

GASTRONOMIA E SUAS CONTRIBUIÇÕES AO TURISMO

AUHI, JAMIL ABDALLA

Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

RESUMO

É objecto deste artigo apresentar e abrir a discussão da temática Gastronomia e suas contribuições para o Turismo, considerando a gastronomia como um bem imaterial de um local, povo ou nação. Um passeio pelo mundo gastronómico pode-se identificar muitas características dos atores envolvidos, pois as tradições e muitas vezes a própria identidade do povo, encontra-se inserido no seu comportamento e seus saberes do dia a dia, como a gastronomia.

O turista, que busca conhecimentos e tradições locais, encontra na gastronomia um farto material de conhecimento e identidade do seu destino turístico. Tendo em mente este pensamento é que este trabalho foi desenvolvido, onde abrimos espaço para uma visita a este universo. Analisamos os impactos da gastronomia no turismo, seja direto ou indirecto. A sustentabilidade com a geração de empregos e a troca de informações culturais é um ponto fundamental entre as partes. Devemos considerar que o fenómeno Turismo Gastronómico aumenta consideravelmente em todo o mundo, e o mercado expande-se a cada dia.

Palavras-chave: Turismo, Gastronomia, Património, Imaterial, Cultura.

INTRODUÇÃO

A cultura de um povo é um bem imaterial, herdado de geração em geração, onde músicas, danças, artes, hábitos, costumes, lendas, saberes, prazeres e sabores, entre outras manifestações, estão presentes. Muitos dos bens imateriais de um povo pode e deve ser explorado como produto turístico, com a finalidade de divulgar e preservar as tradições, assim como colaborar com o desenvolvimento social e económico local. Neste contexto o Turismo Gastronómico ganha espaço e sai do campo teórico para se tornar um investimento de grandes proporções no mundo inteiro. Como atractivo de

investimento, o Turismo Gastronómico tem-se tornado uma grande mola propulsora do desenvolvimento sustentável, social e económico das partes envolvidas. A actividade turística mundial tem crescido consideravelmente nos últimos tempos. Os turistas actuais não estão interessados somente em conhecer praias, belos campos, museus e instalações antigas remanescentes. O turista, hoje, não busca apenas os bens materiais de um destino turístico, mas também vêm em busca da cultura, arte, e outros bens imateriais. É neste contexto que se encontra a gastronomia. Muitos turistas fazem

da culinária o foco principal da sua visita. Com todo esse crescimento tem havido uma valorização da Identidade Cultural dos destinos turísticos.

O crescente número de sites, home pages, e blogs nas comunicações digitais, confirmam a gastronomia como um actual produto turístico, e não mais como uma tendência promissora.

1. O TURISMO E A GASTRONOMIA

Independentemente de suas origens, o Turismo Gastronómico tem-se mostrado um dos maiores atractivos para o turista, onde origem, idade, sexo e classe social não pesam de maneira relevante no público-alvo consumidor. O Turismo Gastronómico sai do campo teórico para se transformar em um dos maiores produtos turísticos da actualidade. O número crescente de restaurantes não atende mais as demandas turísticas contemporâneas.

Tanto a gastronomia quanto a culinária tem crescido a aceitação e procura pelo turismo. Devemos ter em mente que devemos saber diferenciar a Culinária da Gastronomia. No jornal eletrónico Ibahia podemos encontrar a seguinte descrição:

Porque são diferentes, há escolas de Gastronomia e escolas de Culinária. O aluno do curso de Gastronomia aprende técnicas apuradas, maneiras de cozimento, cortes, preparações, planeamento de pratos e até administração de restaurantes. Quando se forma, um gastrónomo, além de cozinhar, pode ainda gerenciar cozinhas e falar sobre rituais culturais que acompanham refeições, como

música e dança, por exemplo. Já o curso de Culinária é voltado apenas para o preparo de alimentos e fala da comida do dia-a-dia e cozinha caseira. (Redação iBahia, 2014)

O mercado do turístico gastronómico tem-se comportado muitas das vezes de maneira surpreendente até mesmo para as mais optimistas avaliações. Sendo impulsionado pelos prazeres e sabores, inerente ao ser humano, uma boa gastronomia ainda é um fato atractivo e cada vez ganha mais espaço neste tão competitivo mercado. Como forma pragmática, podemos citar a quantidade de festivais gastronómicos existentes nas mais diversas partes do mundo, do Ocidente ao Oriente, onde o público é fiel e crescente. Em uma participação bilateral, busca-se o conhecimento do bem imaterial e intangível da nação e/ou local visitado.

