



Vol. 11, Nº 25 (diciembre / dezembro 2018)

A GASTRONOMIA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL E SEU POTENCIAL PARA COMPETITIVIDADE DOS DESTINOS TURÍSTICOS

Eliane Avelina de Azevedo Sampaio¹

Instituto Federal de Sergipe

Email: elianeavelina@yahoo.com.br

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Eliane Avelina de Azevedo Sampaio (2018): "A gastronomia como patrimônio cultural e seu potencial para competitividade dos destinos turísticos", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 25 (diciembre / dezembro 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/turydes/25/patrimonio-gastronomico.html>

<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes25patrimonio-gastronomico>

RESUMO

O Patrimônio gastronômico é um dos elementos mais representativos, de identificação e de autenticidade de um destino turístico. Figura como estratégia essencial para a diversificação da oferta turística, e para a consolidação do destino enquanto produto, tornando-o bem mais competitivo. Nesse contexto, este artigo tem como proposta analisar a gastronomia enquanto Patrimônio Imaterial e seu potencial de competitividade, utilizando como espaço de estudo a cidade de São Cristóvão/SE, cidade Brasileira que possui uma singular produção doceira. A pesquisa fundamenta-se dentro uma abordagem hermenêutica, enquanto fenômeno e prática de (re) interpretação e reelaboração dos estudos precedentes dessa temática. É uma pesquisa de natureza empírica, com objetivo exploratório/descritivo e abordagem qualitativa, realizada através de análises bibliográficas e observações sistemáticas *in loco*, com o intuito de identificar e registrar o Patrimônio Gastronômico no destino pesquisado. Quanto aos resultados, percebeu-se que a Gastronomia Sancristovense é um importante elemento de reforço identitário e de diversificação do turismo na cidade.

PALAVRAS CHAVES: Gastronomia, Patrimônio Imaterial, Patrimônio Gastronômico, Cidades Históricas, Competitividade no turismo.

RESUMEN

El Patrimonio gastronómico es uno de los elementos más representativos, de identificación y de autenticidad de un destino turístico. Figura como estrategia esencial para la diversificación de la oferta turística, y para la consolidación del destino como producto, haciéndolo mucho más competitivo. En este contexto, este artículo tiene como propuesta analizar la gastronomía como Patrimonio Inmaterial y su potencial de competitividad, utilizando como espacio de estudio la ciudad de San Cristóbal / SE, ciudad brasileña que posee una singular producción dulceira. La investigación se fundamenta dentro de un enfoque hermenéutico, como fenómeno y práctica de (re) interpretación y reelaboración de los estudios anteriores de esa temática. Es una investigación de naturaleza empírica, con objetivo exploratorio / descriptivo y abordaje cualitativo, realizada a través de análisis

¹ Mestranda em Turismo no Instituto Federal de Sergipe/IFS; Especialista em Planejamento do Turismo/Universidade Federal de Sergipe; Bacharel em Turismo/UFS; Técnica em Hotelaria/IFS. E-mail: elianeavelina@yahoo.com.br

bibliográficos y observaciones sistemáticas *in loco*, con el propósito de identificar y registrar el Patrimonio Gastronómico en el destino investigado. En cuanto a los resultados, se percibió que la Gastronomía Sancristovense es un importante elemento de refuerzo identitario y de diversificación del turismo en la ciudad.

PALABRAS CLAVES: Gastronomía, Patrimonio Inmaterial, Patrimonio Gastronómico, Ciudades Históricas, Competitividad en el turismo.

ABSTRACT

The Gastronomic Heritage is one of the most representative elements of identification and authenticity of a tourist destination. It is an essential strategy for the diversification of tourist supply and for the consolidation of destination as a product, making it much more competitive. In this context, this article aims to analyze Gastronomy as an Intangible Heritage and its potential for competitiveness, using as a study space the city of São Cristóvão / SE, a Brazilian city with a unique sweet production. The research is based on a hermeneutical approach, as a phenomenon and practice of (re) interpretation and re-elaboration of previous studies of this subject. It is a research of an empirical nature, with exploratory / descriptive objective and qualitative approach, realized through bibliographical analyzes and systematic observations *in loco*, with the intention of identifying and registering the Gastronomic Patrimony in the destination researched. Regarding the results, it was noticed that the Gastronomy Sancristovense is an important element of the identity reinforcement and diversification of tourism in the city.

KEYWORDS: Gastronomy, Intangible Heritage, Gastronomic Heritage, Historical Cities, Competitiveness in tourism.

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a preservação do Patrimônio Cultural Mundial tem sido valorizada em virtude da necessidade de reafirmação das identidades coletivas face às tendências de homogeneização e ao fenômeno da globalização, objetivando um equilíbrio sustentado entre as manifestações tradicionais e o progresso econômico e social (MÜLLER, 2012). Nesse sentido, torna-se necessário que as cidades que detêm patrimônios sejam eles materiais ou imateriais, os preservem e promova, pois estes demarcam as particularidades do destino, tão essenciais para a competitividade no turismo.

