

Algumas perspectivas socioculturais da gastronomia e suas relações com o crescimento de segmentos turísticos

Dolores Martin Rodriguez Corner¹
Elis Regina Barbosa Ângelo²

Instituto Cervantes
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ

Resumo: A alimentação pode ser interpretada a partir da construção da própria história do homem, ou seja, sob vários aspectos, que vão do biológico, sociológico, econômico, religioso, histórico e mesmo cultural, não definindo parâmetros mais ou menos importantes, mas de certa forma reveladores do *habitus* de cada grupo étnico. Esse artigo pretende esboçar aspectos socioculturais de construção da cozinha étnica, traçando o revelar do gosto, das técnicas de preparo e condimentação dos pratos, tentando perceber aspectos decisivos de sua elaboração. Busca analisar especialmente seu poder de atratividade ao considerar um espaço relevante do turismo cultural no que tange principalmente o olhar dos que buscam a gastronomia como arte, prazer à mesa, memória de lugares e sentimentos dos que visitam os lugares de sabor.

Palavras-Chave: Alimentação, gastronomia; turismo; cultura; memória.

1 Construções Históricas da Alimentação

A história da alimentação é a história do homem. A busca de alimentos sempre ocupou um lugar de importância na humanidade, nas relações entre povos, sendo motivo de guerras, disputas e invasões, seja pela fome ou ameaça de fome, pois desde tempos imemoráveis o homem lutou por sua sobrevivência. A mitologia grega registra a ação de Prometeu ao roubar o fogo dos deuses e entregá-lo ao homem, tornando-o um ser divino

¹ Dolores Martin Rodriguez Corner - Doutora em História pela PUCSP, 2011. Mestre em Turismo Ambiental e Cultural Planejamento e Gestão pelo Centro Universitário Ibero Americano (2003), mestre em História pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2005). Lato sensu Idioma Espanhol. UNIBERO (2000). Pesquisadora das áreas de História e Turismo. Atualmente professora no Instituto Cervantes de São Paulo, experiência na área de Turismo, com ênfase em: gastronomia, didática e patrimônio. doloresmrc@hotmail.com.

² Elis Regina Barbosa Ângelo - Doutora em História pela PUCSP. Graduada em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (1997), Mestre em Turismo Ambiental e Cultural Planejamento e Gestão pelo Centro Universitário Ibero Americano (2003) Mestre em História pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2005). Com experiência na área de Turismo, ênfase em Patrimônio e História, atuando principalmente nos seguintes temas: formação superior, coordenação e direção; pesquisa e extensão nas áreas de Turismo, Eventos, Hotelaria, História Social, Gênero e Patrimônio Cultural. Desenvolvimento e Coordenação de cursos de Graduação, Graduação Tecnológica e Pós-Graduação. Pesquisadora das áreas de História, Sociedade e Turismo. Professora Adjunta nos cursos de Bacharelado em Turismo da UFRRJ e na Licenciatura em Turismo no Consórcio CEDERJ/ EaD. contato: elis@familiaangelo.com

conhecedor do segredo dos deuses e passando a ser artífice da civilização.³ Viabilizando o preparo dos alimentos, antes consumidos crus. Ao colocar alguns legumes em água para ferver, o homem inventou o primeiro prato, a sopa. O homem passou de “caçador a *gourmet*”⁴, conforme destacou Franco, e a alimentação foi assim considerada um produto da cultura. O alimento passou a ser preparado e condimentado segundo cada cultura para satisfazer além da necessidade de sobrevivência do homem, o seu paladar, o seu gosto. Também começou a criar utensílios variados para armazenar e para facilitar o preparo do alimento, seja para grelhar, assar, fritar ou cozinhar. “A cozinha pode ser compreendida como um processo de civilização, que tenta integrar os alimentos silvestres na cultura e ao modificá-los atua como mediadora entre a natureza, cultura, sociedade e universo”.⁵

A natureza oferece os ingredientes que após os procedimentos de preparo e aromatização se tornam um alimento. Assim; do cru ao cozido, assado ou frito, após processado o alimento não é mais natureza e sim cultura, representando a própria alma de um povo: “Cada época da história modifica o que se põe no fogão e cada povo come segundo sua alma, antes talvez que segundo seu estômago.”⁶ Portanto, o homem não come apenas para saciar a fome, pois a alimentação tem significados múltiplos, “por ser o ato de comer uma necessidade psicológica e não só fisiológica.”⁷ O homem come também por prazer, por hábitos adquiridos, uma vez que a alimentação não é somente nutrição, sobrevivência, mas também é prazer, sabor e memória.

