

A GASTRONOMIA TÍPICA DA ILHA DE SANTA CATARINA: UM ELEMENTO IMPORTANTE PARA O TURISMO CULTURAL

Bianca Oliveira Antonini¹

RESUMO: Este trabalho pretende demonstrar que, passados 250 anos, culturalmente não se pode mais utilizar a terminologia “gastronomia açoriana” nos restaurantes da Ilha de Santa Catarina como um diferencial no *marketing* turístico, cultural e gastronômico da cidade. Através de um recorte na história do povoamento e da colonização açoriana, e ainda do desenvolvimento sócio-cultural, objetivou-se identificar a simbólica gastronomia típica de seus distritos considerando as etnias formadoras da população da ilha. Foram analisadas também as tradições culturais e gastronômicas desenvolvidas nos restaurantes cadastrados a associações vinculadas ao turismo. Verificou-se que as heranças gastronômicas da ilha, que são consideradas de base açoriana, na realidade são de influência indígena e adaptada pelos lusos na época da colonização.

Palavras-chave: turismo, cultura, gastronomia

1. INTRODUÇÃO

O turismo é reconhecido atualmente como uma atividade econômica de importância global, que envolve dados de natureza econômica, social, cultural e ambiental. É considerado um dos fenômenos mais importantes realizados, criados ou desenvolvidos pelo homem no decorrer da história; propicia o contato entre diferentes povos e culturas; apresenta experiência de diferentes situações; a passagem por diferentes ambientes; a observação de diferentes paisagens. Tais situações possibilitam a globalização da cultura. E numa época em que, ao disseminar modelos culturais e padrões de comportamento uniformes para o mundo inteiro, o fenômeno da globalização, acaba por reforçar a necessidade que os povos tem de diferenciar-se.

¹ Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí - e-mail: biancaantonini@terra.com.br

O turismo não é uma atividade isolada e, se inter-relaciona com várias outras atividades, dentre estas a hotelaria, o comércio especializado, o transporte e a gastronomia. Todas têm características próprias que as definem, e ao mesmo tempo em que permitem a percepção da estreita relação que mantêm entre si. Os turistas ansiosos por conhecer novas culturas, atraídos pelo lazer ou pela diversão, deslocam-se de um local para outro para conhecer os fatores culturais e os valores ancestrais da região: artesanato, folclore, gastronomia típica, arquitetura histórica, arquitetura típica, etc.

O interesse das pessoas pela história, a arte e a cultura em geral têm gerado grandes projetos integrando turismo e cultura. Os profissionais do Turismo têm na cultura um dos componentes essenciais do seu objeto de trabalho.

A cultura possui relações diretas com o mercado e a economia. É importante ressaltar que o mercado cultural está diretamente associado com outro: o do turismo, e este é um dos que mais cresce no mundo inteiro. O turismo é hoje mais importante do que diversos setores industriais: existe mais mobilidade e as pessoas transitam pelo mundo facilmente, graças aos meios de transporte, rápidos, eficientes, e baratos. Ansiosas por conhecer novas culturas, atraídas pelo lazer ou pela diversão, milhões de pessoas deslocam-se de um local para outro (BARRETTO, 2000). As atrações naturais e artificiais, assim como os bens e serviços são capazes de promover a visita a uma destinação turística.

A idéia de turismo cultural, no entanto, ainda é legada aos patrimônios e antigas civilizações. A exploração deste filão resultou naquilo que hoje se chama de turismo de massa. Procurar-se evidenciar que o turismo cultural pode e deve ser voltado também para os pequenos espaços, onde valores ancestrais são preservados por representarem referenciais importantes para a comunidade (SANTOS, 2000). As preocupações com cultura são voltadas para a compreensão das sociedades modernas e industriais, quanto das sociedades que foram desaparecendo ou perdendo suas características originais em virtude de outros contatos. No entanto, resgatar hábitos alimentares, objeto de estudo desde trabalho, sempre apresentou e apresentará uma preocupação em valorizar a evolução desta gastronomia para o desenvolvimento da comunidade, como também um fator importante para o turismo.

Sendo impossível desconsiderar a cultura como uma das mais importantes motivações das viagens turísticas, pois o turismo é motivado pela busca de atrativos naturais e culturais. Assim, entende-se por “turismo cultural” todo turismo em que o principal atrativo não seja a natureza, mas algum aspecto da cultura humana. Esse aspecto pode ser a história, o cotidiano, o artesanato, a comida típica ou qualquer outro dos inúmeros aspectos que o conceito que a cultura abrange, como destacado.