Estudos empíricos sobre o comportamento do consumidor sobre a temática, documentaram que o consumo de alimentos por turistas num destino é simultaneamente multidimensional e dinâmico (Björk e Kauppinen-Räsänen, 2014). O aumento dos estudos sobre a gastronomia e a alimentação no organismo humano em busca de uma vida saudável, tem mostrado a preocupação constante do ser humano com o factor saúde, associado à uma alimentação adequada, a fim de evitar doenças, sobre tudo as cardiovasculares, a hipertensão arterial e a obesidade. Tais factores têm contribuído para o crescimento do mercado gastronómico.

A Gastrónoma Kátia Ramires, da Universidade UniSUL, assim descreve o binómio gastronomia-nutrição em um estudo sobre a

temática gastronomia e saúde, com a seguinte abordagem:

Antes, quando alguém falava em fazer regime ou reeducação alimentar se pensava em uma comida ruim, sem graça e sem tempero. E a gastronomia se alia com a nutrição para mudar esse estereótipo da comida saudável, criando pratos mais interessantes para esse ramo, sendo muito saborosos e que em nada lembram essas características ruins que as pessoas pensavam sobre esse tipo de comida. (Ramires, K., 2019)

Contudo, dos Fast-Foods aos restaurantes internacionais, a procura se tem apresentado maior que a oferta, onde filas de espera dos clientes são encontradas nas portas dos restaurantes turísticos para acesso.

Vale registrar o discurso do Sociólogo George Ritzer, em seu livro *The McDonaldization of Society* (1993), ao referir-se que o fenômeno da "McDonaldização". Segundo o sociólogo, é uma releitura da gastronomia sendo ocupada pelos Fast-foods. Ritzer vê o restaurante de fast-food como um paradigma contemporâneo mais representativo (Ritzer, 2004: 553). "A McDonaldização é o processo pelo qual os princípios dos restaurantes fast-food estão se tornando dominantes cada vez mais nos setores da sociedade" (Ritzer, G., 1993.)

Atuando na área de sustentabilidade, podemos citar como um dos fatores propulsores do desenvolvimento sustentável promovido pelo turismo gastronômico, a oferta de empregos e serviços, diretos e indiretos.

Garçons, cozinheiros, bartenders, entregadores (deliverys) e muitos outros profissionais, encontram nos restaurantes e lanchonetes uma carreira profissional promissora. Os cursos superiores de graduação em Gastronomia tem sido uma das constatações desta realidade.

2. GASTRONOMIA COMO FERRAMENTA DE PRESERVAÇÃO CULTURAL E BENS IMATERIAIS

Variando de região, país e cultura, alguns pratos gastronômicos podem causar repúdio, e outros uma extrema satisfação. Uma alimentação incomum e muitas vezes por não dizer, incompreendida, traz em si uma carga enorme de informação sobre a história de um povo, e é este enriquecimento cultural que torna a gastronomia um ponto fundamental na manutenção e disseminação dos bens imateriais de um destino turístico.

A cozinha regional possui um cardápio de receitas fixas, essencialmente ligadas a uma região e a seus recursos. Geralmente, estas receitas são transmitidas oralmente característica comum ao patrimônio cultural de natureza imaterial, pois são saberes transmitidos através da prática de quem domina este fazer (REVEL apus PECCINI, 2013, p. 215).

O Teórico Jean-Pierre Poulain, no primeiro capítulo do seu livro "Sociologias da Alimentação: Os Comedores e o Espaço Social Alimentar" (2014), nos diz que seria possível observar a sobrevivência e fortalecimento de movimentos nacionais e regionais que utilizam a

gastronomia como campo de resistência cultural e identitária ante a globalização:

A ideia de que habilidades, técnicas, produtos possam ser objectos passíveis de ser protegidos, conservados, supõe o sentimento de seu desaparecimento próximo, pelo menos o medo de seu desaparecimento.

A patrimonilização do alimentar e do gastronómico 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, 2014).

A gastronomia é um bem imaterial-cultural. Podemos citar que alguns alimentos são incentivados ao consumo em determinados povos, enquanto estes mesmos alimentos em outros povos podem ser até mesmo proibidos, como o consumo de carnes de determinados animais em determinados países. Esta diferença de comportamento se dá a diversos factores, que podem ser devidos a razões de carácter geográfico, ambiental, religioso, económico ou histórico, que caracterizam cada cultura. Através da alimentação cada grupo social distingue-se dos demais, reconhece-se e por isso é reconhecido, a partir de cada especificidade, tanto em relação ao uso de ingredientes específicos quanto aos hábitos alimentares.