A cozinha faz parte do imaginário das pessoas, sendo uma construção simbólica por fazer parte dos hábitos, é também herança cultural, tornando-se difícil mudar as tradições recebidas da mãe ou da avó, pois embora ela se transforme lentamente, torna-se inseparável da cultura.

As mensagens codificadas pela alimentação podem ser notadas nas relações sociais existentes, como as classificações e as divisões de inclusão e exclusão.

Os fatores que interferem na escolha e preparo dos alimentos, são marcadamente culturais. “Na alimentação o homem biológico e o homem social ou cultural estão

³ MONTANARI, Massimo. *La comida como cultura*. Gijón: Ediciones Trea. 2004.p.32

⁴ FRANCO, Ariovaldo. *De caçador a gourmet*. São Paulo: Ed. SENAC. 2001.

⁵ BOURDIEU, Pierre. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus. 1988. p. 218

⁶ BAZÁN, Emilia Pardo. In: QUEIROZ, Maria José. *A Comida e a Cozinha*. Iniciação à Arte de Comer. Rio de Janeiro: Ed. Forense Universitária, 1988. p.128

⁷ RITCHIE, Carlson I.A. *Comida y Civilización*. Madrid: Alianza Editorial. 1986. p.12.

estritamente ligados e reciprocamente implicados, já que nesse ato pesa um conjunto de condicionamentos múltiplos.”⁸ Os diversos condicionamentos de ordem social, biológica, econômica, ambiental, entre outros, formam um sistema de representações do grupo.

No diálogo estabelecido entre a História Cultural e as diversas áreas de estudos como a Antropologia, a Sociologia, a Filosofia e outras, a questão da alimentação pode ser mais facilmente compreensível como representação e como símbolo. As festas são representações, momento em que afloram “esquemas intelectuais, que criam as figuras graças às quais o presente pode adquirir sentido, o outro tornar-se inteligível e o espaço ser decifrado”.⁹

Os estudos culturais se expandiram recentemente, e com este advento tornou-se possível um aprofundamento nos estudos das diversas manifestações culturais, dos costumes, do cotidiano, o chamado estudo “porta a dentro”. Entre estas manifestações, a cozinha de maneira especial é reveladora de traços que vêm de outras épocas, permeada que se encontra pela história e geografia do lugar.

*... la cocina es un acto cultural central, influido por saberes, preceptos religiosos, clima, condiciones de vida, acceso a productos básicos, permeabilidad ante influjos de civilizaciones tal vez exóticas y características de un poema: emoción, medida, aroma, capacidad de excitar, investigación a vivir apasionadamente.*¹⁰

A cozinha é cultural, os hábitos alimentares e o gosto são transmitidos de geração a geração de maneira inconsciente, empírica, seja na escolha, na técnica de preparo ou no modo de servir os alimentos, desde a classificação, produção, colheita, conservação, preparo e consumo dos alimentos. Reproduz normas básicas, habilidades e regras culinárias que se interiorizam e refletem nas particularidades de atuação de cada grupo em sua alimentação: “o homem é um animal onívoro que se nutre de carne, de vegetais e do imaginário: na alimentação o homem biológico e o homem social ou cultural estão estreitamente ligados e reciprocamente implicados”.¹¹

⁸ SCHLUTER, Regina. *Gastronomia e Turismo*. São Paulo: Ed. Aleph. 2003.p.16

⁹ CHARTIER, 1990.p.17.

¹⁰ JAMAL, Salah. *Aroma árabe. Recetas y relatos*. Barcelona: Editorial Zendera Zariquiey. 2004. p. 12

¹¹ FISCHLER, Claude. *Presentation. Communications*. n°31. Seuil. Paris.1979.p.1.

