

MISTURA DO DIA:

A GASTRONOMIA E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O TURISMO.

Prof. Ewerton Reubens Coelho Costa¹

Resumo

O recente interesse de cientistas e pesquisadores pelos estudos culturais surge como oposição à globalização. As pesquisas sobre a gastronomia e sua presença na atividade turística vêm aumentando consideravelmente a cada dia; por se tratar de fenômenos que envolvem as relações sociais como um todo, e que dependem da alimentação para se desenvolver. Utilizou-se da bibliografia para fundamentar as análises contidas neste trabalho, com o intuito de comprovar que o turismo e a gastronomia são fenômenos interdependentes. A presença do turismo gastronômico é uma realidade que promove o crescimento e o desenvolvimento de pólos turísticos. Sobretudo, onde a questão cultural da gastronomia evidencia a diversidade de pratos que se tornam típicos e que são aproveitados como produtos e/ou atrativos turísticos que, por sua vez, motivam à visitação proporcionando ao turista uma infinidade de saberes e sabores.

Palavras-chaves: gastronomia; turismo; estudos culturais; produtos turísticos; desenvolvimento.

¹ Graduado em Gestão de Turismo pelo Centro Federal de Educação Tecnológica do Ceará - CEFET/CE; Atualmente desenvolve consultorias relacionadas à segmentação do mercado turístico. E-mail: ewertonreubens@hotmail.com.

MISTURA DO DIA:

A GASTRONOMIA E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O TURISMO.

Prof. Ewerton Reubens Coelho Costa

Abstract

The recent interest of scientists and researchers for cultural studies is emerging as opposed to globalization. The research on gastronomy and its presence in the tourism have been increasing considerably every day, because they are phenomena involving social relations as a whole, and that depend on nutrition to develop. It was used the literature to support the analyses contained in this work in order to prove that tourism and gastronomy are interdependent phenomena. The presence of gastronomic tourism is a reality that promotes growth and development of tourist centres. Above all, where the issue of gastronomy highlights the cultural diversity of dishes that have become typical and are used as products and / or tourist attractions which, in turn, motivate the tourist visitation to providing a variety of knowledge and taste.

Keywords: gastronomy, tourism, cultural studies, tourism products; development.

1. Apresentação

Alguém já parou para me perguntar o porquê de eu me interessar pelo setor de A&B (Alimentos & Bebida) numa época onde o mundo está assolado pela guerra, por desastres ambientais, pelos cataclismos, pelas crises econômicas e por doenças cada vez mais sérias e mortais. È como se me reprovassem, fazendo uma cara de nojo, ratificando que “eu não me interesso com esses problemas graves que as sociedades enfrentam”; e que o que eu deveria fazer: “é arranjar soluções para a situação do turismo frente a estes gigantescos impactos que o planeta vem suportando”.

A minha resposta então veio como uma necessidade fisiológica, e repliquei: tenho fome. Fome pelo saber, fome pelo desconhecido, fome por tudo, ou quase tudo, o que é esquecido pelos eruditos, pelos outros. E a fome também é um grave problema no planeta. E, se eu tivesse tido tempo, apresentaria uma parte do discurso de Mary Fisher, na abertura do seu livro *The gastronomical me*, quando diz:

Parece-me que nossas três necessidades básicas, de comida, segurança e amor, são tão misturadas e combinadas e intrincadas que não podemos verdadeiramente pensar em uma sem as outras. Então acontece que quando eu escrevo sobre fome, eu realmente escrevo sobre amor e fome por ele, e felicidade e o amor por ela e a fome por ela... E quando escrevo sobre a felicidade e a saciedade e a realidade da fome satisfeita... E tudo é uma coisa só. (...) Há uma comunhão que vai além dos nossos corpos quando o pão é repartido e o vinho bebido. E essa é minha resposta, quando as pessoas me perguntam: Por que você escreve sobre fome, e não sobre guerras ou amor?