O Patrimônio gastronômico é um dos elementos mais representativos, de identificação e de autenticidade de um destino turístico. Desse modo, a promoção da gastronomia local é importante fator no desempenho da competitividade, seja por meio da produção dos alimentos, como também por meio da transformação do alimento em prato típico ou regional que será apresentado ao visitante (MASCARENHAS, 2009).

A alimentação enquanto patrimônio pode ser considerada uma importante fonte de informações sobre um determinado grupo humano e também sobre um determinado período histórico, pois, como salienta Macena (2003, p. 63), e reafirma essas discussões autores como: Peixoto (2000), Anico; Peralta, (2004), Funari; Pelegrini (2006) é patrimônio [...] “tudo o que existe como elemento essencial para o registro da memória individual e coletiva, e que possa contribuir com a formação do sentimento de pertença de uma comunidade”.

Assim sendo, o presente artigo, tem por objetivo inicial traçar as concepções teóricas relacionadas ao Patrimônio Gastronômico e sua importância enquanto elemento propulsor da competitividade para os destinos turísticos. Para tal, foi realizado um estudo empírico na cidade de São Cristóvão/Sergipe, cidade essa que está localizada a 26 km de Sergipe e que tem como principal motivador de fluxos turísticos um rico acervo arquitetônico e museológico na composição do cenário da cidade.

Metodologicamente, o desenvolvimento dessa pesquisa está pautado no método de abordagem hermenêutico enquanto fenômeno e prática de (re) interpretação e reelaboração dos estudos precedentes a temática. É uma pesquisa de natureza teórico/empírica, cujo objetivo é exploratório/descritivo, exposto na construção do diálogo entre a literatura especializada, que trouxe conceitos correlatos ao Patrimônio Material, Imaterial, Gastronômico e suas relações diretas com o turismo e sobretudo, com a competitividade dos destinos. Para tal, tornou-se necessária uma abordagem qualitativa, pois como afirma Prodanov & Freitas (2013), nesta forma de abordagem interpreta-se os fenômenos atribuindo-lhes significados de maneira qualitativa.

Quanto aos procedimentos técnicos, foi realizada uma análise bibliográfica a partir de livros, dissertações de cunho acadêmico e artigos científicos disponíveis no portal de periódicos da CAPES. Também foram realizadas observações passivas *in loco*, através de visitas técnicas, com o intuito de identificar e registrar o Patrimônio Gastronômico no destino pesquisado.

À luz dessas considerações, o desenvolvimento desse estudo justifica-se pela importância de realizar pesquisas acerca do Patrimônio Imaterial, sobretudo o Gastronômico, em virtude da sua contribuição para a diversificação dos atrativos turísticos, e como importante fator competitivo para o fortalecimento do produto turístico, na análise em questão, da cidade de São Cristóvão.

2. PATRIMÔNIO, GASTRONOMIA E TURISMO

As inúmeras definições que retratam o patrimônio, seja no viés cultural, da materialidade ou imaterialidade, se fundem para uma confirmação de sua importância para os estudos culturais relacionados as cidades, sobretudo para o turismo, que utiliza-se desses “espaços patrimoniais” para a realização das atividades de lazer e contemplação.

O Patrimônio Cultural Imaterial, compreende os bens de natureza intangível no que abrange as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas, que está intimamente associado a indivíduos e grupos, como parte integrante de um cotidiano de práticas e apresentações culturais (UNESCO,2010). Assim sendo, figura como parte da cultura de um povo. Schlüter (2003, p. 10) corrobora ao definir Patrimônio Imaterial como,

o conjunto de formas de cultura tradicional e popular ou folclórica, ou seja, as obras coletivas que emanam de uma cultura e se baseiam na tradição. Essas tradições são transmitidas oralmente ou mediante gestos e se modificam com o transcurso do tempo por um processo de recriação coletiva. Incluem-se nelas as tradições orais, os costumes, as línguas, a música, as danças, os rituais, as festas, a medicina tradicional e a farmacopéia, as artes culinárias e todas as habilidades especiais relacionadas com os aspectos materiais da cultura, tais como as artes e o habitat.

Tomando como parâmetro esse conceito, pode-se afirmar que a gastronomia pode ser considerada como importante elemento do Patrimônio Cultural Imaterial, uma vez que divulga as tradições ligadas a identidade de um povo, e seu “uso turístico faz com que adquira cada vez maior importância para

promover um destino e para atrair correntes turísticas” (SCHLUTER, 2003 p. 67), além de ser uma importante estratégia de competitividade. Nesse sentido, é importante compreender que o processo de fortalecimento do Patrimônio Cultural nas cidades perpassa pela recriação coletiva, e se estabelece através dos seus particularismos regionais que são consolidados através do tempo.