O gosto formado na infância permanece na memória e tem um sabor todo especial. “Memórias obstinadamente fiéis ao maravilhoso tesouro dos sabores da infância, sabores da felicidade perdida, doces sabores do passado”.¹²

As palavras: gosto, paladar e sabor apresentam diferenças sutis em seus significados e às vezes se confundem, podendo ser consideradas como sinônimos, conforme o contexto em que são empregadas. Portanto, gosto tem o sentido pelo qual se percebe o sabor das coisas; enquanto o termo sabor emprega a impressão que as substâncias produzem na língua ou propriedade que tem tais substâncias de impressionar o paladar. Já o termo paladar tem o sentido anatômico de palato, a região anatômica do céu da boca, sensível ao sabor. O gosto ou paladar define para um grupo social suas escolhas, impõem-se quando se tratam de hábitos às demais manifestações culturais. “É indispensável ter em conta o fator supremo e decisivo do paladar, pois para o povo não há argumento probante, técnico, convincente contra o paladar”.¹³

Considera-se a cultura como resultado da interação da sociedade com o meio ambiente, formada pelos conhecimentos, atitudes, hábitos adquiridos, mesmo porque um modifica o outro, a cultura e o meio ambiente. Assim, alimentar-se se torna um hábito para atender às necessidades de sobrevivência, enquanto cozinhar é um ato cultural, pois nele o homem faz suas escolhas, rejeições ou aceitações, segue procedimentos baseados nos preceitos dos antepassados, pelo gosto já condicionado na infância.

Se a alimentação forma o ser biológico de dentro para fora, do invisível, do orgânico ao visível da pele, a alimentação o forma de fora para dentro, do visível do signo, ao invisível da consciência, determinando a identidade social.¹⁴

Os alimentos têm usos e consumo condicionados a códigos e regulamentos de caráter sociocultural, pois são estruturados pela cultura a que pertencem. Assim, existe uma base estabelecida pela origem e pela família na formação do gosto, definindo o hábito que será mantido ou não, pois as experiências ocorrem e o hábito alimentar vai incorporando outros sabores. Mesmo porque a herança étnica pode ser semelhante ou

¹² CERTEAU. Michel de. *A invenção do cotidiano 2: morar, cozinhar*. Petrópolis: Ed.Vozes, 1998. p.255.

¹³ CASCUDO, Luis da Câmara. *História da Alimentação no Brasil*. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia/USP, 1983. (1963). p.19

¹⁴ LIFSCHITZ *apud* MENESES, CARNEIRO. 1997.p.17.



idêntica em muitos casos, mas pode resultar diferente conforme a pessoa, ou seja, na maneira como se relacionam as pessoas entre si.

Os ingredientes que compõem a mesa são, em geral, os abundantes no lugar, mesmo porque, a alimentação é resultado das relações entre a paisagem e o mercado de um lugar em que o homem transforma os produtos da natureza em consumo, o que propicia uma análise entre paisagem, terra e cozinha de um lugar.

Portanto, o ato de cozinhar sofre influência dos saberes, dos preceitos religiosos, das condições sociais, permite o acesso a produtos básicos e a ingredientes especiais, do preparo e dos condimentos que dão o odor próprio, o sabor. O aspecto religioso das culturas faz parte desta interpretação, pois afeta diretamente os costumes por conter uma série de preceitos do valor simbólico em torno da alimentação. A religiosidade é também alimento nos preceitos que determinam o que pode e o que não pode conter o prato de muçulmanos, indianos ou cristãos, como a vaca sagrada na Índia, o porco proibido na mesa de judeus, etc.

A simples análise dos símbolos exteriores presentes nas escolhas dos alimentos permite ao observador compreender costumes e tradições de fora para dentro, do visível ao invisível. Assim, entende-se que a cultura determina o paladar atuando na escolha dos alimentos, e não somente as necessidades fisiológicas de sobrevivência como de início possa parecer. A comida desperta o imaginário das pessoas e muitas vezes atrai pela apresentação do prato, mas a comida da memória, aquela experimentada na infância é a que fica e a que marca o gosto. “O gosto é uma construção, um campo de trabalho e não um conjunto de sensações puramente naturais, ao contrário, ele é a própria mobilização da naturalidade das sensações através do trabalho de composição”.¹⁵

A cozinha como a gastronomia pode ser percebida pelos sentidos, entre eles o olfato e os cheiros se tornam marcantes e inesquecíveis, sempre presentes no dia a dia de cada um, rememorando os pratos da infância.