Escrever sobre as tragédias do mundo, muitos escrevem. Mas sobre o que ocorre no cotidiano, são poucos os pesquisadores e cientistas que o fazem. Por tanto, a construção deste trabalho deve-se a minha fome conhecimento sobre o reflexo de uma afinidade com a gastronomia que tenho desde a adolescência. Fato que se acentuou com a minha formação em turismo, onde os alimentos e bebidas (A&B) se configuram como subsídios indispensáveis para o desenvolvimento da atividade turística.

As observações foram levantadas a partir do conteúdo bibliográfico relacionadas com o tema em questão mostrará que as discussões sobre a gastronomia é, de certa forma, elitizada, considerando que os registros antigos sobre o assunto tratam apenas dos grandes banquetes da elite mundial sendo relatados por membros da mesma classe.

No entanto, os estudos culturais apresentam o sentimento do regionalismo que fortalece a cultura gastronômica local colocando comidas e bebidas típicas como produtos motivadores para visitação no turismo.

Seguindo esta linha de raciocínio tem-se que a gastronomia e o turismo são fenômenos que se desenvolvem de acordo com a demanda do mercado – segmentando-o ou não.

2. Escrever sobre gastronomia no turismo para quem?

A toda hora, no mundo, milhares de pesquisa são publicadas para informar as sociedades sobre o que ocorre nas suas entranhas. Então, pode-se ler estudos sobre: os avanços da medicina e do uso de novas tecnologias; sobre as descobertas astronômicas e as curiosidades do espaço; sobre como a destruição da camada de ozônio afeta o planeta; sobre as guerras e a utilização das partículas nucleares com fins indevidos; sobre as descobertas arqueológicas e seus tesouros; sobre as relações do homem com o meio; entre muitos outros assuntos. Porém, pouco se observa sobre escritos que tem a gastronomia como objeto de estudo.

Como Bourdieu (1988), acredita-se que o consumo de informação é um processo simbólico de interação do homem na economia globalizada na busca pelas interações sociais e no uso do seu poder de criticidade. Cada informação pode ser pensada de diferentes maneiras o que daria vazão as necessidades de consumo – por conhecimento ou por bens.

Nesse sentido, ler uma notícia serviria para atualizar as informações que o indivíduo já dispõe em sua mente. Seria, a notícia, um canal imediato para uma “fonte de conhecimento” (jornal, revista, boletins de informação, anais, etc.) provocado pelo movimento homem / meio / cultura, que necessita de produções (científicas ou não) para se manter informado e atualizado.

A rapidez dos meios de comunicação nos tempos atuais se configura como um excelente meio para atingir pessoas em todo o planeta. A internet é o exemplo perfeito de como a informação poder chegar rapidamente em qualquer canto do mundo, tendo no conteúdo de seu espaço virtual, informações sobre qualquer tipo de assunto que venha a interessar ao ser humano. Para a atividade turística a internet permite que o indivíduo possa visualizar o local de desejado para suas viagens e conhecer um pouco mais sobre as particularidades daquele local. As revistas especializadas procuram fazer suas matérias com conteúdos cada vez mais atrativos e com uma quantidade imensa de fotografias coloridas para estimular o futuro viajante.

No entanto, quando se trata de gastronomia o que geralmente se encontra são livros de receitas ou alguns escritos que além de ensinar etiqueta à mesa, ajudam a esclarecer que vinho combina melhor com qual prato. Revistas destinadas ao público feminino sempre apresentam algumas páginas com receitas e ensinamentos de como ornamentar bem uma mesa, ou ensina o que fazer para planejar eventos e quais os pratos adequados para os diferentes tipos de ocasião.