A cultura deve ser entendida, segundo a visão genérica de Santos (1994, p.23), “como tudo aquilo que caracteriza uma população humana. Não se pode analisar a cultura de forma fragmentada, mas com todos os aspectos de uma realidade social distinta, referindo-se às festas e cerimônias tradicionais, lendas e crenças de um povo, ou a seu modo de vestir, à sua comida, a seu idioma”.

Entenda-se com essas considerações e definições que, para que haja cultura, é necessário existir um ambiente que a determine e influencie, e que as relações entre o homem e o meio ambiente e seus resultados formam uma espécie de ecossistema cultural. Os fatores que originaram a cultura de um povo constituem de seu posicionamento geográfico, de seu lugar na história, da época e das condições do encontro com outras culturas, e das organizações culturais previamente existentes.

2. DESENVOLVIMENTO

No plano de atividades turísticas e, nos serviços de alimentação, entender como funcionam as necessidades das pessoas pode ser uma vantagem competitiva. Um detalhe importante é a busca pelo prazer da alimentação. Diversas pessoas praticam o turismo gastronômico ou, numa associação simplificada, vão as buscas de prazer por meio da comida e da viagem.

A gastronomia é um importante produto turístico. Comporta-se como um importante veículo da cultura popular; possibilita uma percepção da forma como vivem os habitantes de cada região. A cultura alimentar leva em consideração aspectos presentes nos alimentos e que estão além do simples aporte de nutrientes, pois o ato de se alimentar é influenciado pela construção da identidade simbólica dos alimentos.

É nessa perspectiva que Margarita Barretto (2000) salienta, “inúmeras cidades e regiões aproveitam suas raízes, tradições e expressão cultural traduzidas na culinária, oferecendo um produto diferenciado, muito além do simples *souvenir*. Essa possibilidade permite a criação de roteiros gastronômicos, o aproveitamento de recursos locais, a interação e o aumento da percepção do turista em relação a uma localidade ou região”.

O turismo precisa oferecer produtos e serviços com qualidade para poder conectar-se com seus clientes, tendo como um dos vários exemplos, a qualidade nos serviços de alimentação. O fornecimento de alimentação é um investimento, onde as empresas encaram este tema dentro de um conceito social, pois devem atender as necessidades dos clientes. No

turismo, o serviço de alimentação tem importância fundamental, apesar de pertencerem a áreas distintas de conhecimento, possuem uma relação estreita.

Esta associação entre alimentação e turismo ocorre desde a produção dos alimentos-gastronomia, os serviços de alimentação nas localidades turísticas, área de alimentos e bebidas de hotéis, até as refeições servidas no transporte de turistas. A alimentação, presente no cotidiano como fator básico para preservação e/ou manutenção da saúde, também é um elemento primordial no lazer das pessoas, pois o ato de se alimentar é, quase sempre, extremamente agradável e reconfortante. A necessidade de se alimentar não é cultura, mas a escolha que se faz entre comer um peixe escalado ou uma pizza, sim é cultural. Assim a cultura é entendida como manifestações espontâneas, adquiridas e assumidas como modo de vida de um indivíduo ou grupo.

Já a alimentação, do ponto de vista da gastronomia, traduz a culinária, na sua forma mais artística, nos transportando em muitos momentos a uma aula de cultura, sem necessidade de sairmos do nosso cotidiano. A gastronomia importa por criar e definir formulações que simultaneamente propiciam características sensoriais adequadas e atendem às recomendações dietéticas pela Organização Mundial da Saúde. A cultura gastronômica é uma das viagens mais prazerosas que se pode fazer. Descobrir novos ingredientes, novos temperos, outras tradições, outras formas de saborear um mesmo alimento, é uma experiência muito rica. A alimentação e a gastronomia, juntas, buscam o equilíbrio para a saúde, fornecendo prazer no ato de se alimentar e propiciando a socialização de indivíduos e povos. Comer é um ato simbólico cultural.

Durante o café da manhã, muitos turistas já planejam onde vão almoçar, durante o almoço programam o jantar. A diversidade de ofertas de restaurantes e comidas e bebidas típicas, bem apresentadas e em ambientes acolhedores, é uma forte atração. O turismo gastronômico propicia o desenvolvimento de negócios relacionados ao ramo de alimentação, desde a produção de alimentos, dos básicos aos elaborados, até a criação de restaurantes, bares, *hosterias*, entre outros serviços, gerando trabalho, renda e melhorando a qualidade de vida das comunidades, e, conseqüentemente, da cidade. A gastronomia típica considerada patrimônio cultural é muito valorizada pelo turista. Muitas cidades tornaram-se conhecidas e atraentes pelos produtos que oferecem à mesa. Pratos típicos, vinhos, queijos, patês, doces, chocolates, receitas exóticas entre outros produtos alimentares.