O gosto definido como: “Um produto cultural, resultado de uma realidade coletiva e partilhável, em que predileções e as excelências se destacam não de um suposto instinto

¹⁵ A palavra *sapiction*, designa o que se sente através do paladar, a percepção do sabor, ao passo que *goût* é o resumo de várias experiências sensíveis, não limitadas ao paladar, encontrada no diálogo com Hervé This. *Traité élémentaire de cuisine*. Paris: Éditions Belin, 2002 *apud* DÓRIA, Carlos Alberto. *Estrelas no céu da boca*. São Paulo: Ed. SENAC. 2006. p. 79

sensorial da língua, mas de uma complexa construção histórica”.¹⁶ Assim sendo, o gosto é próprio de cada cultura, enquanto os sabores estão gravados na memória e resultam da cultura, da história e geografia de cada povo.

As formas de preparo e de consumo das comidas fazem parte de um sistema de relações sociais. Os sabores são apropriados em maior ou menor escala pelas diversas culturas na elaboração dos pratos, havendo entre as culturas: ocidental e oriental, grandes diferenças. Por ser movido por estímulos sensoriais, visuais, olfativos, gustativos e afetivos, o gosto tem um sentido cultural, pois os sabores aprendidos são próprios, por pertencimento. É possível identificar uma cozinha, pelo odor dos ingredientes, dos condimentos, do mesmo modo que a falta de um condimento pode comprometer o perfume e o sabor do prato, como por exemplo, o molho de tomates sem orégano ou *paella* sem açafrão. Ao buscar reconstruir a história do gosto “o século das luzes, surge com o rompimento com o modo tradicional de se alimentar e a descoberta da noite, surgindo o prazer de consumir, substituir o tempo da natureza pelo tempo da cultura”.¹⁷

Pode-se dizer que o gosto, paladar e cheiro deixam de ser apenas reações orgânicas e estímulos analisados pela biologia, para adquirirem um sentido cultural, mesmo porque o preparo dos alimentos revela um conjunto de conhecimentos próprios de cada cultura. O alimento pode produzir aceitação ou recusa, em relação ao odor, forma e consistência do prato devido a fatores determinantes baseados na cultura. No final das exclusões e das escolhas, o alimento escolhido, permitido e preferido, nada mais é que: “o lugar do empilhamento silencioso de toda uma estratificação de ordens e contra ordens que dependem de uma etno-história, da biologia, da climatologia, da economia regional, da invenção cultural e de uma experiência pessoal”.¹⁸

A transmissão da cozinha é feita de geração a geração e pouco existe a tradição da escrita de receita dos pratos, principalmente em tempos antigos, o que dificulta a

¹⁶ MONTANARI, 2008. p.11.

¹⁷ CAMPORESI, Piero. *Hedonismo e exotismo: a arte de viver na época das Luzes*. São Paulo: UNESP, 1996.

¹⁸ Na Idade Média, os diferentes alimentos eram descritos a partir de nove sabores simples: acre ou azedo, amargo, salgado, gorduroso, doce, insípido, ácido, austero e acerbo. Os japoneses acrescentaram aos quatro sabores básicos do ocidente o *unami*, relativo ao glutamato, que serve para realçar o sabor dos alimentos, enquanto os chineses enumeram cinco sabores simples: o doce, o salgado, o ácido, o amargo e o acre. Já os tailandeses consideravam oito os sabores acrescentando aos quatro básicos os sabores: apimentado ou picante, adstringente, insípido e gorduroso, facilmente perceptíveis pelo paladar asiático, mas de difícil definição aos ocidentais. GOMENSORO, Patricia de. *Percepção imaculada*. Disponível em: <www.malagueta.com.slog.com.br>. Consultado em 16/10/2008.

investigação. A elaboração dos pratos é automática parecendo gravada na memória faz partes dos hábitos recebidos de gerações passadas e que serão transmitidos aos da próxima geração.

Se perguntados por receitas, não só os imigrantes espanhóis entrevistados, como aqueles que nunca se afastaram de seu país de origem, a resposta coincide, ou seja, a prática de anotar as receitas em cadernos inexistente.

Por não haver o hábito de registrar os procedimentos culinários, esta ausência dificulta repetir o prato em outro contexto. Muitas vezes, a pouca escolaridade, principalmente das mulheres, aliada a falta de hábito impedia a manutenção de um caderno de receitas, ou se existiram alguns, foram deixados no país de origem. A elaboração da comida é automática, faz parte dos seus costumes e hábitos feita pela tradição oral empiricamente. Os hábitos e valores impregnados em uma cultura, bem como a interpretação do social e do cultural possuem uma lógica própria, um motivo, uma mensagem, passíveis de leituras.