Alguns autores (SCHUDSON, 1999; TUCHMAN 1996) tem se dedicado em estudos sobre os impactos das informações nas sociedades atuais, e eles tem criticado sobre o tipo de informação que é divulgada hoje em dia. Ressalta-se que apesar da preocupação dos referidos autores quanto ao conteúdo que é apresentado na mídia impressa e por outros meios de

comunicação, é nítida a falta de comprometimento com a veracidade de notícias que são transmitidas. Nota-se que o mundo dos informativos está mais preocupado com os furos de reportagem ou com a audiência do seu canal, do que com o nível de fundamentação das matérias que são veiculadas.

E o assunto torna-se cada vez mais complicado se o tema for gastronômico. Não é conhecida, por exemplo, nenhuma obra de jornalismo gastronômico. Fato que é compreensível se levarmos em conta que a maioria dos elementos culturais de um povo é deixado de lado.

A história culinária foi, quase sempre, ignorada pela maioria dos historiadores, sociólogos e etnólogos. É curioso que atividade tão importante como a obtenção, preparação e ingestão de alimentos tenha sido objeto de tal omissão. (...) No entanto, como nota Fernand Braudel, não é fácil perceber o imenso reino das coisas habituais. O rotineiro é, assim, “o grande ausente da história” (FRANCO, 2001, p. 234).

A falha que os pesquisadores deixam ao se preocupar em registrar acontecimentos aos quais eles julgam ser importantes (guerras, quedas das bolsas de valores pelo mundo, corridas presidenciais, etc.), faz com que eles acabem por esquecer-se de registrar o dia-a-dia com seus aspectos culturais nas sociedades, como a gastronomia e a prática do lazer. E quando o fazem, tomam pouquíssimas linhas para contar o ocorrido, não se atendo aos detalhes. Ocorrência que invalidaria, em termos, o conceito de que os meios de comunicação se preocupam em contar histórias do cotidiano. Afinal, não são somente as guerras, a política, os desastres e o mundo do crime que existem para ser noticiados.

Os historiadores, por exemplo, quando narram suas histórias, citam apenas as grandes conquistas e viagens, e os banquetes suntuosos nas cortes mais célebres do mundo. Ocorrências as quais somente os ricos poderiam ter acesso.

De Aristóфанes a Zola, de Juvenal a Gogol, passando por Fielding ou Goldoni, a poesia, o romance e o teatro nos fornecem para cada sociedade um reflexo da sensibilidade gastronômica corrente, muito mais plausível por ser, na maioria das vezes, involuntário e marginal (REVEL, 1996, p. 19).

Revel apresenta no seu texto que através da literatura deixada pelos eruditos pode-se ter uma noção sobre gastronomia em épocas distantes, mesmo que somente nas grandes cortes e burguesia.

Isso talvez seja explicado no fato de que os escritores que fizeram tais registros tenham sido elementos integrantes das classes abastadas e que, por conta disso não se tinha acesso a como os menos favorecidos se utilizavam da gastronomia. A mesma constatação serviria para explicar os registros de viagem feitos pelos grandes conquistadores em suas excursões pelos continentes.

Com a globalização ajudando a diminuir as distâncias entre os povos observa-se que já existem, apesar de mínimos, pesquisadores, cientistas e escritores interessados nos nichos mercadológicos que se preocupam pela gastronomia – seja pelo aspecto cultural ou mesmo pela arte criada a partir das necessidades das leis do estômago. Surge com isso, uma porção de textos lapidados para atender a demanda do mercado consumidor e das Instituições de Ensino que vêem na gastronomia como uma promissora área do conhecimento.

3. A gastronomia e sua interação com o meio.

O desenvolvimento da gastronomia, enquanto aspecto cultural, ao longo da construção historiográfica das sociedades é um dos elementos pouco observados – mesmo fazendo parte de uma importante parcela da vida humana: a alimentação.

A bíblia já relatava ocasiões onde viajantes de terras distantes recebiam alimento em troca de algumas moedas. Na antiguidade clássica as cidades de Atenas e Roma prontamente comercializavam alimentos e bebidas no varejo. Aproximadamente pelo século XV, em Paris e Londres, podia-se observar a presença de estabelecimentos para beber e comer fora de casa. E um século mais tarde surgiria o restaurante, onde qualquer um poderia pagar para “restaurar-se”.

Contudo, fora a Revolução Francesa que melhor ostentou a luxúria da gastronomia numa época onde o aparecimento de pratos á base de delicadas especiarias, com suas apresentações ricas numa elaboração quase alquímica – época dos famosos *Gourmands*, especialistas na arte de comer e formadores de opinião. Dali por diante os grandes chefes de cozinha passariam a ser conhecidos pelo mundo a fora e já não mais trabalhariam nas casas dos *grands signeurs*; passando então, a comandar as cozinhas de hotéis e restaurantes de renome pelos continentes.

O ato de cozinhar merece seu lugar como uma das grandes novidades revolucionárias da historia não pela maneira como transforma a comida – há outras maneiras de fazê-lo-, mas sim pelo modo como transformou a sociedade. A cultura começou quando o que era cru foi cozido. A fogueira no campo passa a ser um local de comunhão quando as pessoas comem ao seu redor. O ato de cozinhar não é apenas uma forma de preparar o alimento, mas também uma maneira de organizar a sociedade em torno de refeições em conjunto e de horários de comer previsíveis. Ele introduz novas funções especializadas e prazeres e responsabilidades compartilhados. (FRANCO, 2001, p.24)

Em todas as civilizações, desde as mais antigas as mais recentes, as praticas alimentares sempre se fizeram presentes por ser a alimentação uma necessidade humana na busca pela sobrevivência.

Estamos sempre descobrindo meios de utilizar o alimento socialmente: para formar laços com os semelhantes, que comem as mesmas coisas; para nos diferenciar dos estranhos que ignoram nossos tabus alimentares; para nos reconstruir, dar novas formas a nossos corpos, refazer nossos relacionamentos com as pessoas, com a natureza, com os deuses (FERNÁNDEZ-ARMESTO, 2004, p. 94).

Mas para que se entenda a gastronomia, faz-se necessário que não a compare com a culinária (arte, exclusiva do preparo dos alimentos) ou mesmo com a nutrição e dietética (que lidam com a alimentação no ponto de vista da saúde e medicina). Segundo o Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa (2001, p 1433), gastronomia significaria: “1. Prática e conhecimento relacionado com a arte culinária; 2. O prazer de apreciar pratos finos”. Porém sabe-se que a gastronomia vai além.

Na sua etimológica, a palavra vem do grego *γαστρονομία*; *γαστρός* (estômago) e *νομία* (lei/conhecimento), literalmente: “as leis do estômago”; e ela engloba: a culinária, as bebidas, as

matérias primas utilizadas nos preparos das refeições e de bebidas elaboradas, os utensílios que são exigidos durante o preparo dos pratos e todas as características culturais ou não, a ela associadas.

Por se tratar de uma área que conglomera muito detalhe, não seria fácil separar a gastronomia da cultura, ou vice e versa. Cada sociedade acaba construindo pratos que caracterizam sua identidade local a partir do que é consumido na coletividade; e que isso ajuda a fortalecer a cultura de um povo ao longo do tempo.

Cascudo (1983, p. 378) fala sobre o sentimento que estes “pratos tradicionais” podem causar no indivíduo: “Vem-se ao mundo chorando por ele, e quando se deixa a pátria, lá longe, antes de pai e mãe, é a primeira coisa que lembra”. Percebe-se na fala do autor a interação da gastronomia no âmbito das relações sociais, no instante em que o homem se vê num lugar estranho e sente a necessidade de alimentar-se com algo “conhecido”, lembrando, por sua vez, da alimentação tradicional do seu local de origem.

Nesta vazão á simbologia do alimento, nos aspecto cultural, pode-se citar além dos pratos típicos – representação mais visível da identidade gastronômica de um povo –, as simbologias que os alimentos e bebidas possuem na vida social. Por exemplo, existem comidas consideradas fortes, como comenta Brandão (1976):

A comida forte é também a comida ‘pesada’ (...) por que ela ‘pesa’ no estômago. ‘tem volume’ (...) e mantêm a pessoa alimentada durante muitas horas. As maiores qualidades da comida forte (...) são a atribuição a resistência para o trabalho e contra a fome (...) Homem forte é o homem resistente e sadio para o trabalho. Comida forte é a que ‘tem sustança’, cujos efeitos são reconhecidos de dois modos: a) na sua capacidade de manter o trabalhador alimentado por mais tempo (...) b) no seu poder de produzir e de conservar mais energia para a atividade braçal.

Nesta linha de raciocínio, tudo o que não se enquadrar na ‘alimentação forte’ será considerado como ‘fraco’ ou ‘besteira’ – forma que a maioria das pessoas, sobretudo no nordeste brasileiro, tem para nomear os doces e afins, e qualquer outro alimento sem muito valor nutritivo.

Para a Simbologia, por exemplo, as mulheres são interpretadas em quase todas as nações é como sendo elemento “perigoso” durante o preparo das refeições quando estão no seu ciclo menstrual. Afirmção que é coerente com Woortmann (2004) o qual afirma que:

Em muitas culturas, senão em todas, o ciclo fisiológico da mulher é apreendido simbolicamente e tornado critério definidor de sua posição na sociedade. Trata-se de ‘passagens’ cercadas de perigos e cuidados. Tais cuidados particularmente as interdições alimentares, são uma linguagem econômica, como o é toda a linguagem simbólica (WOORTMANN (2004), [recurso eletrônico]).

A ‘reima’ é outro importante elemento na simbologia alimentar, principalmente do nordeste brasileiro, que trata os alimentos de acordo com o seu poder de ofender o corpo do indivíduo.

Se pergunta o que é reimoso, a resposta (...) indica (...) que trata de um alimento que ‘faz mal’, só podendo ser consumido por alguém em perfeitas condições de saúde. O contrário acontece com o alimento manso, considerado inofensivo. Existe uma associação entre o reimoso e o venenoso, pois muitas vezes certos alimentos são chamados de venenosos para indicar que sua reima é excessiva. (NOVIÓN, 1976, p.53)

As festividades são outro elemento de significada relevância para a gastronomia. Pois é nas festividades que se observa a criação de um cerimonial onde a gastronomia desenvolveu, ao longo dos tempos, criações culinárias para representar em eventos distintos, elaborando tradições no preparo de alimentos e bebidas especialmente organizados para cada ocasião. Seguindo este pensamento, Schluter (2003) apresenta quatro tipos de festividades com conotação gastronômica:

Ecofestas: são aquelas que se relacionam com acontecimentos “astronômicos” ou com as estações, e geralmente estão associadas a rituais antigos destinados à obtenção e manutenção de reserva suficiente de comida.

Teológicas: celebram acontecimentos religiosos.

Seculares: são aquelas que festejam fatos relevantes do país em seu conjunto, de uma região ou de algum acontecimento próprio da localidade. Basicamente visam à criação de uma coesão social nos diferentes níveis (nacional, estadual, municipal ou regional).

Privadas: correspondem aos ritos de transição que se observam na vida das pessoas. (SCHLÜTER, 2003, p. 57-58).

A pesar das tantas possibilidades de interagir com o meio, os estudos culturais acordam somente agora para observar a gastronomia como um elemento que vem, cada vez mais, incorporado nas sociedades e que pouco é estudado: seja através das suas simbologias ou do

seu real papel de prover a sustentabilidade vital do homem através da alimentação e da sua importância nas relações sociais humanas. As noções do gosto (do que é bom ou ruim ao paladar), então, surgem para incentivar as transformações e alterações das comidas e bebidas típicas e do preparo dos alimentos ao longo dos tempos.

Os hábitos culinários de uma nação não decorrem somente do mero instinto de sobrevivência e das necessidades do homem de se alimentar. São expressão de uma história, geografia, clima, organização social e crenças religiosas. (...) O gosto, que muitos acreditam ser próprio, é uma constelação de extrema complexidade na qual entram em jogo, além da identidade idiossincrática, fatores como: sexo, idade, nacionalidade, religião, grau de instrução, nível de renda, classe e origem sociais. O gosto é, portanto, moldado culturalmente e socialmente controlado. (FRANCO, 2001, p.24)

A modernização é outro fator que deve ser lembrado como benfeitor na gastronomia. É um componente importante levando-se em conta que a cozinha mundial, atualmente, expõe diversos benefícios realizados através de novos processos de cultivo, colheita e preparo dos alimentos e bebidas, desenvolvidos com a ajuda de novas tecnologias e informações.

4. A gastronomia no Turismo

A atividade turística é atualmente uma das áreas do conhecimento humano que mais cresce e se desenvolve no mundo globalizado gerando oportunidades variadas para atender às suas segmentações de mercado. Enquanto tendência mundial a globalização atingiu a gastronomia, e a sua contra-reação (o regionalismo) veio para equilibrar também o mercado gastronômico.

A ligação do presente com os costumes antigos e o uso da culinária local faz o diferencial no chamado 'turismo cultural'. Isso possibilita várias ações de resgate da cultura popular que se esvai aos poucos. Este fato avigora a necessidade de entender as circunstâncias em que se encontra o patrimônio cultural (material e imaterial) de um povo e o seu uso no turismo.

Acredita-se que o turismo cultural compreende as viagens em busca: de conhecimento através do legado cultural; interação com comunidades e lugares; das curiosidades de um povo (como lendas, mitologia, costumes, receitas típicas, etc.), que mostram a identidade cultural do local em visitação.

  nos locais de turismo, entretanto, que a visibilidade pela ‘necessidade da preserva o cultural’ se faz mais visível – pois sempre há uma demanda querendo conhecer a cultura dos locais desconhecidos.

As viagens de reconhecimento e a migra o dos povos, desde as mais remotas eras, transportaram ingredientes, receitas e formas de preparos de alimentos e bebidas e os espalharam por todos os continentes permitindo, desta forma, que uma na o pudesse conhecer o que   consumido na outra. Talvez a busca pelas especiarias do oriente seja a prova histórica mais real que exemplifica um interesse das na es pela gastronomia.

A cultura de uma na o, portanto, está profundamente ligada com a gastronomia e com viagens de reconhecimento, e leva este elo para além das formas de cultivo e preparo dos alimentos e bebidas; tornando-se parte integrante do patrim nio cultural de povo.

As famosas comidas e bebidas típicas, ou étnicas, já atraem turistas pelo mundo há muito tempo. E esse poder de atra o pelos prazeres da boa mesa faria, mais tarde, com que a gastronomia fosse considerada como a nona arte⁽¹⁾.

A questão gastronômica   est tica e filosófica. A cozinha relaciona-se com as belas artes e com as práticas culturais das civiliza es de todas as épocas, representa tanto quanto a pintura, sonatas, esculturas, pecas de teatro ou arquitetura. (ONFRAY, 1999, p. 124)

O mercado turístico com sua personaliza o de serviços para atender aos diferentes gostos e aspira es incluiu a gastronomia entre os atrativos turísticos como sendo um produto/atrativo que legitima a representa o da identidade local através dos seus alimentos e

bebidas típicas. “A gastronomia, sem dúvida, está ganhando terreno como atração tanto para residentes como para turistas. Não só nutre o corpo e o espírito, mas faz parte da cultura dos povos”. (SCHLÜTER, 2003, p. 89).

O paladar entra em cena para apreender os turistas que visitam certas regiões na intenção de se deleitar com a culinária local. Este ‘turista cultural’ não busca preços baixos, ele prima pela fidelidade das receitas típicas e sempre retornará ao destino que possa lhe oferecer pratos regionais aos quais ele passou a apreciar. Corner (2006) faz um comentário a respeito desse turista cultural:

Quando (ele) vai pela primeira vez a uma cidade, sempre prefere comer não em lugares turísticos, em restaurantes com cozinhas preparadas para turistas, mas nas ruas, nos bairros onde a população faz suas refeições, sempre em busca da cozinha local, que fica marcada pelo odor e pelo sabor únicos. (CORNER, 2006, p. 6)

De acordo com Long (2004), a nomenclatura ‘Turismo Gastronômico’ foi adquirida somente no final dos anos 1990. E embora sua existência venha desde muito antes dessa época a única mudança entre as eras foi à importância atribuída à gastronomia nas viagens (como fonte de novas experiências e na observância do contato com a diversidade cultural do local visitado).

O rápido desenvolvimento dos destinos turísticos pelo mundo fez surgir à necessidade de criar guias e roteiros de viagens que além de equipamentos turísticos, recomendassem passeios e visitas guiadas por todo o entorno de um pólo visitado, e a necessidade de introduzir empreendimentos gastronômicos nesses guias era crucial.

O *Guide Michelin* serve como exemplo: editado desde 1901, passou a apresentar nas suas páginas desde a década de trinta um formato próximo ao que se conhece atualmente, oferecendo ao leitor uma infinidade de possibilidades de locais para se fazer refeições – sem esquecer os monumentos e espaços culturais e naturais.

É provável que com este acontecimento a população urbanizada passasse a procurar roteiros diferentes de sua realidade urbana. Os lugares mais intimistas, rústicos e simples passariam então a ser visados numa busca para uma ‘possível melhoria na qualidade de vida, e durante o lazer’.

Para Csergo (1998), acrescenta que a culinária regional se difundiu no instante em que incorporou uma percepção calcada no *terroir*, o espaço como definidor de identidade e qualidade à mesa (é o caso das regiões francesas da Borgonha e da Provença ou, na Itália, a Toscana e a Sicília, que se utilizam do seu potencial cultural para continuar encantando turistas até hoje).

O turismo gastronômico brasileiro segue a passos lentos a pesar da variedade de culinárias regionais que a Federação disponibiliza. A falta de visão e de estudos que possam ajudar a desenvolver este nicho de forma responsável e estruturada, sem ter que unir todas as nossas bebidas e comidas típicas num só lugar para mostrar que temos potencial, é um elemento que dificulta o crescimento dos roteiros gastronômicos pelo Brasil.

5. Considerações finais

A necessidade de estudos sobre a gastronomia como manifestação cultural (patrimônio imaterial de um povo) se faz necessária para melhorar os produtos e serviços gastronômicos oferecidos no Turismo; e ainda mais, serviriam para fortalecer o nicho “Turismo Cultural” que está em franca ascensão. Tais estudos ajudam no resgate das tradições gastronômicas que se encontram prestes a desaparecer.

A globalização fez com que o sentimento do regionalismo procurasse revalorizar a gastronomia local e transformá-la em produto/atrativo para a atividade turística. Isso provaria

que a gastronomia de uma região tem um relevante poder de atração, podendo gerar emprego e renda e o desenvolvimento de localidades destinadas ao turismo, sobretudo no turismo cultural – onde os visitantes mais sensíveis buscam novas descobertas.

Deve-se valorizar o ato de comer como uma tradição que envolve as sociedades e incentivar as pesquisas sobre a gastronomia e a sua influência na cultura e no turismo de uma região.

Para fortalecer a valorização gastronômica na atividade turística, acredita-se, que os estudos culturais sobre a gastronomia devem ter como objetivo: ensinar tanto a população quanto os profissionais do turismo e hotelaria para venham a conhecer as especificações gastronômicas do seu lugar, e conseqüentemente, poder oferecê-las como produto/atrativo turístico de forma mais consistente. Pois cabe ao turismo o planejamento de como usar a gastronomia como atrativo turístico, necessitando para tanto, uma organização dos serviços de alimentos e bebidas que lidem com a culinária típica ou étnica.

