). Universidade Federal da Bahia, 2002.

OLIVEIRA, S. S. **Uma interpretação cultural para o turismo: Patrimônio Adoniano**. Dissertação (Cultura e Turismo). Universidade Estadual de Santa Cruz. 2005.

SANTOS, C. N. Gastronomia e turismo como vetores do desenvolvimento. **Anais do 11º Seminário de Iniciação Científica da UESC – Ciências Sociais Aplicada, Ano XVII**, n. 56, dez., 1996.

SANTOS, J. L. **O que é cultura**. 15^a ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença. In: _____. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Rio de Janeiro, 2006, p. 73-102.

WARNIER, J. P. **A mundialização da cultura**. Lisboa: Notícias, 2000.

WOORTMANN, E. A lógica e a simbólica dos sabores tradicionais. In: ARAUJO, W. M. C; TENSER, C. M. R. **Gastronomia: cortes e recortes**. São Paulo: SENAC, v. 1., 2006, p. 56-68.

Recebido em junho de 2012.

Aprovado em dezembro de 2012.