O pensamento referido explica os papéis de memória e de história, pois enquanto a memória instala a lembrança do sagrado, a história a liberta.

2 Reflexões Metodológicas acerca da Atratividade dos “sentidos” da memória: percepções do gosto

A criação, arte e manipulação do gosto permeiam a tênue relação com a formação social dos indivíduos. A análise se baseia em pesquisa exploratória bibliográfica com especial atenção a valor simbólico¹⁹ na elaboração de percepções de escolha social e culturalmente caracterizada.

Seguindo essa hipótese, o gosto pode ser evidenciado como representação cultural das classes sociais²⁰ e orientam as escolhas diante de um universo talhado nas possibilidades individuais e coletivas.

Para uma relação dialógica entre os pensamentos de escolha e valor, temos as premissas de Bourdieu (2000) e Marx (1973) na qual a satisfação é possibilitada mediante o valor

¹⁹ BOURDIEU, Pierre. 2000.

²⁰ SILVA, WRIGHT. 2005.

socialmente atribuído ao bem, quando indivíduos “escolhem” pagar pelo valor agregado aos produtos.

Nessa questão, o valor atribuído a determinadas representações do gosto só são possíveis por meio de seus significados social e culturalmente representados na relação capital e simbólica.

A percepção do gosto é tangenciada pela construção social dos indivíduos num espaço e tempo de consumo típico de uma forma de classificação do ser social que abrange a identidade versus a padronização.

Essa padronização é uma forma de estabelecer vínculos dentro de um sistema social de trocas que ora simbolizam expressões e marcas culturais, ora apenas se diluem na mercantilização mundial do consumo em moda.

Em contrapartida, na busca do poder de atratividade dos espaços e segmentos gastronômicos, a memória dos lugares parece intimamente ligada aos sentimentos, sensibilidades e sabores. “Os lugares de memória nascem e vivem do sentimento que não há memória espontânea, que é preciso criar arquivos, organizar celebrações, manter aniversários, pronunciar elogios fúnebres, notariar atas, porque estas operações não são naturais”²¹

Considerando as sensibilidades, contrapondo-se à ideia de capital e de valor agregado, esses arquivos, lugares de memória, são uma forma de buscar nas lembranças os sentidos e o próprio sentimento do momento exato em que as experiências foram definidas. Quando há o retorno ao lugar, ao espaço ou até mesmo às sensações, a memória é ativada e o retorno aos sentimentos parece definido a partir de uma operação imagética temporal.

As sensações definem o retorno às experiências que, boas ou ruins são retomadas com os sabores, cheiros e sons. Muitas pessoas sentem o retorno aos lugares cristalizados na memória pelo simples fato de rememorarem por meio de imagens, sons e cheiros os lugares visitados.

O sentido do gosto pode ser compreendido dentro do universo simbólico dos grupos sociais, nos quais se pode dizer que estão condensados os seus significados e sentidos por meio de símbolos, que, dentro do grupo possui uma intencionalidade de traços

²¹ NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Projeto História*. São Paulo: PUC-SP. N.º 10, p. 13. 1993.

normativos, ou valores intrinsecamente ligados. “Esse sentido é descrito nas ideias e valores de grupos específicos como um *ethos* de indivíduos pertencentes à mesma sociedade.”²² O gosto é um sistema simbólico que compartilhado pelo grupo realça estilos, formas e sentimentos comuns.

Apesar da troca mundial de produtos alimentícios, bem como a divulgação e modelo de hábitos, costumes alimentares e traços culturais gastronômicos, a ampliação desse movimento seria consequência do desenvolvimento de uma cozinha mundial ²³, que além de modificar as práticas alimentares das mais variadas sociedades vão determinando novos comportamentos que, apesar dos traços locais mantém certa proximidade com um elo comum entre sociedades distintas.