No tocante ao reconhecimento oficial da Gastronomia Tradicional Brasileira, Müller (2012) afirma que este,

surgiu a partir da Convenção da Salvaguarda do Patrimônio Imaterial de 2003, realizada pela Organização das Nações Unidas, em Paris, na França e posteriormente, em 2006, quando o documento entrou em vigor no Brasil. Dessa data em diante, os temas “Gastronomia” e “Patrimônio” começaram a aparecer de forma mais constante nas pesquisas acadêmicas, trazendo um diálogo interdisciplinar da Gastronomia com áreas de conhecimento afins como Antropologia, História, Artes, Geografia, Turismo e Sociologia.

Nesse sentido, muito autores têm adentrado a essa temática, contribuindo com muitas pesquisas relacionadas a gastronomia como elemento estratégico de diferenciação e atratividade em destinos, justamente por sua ligação com a identidade cultural de uma localidade. Nas publicações nacionais consultadas, destacam-se, os trabalhos de Cavaco (1995); Schlüter (2003; 2006); Fagliari (2005); Corner (2006); Gimenes (2006); Gândara (2009); Coelho Neto e Azevedo (2010); Mascarenhas; Gândara (2015), com livros e produções em português e espanhol, e nas produções acadêmicas de autores internacionais os trabalhos de: Hall (2005), Croce; Perri (2010); Cheng e Huang (2015), Björk; Kauppinen-Räsänen (2016). Os referidos autores, mostram em seus escritos que a gastronomia e suas possibilidades de conferir afirmativas e diferenciação ao produto turístico é uma temática importante para ser tratada de maneira significativa, consistente e aplicada, para que assim como outros atrativos de ordem natural, cultural e artístico possam ser fortalecidos.

A gastronomia configurou-se nos últimos anos como um dos elementos-chave para o fortalecimento e consolidação dos destinos turísticos. Elucidando essa afirmativa, Corner (2006, p.2) diz que “o turista sempre busca conhecer o sabor do lugar, e é a gastronomia que vai oferecer este sabor e revelar muito de uma cidade ou país” e Hall (2005) lembra que a identidade cultural está sempre em processo, sendo construída ao longo do tempo, através de processos inconscientes.

Nesse sentido, a gastronomia está relacionada a atratividade turística, pois fornece benefícios pessoais aos indivíduos que visitam um destino e como exposto nas considerações de Cavaco (1995) promove e divulga o turismo através do boca-a-boca que é produzido pelo turista quando retornar a sua cidade de origem, formando assim um conjunto de ganhos.

3. COMPETITIVIDADE DO PRODUTO TURÍSTICO A PARTIR DA GASTRONOMIA

A competitividade de destinos turísticos é, segundo Ruiz; Chim-Miki; Gândara (2015) um conceito multidimensional que requer superioridade em vários aspectos a serem obtidos. Desse modo, quando um destino tem a visão de se tornar competitivo no turismo, ele precisa estabelecer suas estratégias a partir de um planejamento que lhe diga a sua missão, quais os principais produtos e quais estratégias de posicionamento (CROUCH; RITCHIE,1999). Ressaltando, sobretudo, os potenciais endógenos do destino.

Além disso, Schluter (2003, p. 67) registra que “o uso turístico do Patrimônio Cultural faz com que a gastronomia adquira cada vez maior importância para promover um destino e para atrair correntes turísticas”. Um destino torna-se competitivo a medida em que desenvolve a habilidade de atrair volumes crescentes de visitantes e conseqüentemente o aumento constante de seus gastos. Essa decisão do turista por viajar para um determinado destino baseia-se apenas em suas percepções e impressões, logo, a capacidade em propagar impressões desejáveis e convincentes são determinantes para aumentar o nível de atratividade do destino (COELHO NETO; AZEVEDO, 2010).

Desse modo, a comida local pode ser um grande ativo para confirmar essas impressões geradas no turista ao escolher o destino para viajar, além de agregar valor e contribuir para a competitividade da área geográfica. Assim sendo, Cheng e Huang (2015), apontam a estreita relação entre gastronomia e turismo, por meio de quatro linhas distintas: primeiro, a gastronomia faz parte da cultura local; segundo, a gastronomia como atração turística; terceiro, a comida como produto turístico e, em quarto, a gastronomia como experiência turística. Cada uma dessas linhas compõe possibilidades de fazer uso dos aspectos culinários do destino.

Nessa perspectiva, Björk e Kauppinen-Räsänen (2016) contribuem ao afirmar que as tendências atuais no tocante à relação entre gastronomia e turismo se assentam em duas linhas distintas: em primeiro lugar, a gastronomia emergiu como atração turística porque os viajantes procuram novas sensações culinárias e novas experiências relacionadas com a oferta culinária; e segundo, o interesse dos turistas pela comida local aumentou e, assim, a gastronomia se torna parte importante da viagem do turista.