A cultura é entendida como conjunto de manifestações espontâneas, adquiridas e assumidas como modo de vida de um indivíduo ou grupo. O homem alimenta-se de acordo

com a sociedade a que pertence. Sua cultura pode definir as opções sobre o que é comestível e as proibições alimentares que ocasionalmente o distinguem de outros grupos humanos.

Comer, em todas as culturas e civilizações é mais do que simplesmente garantir a sobrevivência cotidiana. Comer é um ato simbólico cultural, representa um estilo de vida, aprofunda relações familiares e sociais, enriquece o processo de construção do conhecimento, além de ser uma das maiores delícias da existência, talvez apenas superada pelo sexo ou pela amizade (TRIGO, 2000).

A alimentação de hoje, é fundamentalmente diferente da dos antepassados, que viviam em contato com a natureza, e alimentavam-se de tudo quanto lhes oferecia: animais abatidos, frutas, gramíneas, folhas, raízes... Utilizava-se dos alimentos “in natura”, que lhes forneciam o total de nutrientes neles contidos (MEZOMO, 1994).

Presente no cotidiano como fator básico para preservação e/ou manutenção da saúde, a alimentação também é um elemento primordial no lazer das pessoas, pois o ato de se alimentar é, quase sempre, extremamente agradável e reconfortante. Para Brillat-Savarin (1995):

“O prazer da mesa é a sensação refletida que nasce de várias circunstâncias do fato, do local, das coisas e das pessoas presentes à refeição. É uma particularidade da espécie humana: pressupõe os cuidados precedentes para preparar a refeição, para escolher o local e reunir os convivas”.

A preocupação com a gastronomia e o setor da restauração são enfatizados no sentido de buscar compreender as relações entre esses dois setores e as atividades turísticas, e evidenciar como tais elementos podem contribuir para uma sociedade na qual o turismo é um atividade forte, sustentada por belezas naturais e culturais. Pois como patrimônio cultural, a gastronomia é certamente muito mais do que simples arte culinária. Assume-se também como um importante veículo da cultura popular, ao mesmo tempo em que possibilita uma percepção acerca da forma como vivem os habitantes de cada região, numa dada época.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em decorrência do crescimento e do sucesso do segmento, o turismo e a gastronomia são fatos que reafirmam a vocação turística irreversível, qualificada pelos produtos e serviços prestados, e mantendo sua posição de destaque como a cidade entre os maiores pólos de lazer e alimentação. A identidade da gastronomia típica pode ser considerada um forte atrativo

turístico, e o turismo, como comprova as pesquisas da área é, um grande gerador de emprego e renda. A atividade turística se coloca, hoje, como um filão interessante no desenvolvimento sócio-cultural. Nada mais oportuno do que oferecer ao turista, uma culinária diferente, uma chance verdadeiramente de conhecer novos hábitos alimentares, em vez de limitar-se a sabores já conhecidos.

A diversidade de ofertas de restaurantes, comidas e bebidas típicas quando bem apresentadas e em ambientes acolhedores, é uma forte atração. O turismo gastronômico propicia o desenvolvimento de negócios relacionados ao ramo de alimentação, gerando trabalho, renda e melhorando a qualidade de vida das comunidades, e, conseqüentemente, tornando a cidade conhecida e atraente pelos produtos que oferece à mesa.

É nessa perspectiva que se emprega o termo “turismo cultural-gastronômico”, visualizando-o como oportunidade para o turista refletir sobre sabores e paladares que não os de seu próprio grupo social, alargando, assim, sua visão do mundo cultural.

REFERÊNCIAS

- BARRETTO, M. **Turismo e legado cultural**. Campinas: Papyrus, 2000.
- MEZOMO, I.F.B. **A administração de serviços de alimentação**. São Paulo: Varela, 1994.
- SANTOS, J.L. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense (Coleção Primeiros Passos), 1994.
- SANTOS, R.I.C. dos. **Turismo cultural no sul do Brasil** – O resgate e a revitalização de valores culturais de pequenas comunidades italianas. **Turismo: Visão e Ação**. Ano 3, n 6, abr/set, 2000.
- SAVARIN, B. **A filosofia do gosto**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- TRIGO, L.G.G. **Viagem na memória**: guia histórico das viagens e do turismo no Brasil. São Paulo: SENAC, 2000.