Os sabores, hábitos e costumes são incorporados na vida cotidiana das pessoas por meio do lazer, do turismo e mesmo do comportamento de comer fora, usando restaurantes de gastronomia diversificada como novos hábitos individuais e familiares. O sentido do gosto vai seguindo uma modificação que Goody chama de comportamento da *world cuisine*. A gastronomia enquanto segmento vai aprimorando tanto a *world cuisine* quanto as cozinhas regionais e étnicas e ampliando seu público que, além de turistas, visitantes, moradores e simpatizantes vão definindo novos olhares em outros segmentos como televisão, *reality shows* entre outros.

Algumas personalidades que começaram a demonstrar a comida como personagem ganham força dentro e fora da televisão. Alguns exemplos como o *Chef Gordon Ramsay*, que com seus programas de televisão promove um verdadeiro evento gastronômico está ganhando força na busca pelos sabores dos lugares como um modismo mundial.

Carlo's City Hall Bake Shop, outro emergente formador de opiniões gastronômicas da televisão também dá um toque de requinte na decoração de bolos, pães e tortas com seus programas de show gastronômico. Ao demonstrar como faz bolos decorados e os vende em sua padaria em *New Jersey*, ele e a família de italianos e descendentes dão um toque étnico ao bairro onde cresceram. No programa *Cake Boss*, programa, há uma deliciosa junção de bom gosto, requinte e bom humor, tratando dos pratos com sentimento,

²² BERGER, Peter. LUCKMANN, Thomas. *A Construção Social da realidade: tratado de Sociologia do Conhecimento*. RJ: Vozes, 1978. 4ª edição.

²³ GOODY, Jack. *Cooking, cuisine and class*. Cambridge, Cambridge University Press, 1982.

prazer, dedicação e vida cotidiana. O toque especial de sensações, sentimentos e gostos se encontra intrinsecamente ligado à venda de “sabores” no local.

Outros programas de chefs e gastronomia estão em alta em alguns canais da *discovery communications* e vão formando novos apreciadores dos sabores das localidades. A harmonia entre sabor e bom gosto das singularidades de cada povo confere um toque especial à busca pela informação, conhecimento e também por novos padrões de gostos em crescente divulgação dessa *world cuisine*.

Essas novas percepções da massificação da informação criam, de certa forma, novos consumidores, mais seletivos e exigentes quanto aos sabores, aspectos, visuais e apresentação dos pratos. A percepção do gosto vai alterando-se com a quantidade de elementos dessa nova cozinha e também pela oferta de produtos cada vez mais atraentes.

O turismo cultural amplia seus segmentos e espaços no que se refere à busca de segmentos gastronômicos, especificidades de sabores, odores, visuais, e ao mesmo tempo, dando novos passos no aperfeiçoamento dos grupos dentro do segmento. Restaurantes do mundo todo começam a maratona para acompanhar toda a informação desses novos turistas cada vez mais convencidos da relevância do sabor da viagem. O olhar para o gosto aprimorado na apresentação visual aos poucos define aspectos de seleção dos lugares a serem visitados.

Imagem 1: *Pêra à Belle Hélène*²⁴



²⁴ Imagem de sobremesa *Pêra à Belle Hélène*. Restaurante Afrânio, Araras, Petrópolis, RJ. Disponível em: <<http://www.afraniorestaurante.com.br/cardapio.html>>. Pesquisa efetuada em 15/02/2012.

Nas imagens criadas pelos sentidos tem-se a sensação de experimentar um prato saboroso, especialmente pela apresentação visual, na escolha dos ingredientes e na própria construção social do mesmo. A gastronomia propõe isso ao incorporar aos seus restaurantes os novos sentidos dos pratos, onde o prazer à mesa vem da escolha dos ingredientes certos.

Esses sentidos são descritos como *ethos*, conforme dito anteriormente, no que se refere ao pertencimento à sociedade, considerando o gosto como um sistema simbólico que realça estilos, formas e sentimentos comuns.

A formação do gosto se inicia na infância, em geral pela mãe, ou de quem prepara os alimentos, e vai assim condicionando o paladar e direcionando-o, ficando marcado na memória, abrindo as portas ao longo da vida para as lembranças tornando relevante o papel feminino na transmissão dos hábitos e na formação do gosto.

A participação das mulheres na formação do gosto inicia-se com a compra dos ingredientes, com o preparo e condimentação do alimento, causando um condicionamento e um hábito. “A cozinha, tanto ou mais que a língua está organicamente ligada à cultura dos povos e se destaca o papel das mulheres na transmissão das tradições religiosas, culturais e alimentares”.²⁵

O gosto vai depender das ofertas de alimentos e ingredientes feitas na infância, cuja aceitação ou recusa alimentar está ligada aos valores impostos pela própria cultura, segundo o que foi condicionado, portanto ele não é imposto por um governo ou grupo social.

Come-se, o que a mãe prepara e coloca no prato, geralmente gostamos daquilo que ela gostava, do doce ou do salgado, da geléia de manhã ou dos cereais, do chá ou do café, do azeite de oliva (quem é provençal) dos *gaffelbitter* (quem é escandinavo), de tal forma que é mais lógico acreditar que comemos as lembranças, as mais seguras, temperadas de ternura e de ritos que marcaram a primeira infância.²⁶

A memória cultural permite que não se apaguem as lembranças, os cheiros e o paladar dos pratos da infância. “A importância da memória dos sabores da infância na formação do gosto estará presente por toda a vida.”²⁷

²⁵ BALTA. p.54.

²⁶ L.Moulin. In. CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano 2: morar, cozinhar*. Petrópolis: Ed.Vozes. 1998. p.249.

²⁷ DUCASSE. 2004. p.189.

Considerações finais

O gosto desenvolvido em família, nos lugares de origem, servidos nos pratos elaborados pelas mães com ingredientes abundantes no lugar, permanecem na memória e quase sempre requerem o degustar dos mesmos. Em caso de emigração, por muito tempo estes pratos vão estar presentes às mesas, mesmo em outros países. Muitos destes pratos regionais fazem parte da gastronomia, da cozinha do prazer, do requinte elaborada pelos chefes conceituados das idades.

A gastronomia se constitui em um dos segmentos do turismo cultural que mais se desenvolveu ultimamente. Muitas pessoas viajam com um objetivo definido, satisfazer seu paladar, não se importando com os gastos e as horas de longa espera em aeroportos, tão somente para satisfazer o prazer de provar seu prato predileto, como uma *paella* em Madri, um *escargot* em Paris ou um bacalhau ao Zé do Pipo em Lisboa. Nem sempre os ingredientes viajam, ou quando o fazem, sofrem alterações em seu gosto ao serem utilizados na culinária, como acontece com os pescados galegos após congelamento e com as trufas servidas após um determinado tempo de seu desenraizamento.

Os diversos restaurantes de cidades oferecem em seus cardápios os sabores que os turistas procuram, mas nem sempre estes pratos estão nas zonas ditas turísticas das cidades e sim são encontrados em outros bairros frequentados pela população local. Mas é possível desfrutar da gastronomia local e também da gastronomia étnica em cidades que possuem uma variedade destes restaurantes.

Através dos muitos restaurantes, o turismo propicia uma arrecadação não só aos mesmos, mas também aos moradores locais que preparam as comidas de rua, de bares e de botecos como o acarajé na Bahia, o pastel de feira de São Paulo e muitos outros que se tornam atrativos aos que viajam. As sensações relacionadas à alimentação vão permear a vida das pessoas seja em suas cidades, ou em suas viagens.

As viagens ganharam o elemento gastronômico como sendo um dos mais relevantes condicionados à busca pela localidade. Os motivos da viagem na maioria das vezes incluem esse segmento. Os sabores, sentidos e sensações das viagens vão aos poucos traçando um novo perfil de turistas e visitantes e ganhando força na construção de novos segmentos turísticos. Os clientes apresentam novos olhares sobre a comida, o prato, a construção dos sabores, ingredientes e visuais. No entanto, a construção do gosto passa

pelas premissas do valor simbólico, do capital, das classes do gosto e mesmo da padronização, concebidos num universo social de trocas e sensações diante do consumo de massa.

As informações aos poucos modificam os sentidos, garantindo com isso a necessidade cada vez maior de desempenho dos restaurantes e também da aproximação de elementos identificadores de memória, história e singularidades das localidades por meio dos seus mais variados sabores.

A gastronomia com isso gera um novo perfil de clientes, mais informados, exigentes e seletivos no paladar e na apresentação visual. Indiferente da classe, os gostos são aprimorados e os sentidos caminham juntos com esse novo perfil. Os sabores agora marcam seu território na busca de novos e atentos olhares.

A forma de garantir a classificação social delimita o gosto, mas este exerce uma influência significativa na construção do olhar, não deixando de lado a formação do sujeito social dentro de um universo de representações simbólicas.

As expressões contidas nas escolhas são definidas pelo sujeito social mediante sua “zona” de opções, coletivamente pela classe e pela formação dentro de uma sociedade de consumo e de percepções organizadas em seu mundo de traços culturais.

Os segmentos de turismo são construções tangenciadas pelos novos sujeitos de uma sociedade definida pelo capital e pela representação simbólica do valor atribuído aos objetos.

Novos e criativos signos se criam na necessidade do consumo de produtos assertivos, que “definem” papéis e necessidades de clientes cada vez mais exigentes num mercado cada vez mais competitivo.

A definição do produto perpassa todas as relações de poder e satisfação, mas ainda são criadas a partir de necessidades carregadas de simbologias e trocas econômicas geradas pelo capital.

Referências

BALTA, Paul. *Beber y comer en el Mediterráneo*. Madrid: Programa de Publicación del Servicio de Cooperación y Acción Cultural de la Embajada de Francia en España. 2007.

BAZÁN, Emilia Pardo. In: QUEIROZ, Maria José. *A Comida e a Cozinha*. Iniciação à Arte de Comer. Rio de Janeiro: Ed. Forense Universitária, 1988.

BERGER, Peter. LUCKMANN, Thomas. *A Construção Social da realidade: tratado de Sociologia do Conhecimento*. RJ: Vozes, 1978. 4ª edição.

BOURDIEU, Pierre. *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo, Perspectiva, 2003.

BOURDIEU, Pierre. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus. 1988.

BOURDIEU, Pierre. *Les structures sociales de l'économie*. Paris, Éditions du Seuil, 2000.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2002.

CAMPORESI, Piero. *Hedonismo e exotismo: a arte de viver na época das Luzes*. São Paulo: UNESP, 1996.

CASCUDO, Luis da Câmara. *História da Alimentação no Brasil*. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia/USP, 1983.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano 2: morar, cozinhar*. Petrópolis: Ed. Vozes. 1998.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano 2: morar, cozinhar*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1998.

CHARTIER, Roger. *A História Cultural entre práticas e representações*. Rio Janeiro. Difel/ Bertrand, 1990.p.p.16-17.

DÓRIA, Carlos Alberto. *Estrelas no céu da boca*. São Paulo: Ed. SENAC. 2006.

DUCASSE, Alain. *Diccionario del amante de la cocina*. Buenos Aires: Paidós. 2004

FISCHLER, Claude. *Presentation. Communications*. nº31. Seuil. Paris.1979.

FRANCO, Ariovaldo. *De caçador a gourmet*. São Paulo: Ed. SENAC. 2001.

GOMENSORO, Patricia de. *Percepção imaculada*. Artigo disponível no site <www.malaguetacom.slog.com.br> Consultado a 16/10/2008.

GOODY, Jack. *Cooking, cuisine and class*. Cambridge, Cambridge University Press, 1982.

JAMAL, Salah. *Aroma árabe. Recetas y relatos*. Barcelona: Editorial Zendera Zariquiey. 2004.

MARX, Karl. *El capital. Crítica de la economía política*. Fondo de Cultura Economica, México, 1973.

MONTANARI, Massimo. *El mundo en la cocina. Historia, identidad, intercambio*. Buenos Aires: Paidós Diagonales, 2008.

MONTANARI, Massimo. *La comida como cultura*. Gijón: Ediciones Trea. 2004.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Projeto História*. São Paulo: PUC-SP. N° 10, 1993.

RITCHIE, Carlson I.A. *Comida y Civilización*. Madrid: Alianza Editorial. 1986.

SCHLUTER, Regina. *Gastronomia e Turismo*. São Paulo: Ed. Aleph. 2003.

SILVA, Elizabeth B.; WRIGHT, David. The judgement of taste and social position in focus group research. In *Sociologia e ricerca sociale*, n. 76-77, 2005.

Referências Eletrônicas

GOMENSORO, Patricia de. *Percepção imaculada*. Disponível em: <www.malagueta.com.slog.com.br>. Consultado em 16/10/2008.

AFRÂNIO RESTAURANTE. *Pêra à Belle Hélène*. Disponível em: <<http://www.afranio restaurante.com.br/cardapio.html>>. Pesquisa efetuada em 15/02/2012.