O marco fundamental nessa passagem de século é a mudança dos consumidores (turistas ou viajantes), com necessidades e expectativas muito maiores do que em décadas passadas. Perez et al. (2017) lembram que no turismo tradicional o sentido visual, foi priorizado em relação ao resto. Nos dias de hoje, o turista que contempla uma paisagem ou uma obra de arte exposta em um museu, tornou-se um mero observador da realidade, e cada vez mais estão começando a exigir viagens em que os outros sentidos possam se envolver mais profundamente. Ou seja, as necessidades e expectativas aumentaram, e o turista se movimenta cada vez mais na busca de sensações e experiências sensoriais completas sobretudo no que diz respeito ao gosto. A gastronomia típica local estabelece uma conexão maior entre o turista com o cenário em que ele viaja, muito distante da experiência exclusiva do mero observador.

Para Fagliari (2005), a gastronomia enquanto produto turístico é uma forma de preservação da cultura de um povo, que tem a capacidade de ajudar a resgatar antigas tradições que estão prestes a desaparecer. Logo, se os elementos culturais puderem ser trabalhados como atrativos sem perder suas características originais, estarão auxiliando na preservação e no resgate das tradições, ajudando a manter vivo o Patrimônio Imaterial do lugar e conferindo um status turístico a esses elementos e cidades que os detêm.

A Diversificação, intensificação e ligação dos produtos viáveis para o turismo podem ser cruciais para a competitividade e o desenvolvimento dos destinos. De acordo com as considerações de Jafari (1982 apud BENUR; BRANWELL 2015), a atração de destinos para turistas depende normalmente

das características físicas e ambientais que incluem as condições climáticas, a paisagem, e toda a oferta natural presente, e das características socioculturais que incluem a história, a política, a arte, as atividades econômicas, os modos de vida, os monumentos, e claro, a gastronomia. Nesse sentido, podemos considerar que a nível de potencialidade alguns tornam-se produto principal capaz de atrair por si só correntes turísticas e outros são apenas complementares.

A importância da gastronomia e seu potencial de atratividade enquanto produto primário capaz de atrair, por si só, turistas de diversas regiões, é ressaltado no estudo de Mascarenhas e Gândara (2015) onde diz que a gastronomia pode se tornar atrativo turístico sendo valorizada como elemento de qualidade e competitividade entre os destinos e como elemento gerador de desenvolvimento regional.

Benur e Branwell (2015) apontam que a diversidade de atrativos turísticos e a sinergia que estes podem trazer ao desenvolvimento de um destino, provocam iniciativas regionais de incremento a partir dos produtos alimentares e bebidas produzidas localmente que podem reforçar o produto, aumentar a competitividade do destino e melhorar consideravelmente a experiência do turista, flexibilizando as opções para as demandas consumidoras. Complementando essas considerações, Gimenes (2006), corrobora quando diz que a gastronomia típica merece relevância não apenas por se constituir em um bem cultural, mas, por proporcionar uma importante inter-relação entre o turista com a realidade visitada, seus ritos, valores e tradições locais.

Nesse delinear, ainda de acordo com as considerações de Benur; Branweel (2015, p. 215),

[...] em primeiro lugar, no caso da diversidade de produtos turísticos, isso pode aumentar a competitividade do destino oferecendo experiências e atividades variadas, maior potencial de produtos personalizados que atendam às necessidades e interesses individuais dos turistas e maior flexibilidade em resposta aos gostos e demandas turísticas.

Conforme exposto pelos autores, a diversificação da oferta turística possibilita atender uma diversidade de grupos em seus estilos variados, podendo oferecer produtos que atendam mais nichos e que, conseqüentemente, agradem ao máximo de pessoas em uma única viagem.

As vantagens comparativas já não são mais suficientes para assegurar a competitividade de uma cidade, logo, torna-se necessário acrescentar vantagens competitivas para que um produto possa ter diferenciais relevantes e assim possa ser escolhido em detrimento de outro. Para Hogarth et al. (1991) as fontes de vantagem competitiva podem ser definidas como o acesso privilegiado a recursos únicos, a capacidade de transformação dos fatores de produção em produtos vendáveis no mercado, a capacidade de renovar estoque de recursos e competências para criação de novos produtos e mercados, e a geração de um fluxo contínuo de inovações.

Desse modo, os destinos precisam pensar suas estratégias para atrair as demandas, ressaltando os diferentes tipos de produtos, as experiências exclusivas, personalizadas, bem como as relações interpessoais (PEREIRA; OLIVEIRA; TADEUCCI 2014, p.12). Já que como explica Beni (2011, p.74), “as pessoas vêm buscando sistematicamente produtos e serviços que causem sensações novas, prazeres e emoções inusitados, desprezando ofertas que não contemplem essas formas de experiência”.

Nesta perspectiva, considera-se que os elementos intangíveis merecem uma atenção especial nessa atual conjuntura de demanda, uma vez que são favoráveis para incorporar a natureza e a cultura como elemento agregador nos territórios em que a atividade turística represente forte peso no desenvolvimento socioeconômico e na geração de riquezas, fato possível devido as necessidades do novo perfil de demanda (MAZARO; PANOSSO NETTO, 2012).

Face ao exposto, considera-se que é extremamente necessário, ações que potencializem a valorização da produção cultural existente. Essa “comercialização” turística da cultura se justifica pelo fato de ela ser a melhor estratégia para diferenciar a oferta de um destino turístico da concorrência, considerando que todo território possui características, riquezas e valores endógenos únicos e inimitáveis.

Destarte, as estratégias de diversificação do produto em um destino precisam passar pela (1) identificação e classificação dos atrativos, escolhendo quais e como serão trabalhados para os turistas; (2) mensuração da atratividade do destino e das atrações turísticas; (3) utilização de ferramentas de gestão do destino de maneira global e coesa (COELHO, 2015, p.489).

4. PATRIMÔNIO GASTRONÔMICO DA CIDADE DE SÃO CRISTÓVÃO/SERGIPE

São Cristóvão, quarta cidade mais antiga do Brasil, está localizada a 23 km da capital de Sergipe, Aracaju. Limita-se com a referida capital, com o estuário do rio Vaza-barris e com os municípios de Nossa Senhora do Socorro e Itaporanga D’Ajuda. É uma das cidades mais importantes do Polo Costa dos Coqueirais², sendo também uma das mais importantes cidades presentes no roteiro cidades históricas, instituído através do Plano de Regionalização do Turismo em meados de 2004. O segmento destaque é o Turismo Histórico/cultural, e tem como principal fator atrativo o seu rico acervo arquitetônico e museológico.

O centro histórico de São Cristóvão é formado por uma série de bens construídos pelas ordens religiosas católicas que se radicaram na cidade, e tem na sua arquitetura sacra e civil toda a historicidade moldada através do tempo, tendo como principal influência na formação urbana e edílica a colonização de Portugal e Espanha, tornando-se perceptível o domínio ibérico no traçado arquitetônico das construções coloniais (MOISINHO FILHO, 2010).

O patrimônio de maior singularidade é a Praça São Francisco (Figura 1), tombada em 2010 pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura- UNESCO, como Patrimônio da Humanidade. Esse monumento é, de acordo com o IPHAN (2018), o único exemplar, no Brasil, erguido a partir das regras da Ordenação Filipinas no período de domínio da União Ibérica, entre 1580-1640.

² O polo faz parte da divisão turística realizada pelo Programa de Regionalização do Turismo, que visa a divisão dos estados do Brasil em polos, para comporem núcleos de direcionamento para as políticas públicas do turismo.

Figura 1- Praça São Francisco, São Cristóvão –Se.



Fonte: Eliane Azevedo,2018.

O Conjunto arquitetônico da praça é composto por outros atrativos, tais como: a Igreja de São Francisco fundada em 1567, o Convento de Santa Cruz, a Capela da Ordem Terceira, onde funciona o atual Museu de Arte Sacra que é o 2º maior em importância histórica; a antiga Santa Casa com a Igreja da Misericórdia (que foi também o Hospital de Caridade e, atualmente, é o Lar Imaculada Conceição) e o Palácio dos Governadores, construção do final do século XVIII (onde, desde 1960, funciona o Museu Histórico de Sergipe).

Além do conjunto arquitetônico da Praça, São Cristóvão tem também outros patrimônios materiais no entorno do centro histórico, são eles: a igreja da matriz de Nossa Senhora da Vitória, construída em meados de 1617 e localizada na praça da Matriz transformando-se em um ponto central de ordenamento, urbanização e criação de outros espaços públicos e privados na cidade. A igreja de Nossa Senhora do Carmo, da Ordem Terceira do Carmo (Senhor dos Passos), de Nossa Senhora do Amparo, do Rosário dos Homens pretos, mosteiro de São Bento, o sobrado do balcão corrido, o conjunto do Carmo que abriga em anexo o museu dos ex-votos, além dos casarios que compõem o acervo sacro da cidade.

Embora o Patrimônio Material/Arquitetônico da cidade seja, para o turismo, principal motivador de visitantes, o Patrimônio Imaterial, sobretudo o gastronômico através de uma rica produção doceira, é algo presente e de bastante singularidade.

A produção de iguarias doces figura como a parte mais forte no repertório gastronômico da cidade, estando presente no cotidiano e nas festividades. São especialidades culinárias, tais como: cocadas de forno, doces em compota, geleia de pimenta, o sarolho, o beiju molhado, o pé de moleque, o má casado, a bolachinha de goma, além das famosas queijadas e dos delicados *bricelets*. Estes doces são produzidos por diversas doceiras do Centro Histórico e na cooperativa de doces situada no povoado Cabrita, e traduzem um ofício comum entre as mulheres do município (ARAGÃO; LEAL, 2012).

Dentre a variedade de doces encontradas em São Cristóvão, o de maior popularidade é a queijadinha, patrimônio imaterial de Sergipe desde março de 2011 através do decreto de número

27.720. Sua importância é notadamente parte do orgulho identitário/gastronômico da população e é um dos doces mais procurados pelo turista quando visitam a cidade.

Figura 2: Queijadinhas



Fonte: Rafael Carvalho, 2017.

De acordo com Fontes (2007), a queijadinha de São Cristóvão é um doce feito com farinha do reino, manteiga e leite, complementada com um doce de coco que sobrepõe uma capa delicada como se fosse um biscoito. A utilização do coco foi uma adaptação a receita original na qual ia queijo, mas em virtude da abundância do coco no país esse elemento foi substituído, criando assim a “queijada de coco”.

A produção da queijada em São Cristóvão é tradição a mais de 200 anos, e é responsável pela manutenção financeira de diversos lares Sancristovenses, como acontece no lar de dona Marieta dos Santos, dona do estabelecimento intitulado: casa da queijada (Figura 2) e principal referência dessa atividade no município, produzindo em média 300 queijadas por dia, em períodos de alta estação. Com a intensa produção e difusão, essa iguaria tornou-se um símbolo para os moradores da cidade e “parada obrigatória” para os turistas.

Figura 3: Queijadinhas sendo comercializadas na doçaria de Dona Marieta



Fonte: Eliane Azevedo, 2018.

Além da queijada, outro doce que mistura tradição, história e religiosidade são os *Bricelets* (Figura 3), biscoitos finos e crocantes com sabor de laranja e/ou limão, produzidos na antiga edificação da Santa Casa de Misericórdia, hoje lar imaculada Conceição, onde as freiras utilizavam a mesma receita

desde o século XVI, e foi repassada aos funcionários do estabelecimento para continuidade da produção (ZAMPIERE, 2017).

Figura 4: Bricelets, e ao fundo a Praça São Francisco.



Fonte: Eliane Azevedo, 2018.

A gastronomia doceira da cidade de São Cristóvão figura como autênticos Patrimônios Imateriais e como tal são passíveis de serem experimentados no que Gândara (2009) chama de consumo simbólico, que podem ser apreciados e compartilhados com os turistas. Corroborando essa afirmativa, Coelho Neto e Azevedo (2010), sustentam que esse simbolismo, deve-se a pelo menos três motivos: primeiro porque a essência dos pratos da culinária regional resulta no exercício nostálgico ou numa conexão cultural com a localidade visitada e que ficam marcados nas mentes e não se apagam com facilidade. Segundo, porque a comida manifesta história, crenças e valores e terceiro porque a oferta de serviços gastronômicos cria oportunidades para os que buscam distinção social e reconhecimento público.

Nesse sentido, a gastronomia desempenha um importante papel de vinculação identitária com a população, e possibilita o enriquecimento ao turista através das experiências sensoriais que são promovidas à medida que ele se integra aos hábitos alimentares da localidade visitada. Assim sendo, a comida pode marcar um território, um lugar, servindo como marcador de identidade ligado a uma rede de significados. Podemos assim falar em “cozinhas” de um ponto de vista territorial, associadas a uma nação, território ou região, tal como a “cozinha chinesa”, a “cozinha baiana” ou a “cozinha mediterrânea”, indicando locais de ocorrência de sistemas alimentares delimitados. (MACIEL, 2001).

É conveniente destacar, que a imagem de iguarias tão peculiares relativas ao universo gastronômico de São Cristóvão, se planejadas, permite essas vantagens, uma vez que como explica Andrade (2014), o planejamento da identidade é fundamental para que o destino consiga estabelecer diferenças e particularidades, já que é por meio destas que será definida uma personalidade para o destino, pois assim poderá propagar impressões desejáveis e convincentes para aumentar o seu nível de atratividade.

Fazendo uso das palavras do pesquisador Bahl (2004, p. 65), é claro dizer que, não se pode pensar em Turismo sem desenvolvimento integrado, por considerar que: “focos isolados exigem uma oferta

turística muito representativa para que se possa desprezar o que existe no entorno”. Embora São Cristóvão possua um rico acervo arquitetônico, este por si só não tem tido a força de atrair uma demanda considerável, é preciso compreender que o rico acervo gastronômico é uma estratégia de integração, ligação e potencialização do turismo naquela localidade.