Para Segala (2003, p. 5), “a gastronomia se constitui em uma das manifestações culturais mais expressivas e um polo de atração de fluxos turísticos, além de contribuir para a valorização e o convívio entre culturas, costumes e hábitos distintos”.

No campo imaterial, a gastronomia tem sido fundamental para a preservação e manutenção dos saberes.

No artigo Turismo Gastronómico e alimentar como um recurso económico local: Estudos do caso da Roménia e Itália, os autores assim definem a motivação para este segmento turístico: “... a motivação para viajar por razões gastronómicas, para entrar na cultura do lugar de uma forma mais profunda e complexa, é um argumento a ser tomado em consideração. As experiências gastronómicas podem acrescentar valor a qualquer tipo de actividade turística.”, (Privitera & outros – 2018)

Para Gândara, Doutor em Turismo e Desenvolvimento Sustentável pela Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Espanha. Professor adjunto da Universidade Federal do Paraná, Brasil, assim descreve a oferta gastronómica no turismo: “Um destino turístico competitivo é aquele que satisfaz a demanda e mantém um fluxo de comunicação e colaboração entre os distintos atores que intervém no destino: empresários locais, população e governo (GÂNDARA, 2004)”.

Assim o IPHAN define o Património Cultural Imaterial:

O Património Cultural Imaterial é transmitido de geração a geração, 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, contribuindo para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana. (IPHAN, 2008).

No plano teórico, a gastronomia está em uma posição marcada por uma ambiguidade. A primeira refere-se à gastronomia como um produto turístico, comerciável em sua essência, onde pode ser negociado e de interesse de investidores. Em um segundo plano, se apresenta como um património imaterial cultural, como uma das grandes ferramentas da preservação da cultura de um povo.

A gastronomia também tem servido de factor turístico externo, assim como de integração interna. No turismo rural, a prática de conhecer a culinária caseira tem tanta importância no conhecimento do bem imaterial, quanto um restaurante de cozinha internacional em um centro comercial turístico urbano.

CONCLUSÕES

Podemos concluir frente ao exposto pelas pesquisas, a importância da Gastronomia para o Turismo. Não apenas como um atractivo turístico, a gastronomia apresenta-se como uma das mais fortes medidoras das mudanças comportamentais, neste diálogo social entre turista e população local. O Turismo Gastronómico é uma grande fonte de impulsionamento à Economia, gerando inúmeros empregos, sejam directos ou indirectos. Também tem

sido uma forte ferramenta para a preservação e manutenção dos bens imateriais de um povo, ou nação. É enfático que a gastronomia representa a cultura, hábitos e tradições da população local, produtos muito procurados pelo público turístico actualmente.

Atuando directamente no campo da sustentabilidade, o turismo gastronómico surge como um aliado à população local e desenvolvimento, onde o investimento do setor público beneficia directamente o desenvolvimento.

Trata-se de um mercado crescente e em pleno vigor, onde o turista e os moradores locais dos destinos lucram em diversos aspectos, seja economicamente, seja culturalmente.

A preocupação que o teórico Sociólogo George Ritzer, apresenta em seu livro *The McDonaldization of Society*, ainda que relevantes os argumentos sobre a McDonaldização, apresenta-se hoje, no século XXI, como uma alternativa paralela de alimentação, sem, contudo, afectar a gastronomia regional, ou a busca do público turista por restaurantes tradicionais.

Não é apenas as empresas do sector alimentício ou hospedeiro que se beneficiam com o turismo gastronómico. Profissionais indirectos também são beneficiados, considerando o aumento do fluxo turístico na região, tais como, transportes, lojas de souvenirs, comércio local de uma forma geral.

Contudo, vale ressaltar, que não é intenção do autor esgotar a discussão sobre a temática, onde apenas abordamos uma fatia da problemática, em conformidade com os factos empíricos investigados.

REFERÊNCIAS

Amarante, J, O Universo dos Restaurantes Temáticos: Um estudo do caso Hard Rock Café Curitiba. Disponível em: <https://www2.unicentro.br/detur/files/2014/09/O-UNIVERSO-DOS-RESTAURANTES-TEM%C3%81TICOS-UM-ESTUDO-DE-CASO-DO.pdf?x64401>

Björk, P & Kauppinen-Räsänen H. (2014), Culinary-gastronomic tourism – a search for local food experiences, Emerald, Nutrition & Food Science Vol 44 No. 4, 2014 pp. 294-309

Ellis A, PARK, E, KIM, S, YEOMAN, I; ELSEVIER, What is food tourism, (2018).