As Instituições de Ensino que lidam com a cultura e com o turismo deveriam trabalhar suas grades institucionais no intuito de introduzir estudos sobre a gastronomia local como matéria curricular obrigatória.

Deve-se repensar as formas de como a gastronomia é vista e apresentada atualmente nos pólos de turismo, e com o auxílio de pesquisas confiáveis sobre a situação da gastronomia local, deve-se direcionar ações que possam valorizar a preservação cultural gastronômica.

A criação de festivais e rotas gastronômicas oportunizaria uma maior visibilidade da gastronomia enquanto patrimônio cultural, e seria, por exemplo, uma saída consideravelmente discreta para o turismo em épocas de baixa estação, sobretudo no Brasil, onde a diversidade cultural é gigantesca e cheia de surpresas nos sabores.

Portanto, a gastronomia e o turismo estão entrelaçados na globalização e não se pode negar este fato. O que se pode é aceitar a gastronomia como fenômeno que merece ser estudado com afinco para que se possam preservar as tradições culturais gastronômicas das sociedades – e usar esses estudos como base para o planejamento da atividade turística.

NOTAS

(1). Não existe uma hierarquia para as seis artes que precederam o cinema, cada um vem as ordenando segundo seus próprios critérios. Uma seqüencia aceitável, levando em conta o momento provável do surgimento de cada forma de manifestação artística. Contudo não se pode precisar. Por ser algo tão ampla, a arte, foi dividida em áreas diferentes; porém todas elas são ligadas umas as outras. São elas: Arquitetura, Teatro, Escultura, Pintura, Dança, Música, Cinema, Literatura, Gastronomia.

Referências Bibliográficas

- BOURDIEU, Pierre. **A economia das Trocas Lingüísticas: o que falar quer dizer**. 2ª Ed. São Paulo: Edusp. 1988.
- BRANDÃO, C. R. **Hábitos de comida em Mossâmedes**. UnB, mimeo 1976.
- CASCUDO. Luis da Câmara. **História da alimentação no Brasil**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1983.
- CORNER, Dolores Martin Rodriguez. **A Gastronomia como atrativo no Turismo Cultural**. [Artigo] FAAC – Faculdade Associada de Cotia, 2006, p.6.
- CSEGO, Julia. **A emergência das cozinhas regionais**. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998
- FERNÁNDEZ-ARMESTO, Felipe. **Comida: uma história**. Rio de Janeiro: Record. 2004.
- FISHER, Mary France Kennedy. **The gastronomical me**. San Francisco: North Point Press, 1989.
- FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. São Paulo: Senac 2001.
- HOUAISS, Antonio. e VILAR, Mauro de Sales. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- LONG, Lucy M. **Culinary Tourism**. Kentucky: The University Press of Kentucky, 2004.
- NOVIÓN, M. I. **Anatomofisiologia Popular e Alimentação na Mulher e no Binômio Mãe-Filho**. Brasília: UnB, 1976, P. 53.
- ONFRAY, Michel. **A razão gulosa. Filosofia do gosto**. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1999.
- REVEL, Jean-François. **Um banquete de palavras: uma história da sensibilidade gastronômica**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- SCHUDSON, M. **Reading in the news**. Pantheon Books: New York, 1999.
- SCHLÜTER, Regina G. **Gastronomia e turismo**. Traduzido por Roberto Sperling. São Paulo: Aleph, 2003. Tradução de: Gastronomía y turismo.
- TUCHMAN, G. **The study of routine News Practice**. in Paul Hirsch, Peter Miller e Gerald Kline (eds.) **Strategies for Communication Research**. Beverly Hills: Sage Publications. 1996.
- WOORTMANN, Klaas Axel A. W. **O sentido simbólico das práticas alimentares**. UnB: Brasília [recurso eletrônico]. 2004.