Desse modo, pode-se considerar que a Gastronomia Local Sancristovense caracteriza-se por incluir-se no âmbito da cultura local e figura como atração turística. Se devidamente incentivada pode vir a somar-se com outros atrativos formando um produto que desperte no turista um maior interesse em visitar a cidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os principais resultados evidenciam que a gastronomia tem um importante valor cultural e identitário. As observações sistemáticas *in loco*, permitiu ressaltar que embora a cidade possua um elevado nível de atratividade e seja uma das mais importantes cidades presentes no roteiro cidades históricas, ainda não figura como um destino consolidado, carecendo de iniciativas integradas que corroborem com o desenvolvimento efetivo do turismo.

Nessa perspectiva, não se pode pensar em turismo sem desenvolvimento integrado, pois como afirma Bahl (2004, p. 65) “focos isolados exigem uma oferta turística muito representativa para que se possa desprezar o que existe no entorno”. Embora São Cristóvão possua um rico acervo arquitetônico, este por si só não tem tido a força de atrair uma demanda considerável, é preciso compreender que trabalhar o patrimônio imaterial de maneira integrada é uma estratégia de ligação e potencialização do turismo naquela localidade.

É conveniente destacar as colocações de Coelho (2015) ao afirmar que as estratégias de diversificação do produto em um destino precisam passar pela identificação e classificação dos atrativos, escolhendo quais e como serão trabalhados para os turistas; mensuração da atratividade do destino e das atrações turísticas e utilização de ferramentas de gestão do destino de maneira global e coesa.

Desse modo, pode-se afirmar que o potencial gastronômico de São Cristóvão deve ser melhor trabalhado, pelos gestores locais, afim de potencializá-lo enquanto atrativo, agregando valor ao produto e tornando o destino mais competitivo, uma vez que o fator competitivo, no atual mercado turístico, faz com que os destinos tenham que estar preparados para atender as exigências desse novo perfil de turista, que busca experiências mais exclusivas. Essa preparação consiste em um somatório de detalhes que se conjugados, compõem um produto final com maior peso e qualidade.

Nessa perspectiva, os gestores locais do turismo tem um importante papel, pois as políticas de turismo, em especial as relacionadas ao turismo cultural, deverão e precisam de fato valorizar o significado do patrimônio, bem como o seu conteúdo, buscar patrocínios público e privado na abertura e na manutenção de museus, “propiciar a articulação de políticas oficiais de preservação nas três esferas do poder e considerar que a manutenção das expressões culturais serve de motivação para atração de fluxos turísticos” (BENI, 1998). Assim sendo, considera-se que o reconhecimento e

investimento na divulgação do patrimônio, seja ele material ou imaterial, é um dos pontapés iniciais para o desenvolvimento turístico.

REFERÊNCIAS

Andrade, M. B. (2014): Sustentabilidade ambiental na composição da marca de um destino turístico: o caso de Fernando de Noronha. Dissertação (Mestrado) – Administração/UFPE/Programa de Pós-Graduação em Administração, Recife, 45p, 2014.

Anico, M.; Peralta, E. (2004) As políticas culturais num contexto de globalização: processos e dinâmicas do patrimônio em Ílhavo e em Loures. In: VIII Congresso Luso-Afro Brasileiro de Ciências Sociais, realizado entre 16 e 18 de setembro de 2004, Coimbra.

Aragão, I. R.; Leal, R. E. S. (2012): “Memória, Patrimônio e Atrativo turístico: A doçaria na festa de Senhor dos Passos, em São Cristóvão – Sergipe”. *Revista Rosa dos ventos*, Caxias do Sul, v. 4, n. 3, p. 384-396, jul-set de 2012. Disponível em http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/viewFile/1561/pdf_83

Bahl, M. (2004): “Viagens e Roteiros Turísticos”. Prototexto, Curitiba.

Beni, M. C. (2011): *Globalização do Turismo: Megatendências do setor e a realidade Brasileira*. 3ª ed., Aleph: São Paulo.

Benur, A. M.; Bramwell, B. (2015): “Tourism product development and product diversification in destinations”. *Tourism Management*, v. 50, p. 213-224, 2015. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517715000412>

Björk, P.; Kauppinen-Räsänen, H. (2016): Local food: A source for destination attraction, in *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, v.28, 1, pp. 177-194, 11 janeiro 2016. Disponível em: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-84953243783&origin=inward&txGid=de55b9b4f115cf934fb68b868054ccdc>

Cavaco, C. (1995): “Turismo Rural e Desenvolvimento Local”. In: CAVACO, C. *As Regiões de Fronteira. Inovações e Desenvolvimento do Mercado Único Europeu*. Estudos para o Desenvolvimento Regional e Urbano. Lisboa: Universidade de Lisboa, 1995.

Coelho, M. F. (2015): “O que atrai o turista? Gestão da competitividade de destinos a partir de atrações e da atratividade turística”, *Revista Rosa dos Ventos*, Caxias do Sul, V. 8, p. 489-505.

Coelho neto, e; Azevedo, M. (2010): “Turismo, imagem territorial e gastronomia: o valor simbólico da comida na atratividade de destinos turísticos brasileiros”. *Observatório de Inovação do Turismo – Revista Acadêmica*, V 10, nº 2, Junho de 2010.

Corner, D. M. R. (2006): “A Gastronomia como atrativo no Turismo Cultural”. In VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Universidade de Caxias do Sul.

Croce, E; Perri G. (2010): “Food and wine tourism: food, travel and territory integration”. *Tourism texts*, Cabi.

Fagliari, G.S. (2005): “Turismo e Alimentação: análises introdutórias”. Rocca, São Paulo.

Funari, P. P.; Pelegrini, S. C. A. (2006): “Patrimônio histórico e cultural”. Jorge Zahar, Rio de Janeiro.

Galvéz, J. C. P.; Granda, M. J.; López-Gusmán, T.; Coronel, J. R. (2017): Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable Cities and Society*, vol. 32, p. 604-612. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com.ez141.periodicos.capes.gov.br/science/article/pii/S2210670716307570#bib0040>>

Gândara, J. M. G. (2009): “Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos”. In: PANOSSO NETO, A.; ANSRAH, M. G. R. *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas*. Barueri, São Paulo: Manole, p. 179-191.

Gimenes, M.H.S.G. (2006): Patrimônio Gastronômico, Patrimônio turístico: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil. In Anais do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 a 8 de julho de 2006.

Gimenes-minasse, M. H.S.G. (2014): Atrativos gastronômicos da cidade de São Paulo (SP): análise preliminar. In anais do XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, Set. 2014.

Hall, S. (2005): “A identidade cultural na pós-modernidade”. 10. ed., DP&A, Rio de Janeiro;

Hogarth, R.; Mivhauad, C.; Doz, Y.; Heyden, L. V. D. (1991): *Longevity of business firms: a four-stage framework for analysis*. Fontainebleau: INSEAD.

Macena, L. (2003): Festas, danças e folguedos: elementos de identidade local, patrimônio imaterial de nosso povo. In: MARTINS, J. C. de O. (Org.). *Turismo, cultura e identidade*. São Paulo: Roca, p.63-76.

Maciel, M. E. (2001): “Cultura e alimentação ou o que tem a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin?”. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v.1, n. 16, p. 145-156. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832001000200008&script=sci_arttext>

Mascarenhas, R.G.T. (2009): A Diversidade Gastronômica como Atrativo Turístico na Região dos Campos Gerais do Paraná: Um Estudo de Caso no Município de Castro. Tese de doutorado em Geografia. Universidade federal do Paraná - UFPR. Curitiba.

Mascarenhas, R. G. T.; Gândara, J. M. G. (2015): O papel da gastronomia na qualidade e na competitividade dos destinos turísticos. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, v. 9, n. 1, p. 60-83.

Mazaro, R. M.; Panosso Netto, A. (2012): Competitividade e inovação em turismo. In: BENI, M. C. *Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão*. Barueri, SP: Manole, p. 594.

Moisinho Filho, E. de F. (2010): Patrimônio Cultural e iluminação urbano: diretrizes de intervenção luminotécnica no centro histórico de São Cristóvão, Sergipe. 2010.Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2010, 332p. Disponível em: <http://tede.mackenzie.br/jspui/handle/tede/2583>.

Müller, S. G.(2012): Patrimônio Cultural Gastronômico: Identificação, sistematização e disseminação dos saberes e fazeres tradicionais. Tese de Doutorado em engenharia e Gestão do conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

Peixoto, P. (2000): “O patrimônio mundial como fundamento de uma comunidade humana e como recurso das indústrias culturais urbanas” . Coimbra: Faculdade de Economia, Centro de Estudos Sociais, Coimbra.

Pereira, U. N. C.; Oliveira, E. A. A. Q.; Tadeucci, M. S. R. (2014): A importância das inovações tecnológicas no setor do turismo. In: III Congresso Internacional de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento. Taubaté – SP. 20 a 22 de out. 2014.

Disponível em

<http://www.unitau.br/files/arquivos/category_154/MPH0322_1427390993.pdf>

Schlüter, R. G. (2003): “Gastronomia e Turismo”. São Paulo: Aleph.

_____. (2006): “Turismo y patrimonio gastronómico: una perspectiva”. *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos*, Buenos Aires.

Sergipe. Governo de Sergipe. (2011): Decreto de reconhecimento da queijada como patrimônio imaterial sergipano, nº 27.720 de 24 de março de 2011.

Unesco. (2018): Representações da Unesco no Brasil. Patrimônio Cultural Imaterial. Disponível em <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/intangible-heritage/>.

Zampieri, W. (2017): “Guia Sergipe Tradetour”. Aracaju: S&Z comunicação, ed. 2017-2018.