FONSECA, M. Qualidade em empresas de alimentação. In: RUSCHMANN, Doris; SOLHA, Karina (Org.) Turismo: uma visão empresarial. São Paulo: Manole, 2003.

Franzoni, E., (2016). A Gastronomia Como Elemento Cultural, Símbolo de Identidade e Meio de Integração. Disponível em: <https://run.unl.pt/bitstream/10362/19832/1/ELISA%20FRANZONI%20-%20A%20gastronomia%20como%20elemento%20cultural%20-%20s%C3%ADmbolo%20de%20identidade%20e%20meio-.pdf>

Gândara, J., La calidad y la copetitividad de los destinos turísticos urbanos. Turismo Visão e Ação. Vol. 6, no. 1. Jan./Abr, 2004. PP. 69-94

Geiss, Le, & Gastal, S. Turismo Cultural Sob o Olhar Pós-Moderno:

Os Mercados Públicos em questão. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul. Passo Fundo/ RS, 2007.

iBahia, (2014), Gastronomia - Entenda a diferença entre gastronomia e culinária. Disponível em: <https://www.ibahia.com/detalhe/noticia/entenda-a-diferenca-entre-gastronomia-e-culinaria/>

IPHAN. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico. Patrimônio Cultural. Patrimônio Cultural Imaterial. 2008. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/234>

Kovalckuk, R, & Garcia, O, Revista Gestão e Desenvolvimento. A Gastronomia e seu uso Turístico: A Contribuição do Projeto de Extensão “ Turismo e Gastronomia: Unindo Sabores e Saberes” Pra a Valorização do Patrimônio Cultural Imaterial.

Martins, C. & Martins, E. (2017), Turismo Gastronômico: Uma Pesquisa Bibliométrica em Bases de Dados Nacionais e Internacionais. DOI: 10.14210/rtva.v20n4. p 184-208. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/321967297_TURISMO_GASTRONOMICO_UMA_PESQUISA_BIBLIOMETRICA_EM_BASES_DE_DADOS_NACIONAIS_E_INTERNACIONAIS/fulltext/5a3b5bb5aca272774fa12eba/TURISMO-GASTRONOMICO-UMA-PESQUISA-BIBLIOMETRICA-EM-BASES-DE-DADOS-NACIONAIS-E-INTERNACIONAIS.pdf

Oito Formas de Utilizar o Turismo Gastronômico para Atrair mais Hóspedes, Blog Gazin Atacado, Blog

da Hotelaria. Disponível em:
<http://blog.gazinatacado.com.br/turismo-gastronomico-na-hotelaria/etalhes/234>

Oliveira, B. A Gastronomia como Produto Turístico. 2013. Disponível em:
[file:///C:/Users/Master%20Pc/Desktop/BIANCA RAFAELLA DE OLIVEIRA - A GASTRONOMIA COMO PRODUTO TURISTICO uma análise de \(1\).pdf](file:///C:/Users/Master%20Pc/Desktop/BIANCA RAFAELLA DE OLIVEIRA - A GASTRONOMIA COMO PRODUTO TURISTICO uma análise de (1).pdf)

Peccini, R., A Gastronomia e o Turismo. Revista Rosa dos ventos. Abr./jun., 2013. Universidade de Caxias do Sul/RS.

Poulain, J. Sociologias da Alimentação: Os Comedores e o Espaço Social Alimentar (2014).

Privitera, D, Nedelcu, A, Nicula, V, (2018), Gastronomic and Food tourism as an economic local resource: case studies from Romania

and Italy, GeoJournal of Tourism and Geosites, Year XI, no.1 vol. 21, May 2018, p. 143-157. Article no. 21112-276.

Ramires, K. (2019), UniSUL HOJE. Universidade SUL. Dia do Gastrônomo: O Artesão Alimentar. Disponível em:
<http://hoje.unisul.br/dia-do-gastronomo-o-artesao-alimentar/>

Ritzer, G., (1993 p.1), The McDonaldization of Society.

Santos, Prof.^a D. História da Gastronomia Mundial (2018)

SEGALA, L. V. Gastronomia e turismo cultural. Revista Turismo, 2003. Disponível em:
<http://revistaturismo.com.br/materias/especiais>.

Turismo de Portugal. Visão Geral. Disponível em:
http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx