



**INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO  
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO  
PROFISSIONAL EM TURISMO**



**LUARA LÁZARO GOMES DOS SANTOS**

**NARRATIVAS CULINÁRIAS DA CIDADE MÃE DE SERGIPE: A  
REPRESENTAÇÃO DAS IDENTIDADES ALIMENTARES NA COMUNICAÇÃO  
TURÍSTICA DE SÃO CRISTÓVÃO/SE**

**ARACAJU/SE  
2022**

LUARA LÁZARO GOMES DOS SANTOS

**NARRATIVAS CULINÁRIAS DA CIDADE MÃE DE SERGIPE: A  
REPRESENTAÇÃO DAS IDENTIDADES ALIMENTARES NA COMUNICAÇÃO  
TURÍSTICA DE SÃO CRISTÓVÃO/SE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado  
Profissional em Turismo do Instituto Federal de  
Sergipe, como requisito para obtenção do título  
de Mestre em Turismo.

Linha de Pesquisa: Gestão de Destinos  
Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação  
(DTPI)

Orientador: Prof. Dr. Denio Santos Azevedo

ARACAJU/SE  
2022

### **Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

S237e Santos, Luara Lázaro Gomes dos

Narrativas culinárias da cidade mãe de Sergipe: a representação das identidades alimentares na comunicação turística de São Cristóvão/SE / Luara Lázaro Gomes dos Santos – Aracaju: PPMTUR / Instituto Federal de Sergipe, 2022.

306f.: il. color.

Orientador: Denio Santos Azevedo

Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo Profissional)

1. Turismo cultural. 2. Culinária identitária. 3. Memórias gustativas. 4. Representação identitária. 5. Comunicação turística. I. Título. II. Azevedo, Denio Santos. III. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe.

CDU: 338.48

LUARA LÁZARO GOMES DOS SANTOS

**NARRATIVAS CULINÁRIAS NA CIDADE MÃE DE SERGIPE: A  
REPRESENTAÇÃO DAS IDENTIDADES ALIMENTARES NA COMUNICAÇÃO  
TURÍSTICA DE SÃO CRISTÓVÃO/SE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado  
Profissional em Turismo do Instituto Federal de  
Sergipe, como requisito para obtenção do título  
de Mestre em Turismo.

Aprovado em: 18 de maio de 2022

---

Orientador: Dr. Denio Santos Azevedo (Presidente)  
Universidade Federal de Sergipe – UFS

---

1º Examinador: Dr. Lício Valério Lima Vieira (Membro Interno)  
Instituto Federal de Sergipe – IFS

---

2º Examinador: Dr<sup>a</sup>. Geruza Aline Erig (Membro Externo)  
Instituto Federal do Tocantins

---

3º Examinador: Dr<sup>a</sup>. Rosana Eduardo da Silva Leal (Suplente)  
Universidade Federal de Sergipe – UFS



## **CESSÃO DE DIREITOS**

É concedido ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR), do Instituto Federal de Sergipe (IFS), responsável pelo Curso de Mestrado Profissional em Turismo, a permissão para disponibilizar, reproduzir e/ou emprestar cópias deste trabalho. À autora reserva-se outros direitos de publicação, e nenhuma parte deste trabalho de conclusão de curso pode ser reproduzida sem autorização por escrito do autor.

---

Luara Lázaro Gomes dos Santos  
Instituto Federal de Sergipe – IFS

---

Dr. Denio Santos Azevedo  
Universidade Federal de Sergipe – UFS

À ancestralidade, mulheres negras que vieram antes de mim, compartilharam lutas e conquistas do feminino e do povo negro, abrindo portas para que eu aqui chegasse e tanto conquistasse. Somos resistência!

## AGRADECIMENTOS

Hoje se encerra um período de muito aprendizado, sobretudo no âmbito pessoal, o qual foi marcado por muitos desafios. Enfrentá-lo ante a perda de uma das pessoas mais essenciais da minha existência, assim como em meio a uma pandemia, contribuiu para que essa fase fosse tão penosa. Apesar de íngreme e instável, esse caminho foi permeado por muitas belezas e frutíferos encontros, e é a essas pessoas com as quais cruzei, a quem quero prestar agradecimentos aqui.

Primordialmente, agradeço ao Senhor de todas as coisas, àquele que me sustenta e me cobre de bênçãos. Papai, essa conquista é resultado da sua presença constante no meu viver, não somente em decorrência da capacidade intelectual e cognitiva que me presenteaste, mas pelas pessoas que colocastes no meu caminho, por afastar-me do que me adoecia, por iluminar meus planos e me encher de esperanças de que os vossos desígnios são perfeitos.

Sou muito grata também a um alguém que não se faz mais presente fisicamente entre nós, mas que foi presença constante durante todo esse momento de vida. À você, Miroca, eu agradeço pelo amor, incentivo e cuidado de sempre. Você é parte indissociável de mim, perpetuada na memória e nas ações. A você devo muito do que eu sou e conquistei. Quantas vezes conversamos sobre o meu sonho em cursar o mestrado? Quantas vezes me incentivou a vivê-lo? Eu te amo intensamente. Você me faz muita falta!

Aos meus pais e irmãos, eu sempre serei grata por impulsionarem meus sonhos, mesmo quando não compreendem a amplitude deles. Em especial, agradeço à minha mãe, Marlene, e ao meu irmão mais novo, Lucas, que são as partes mais lindas de mim. Eu sou enormemente grata a vocês dois por viverem esse momento comigo, inclusive me transportando para o campo, e em muitos momentos financiando a pesquisa (kkkk), dando-me injeções de ânimo e incentivo desde a seleção. Amo vocês com toda a intensidade e verdade do meu coração.

Agradeço ao Instituto Federal de Sergipe (IFS), em particular à Pró-Reitoria de Pesquisa e Extensão (PROPEX), pelo financiamento a esta pesquisa, o que me permitiu cursar o mestrado com bolsa de estudos, contribuindo para um melhor desempenho acadêmico-científico, principalmente durante a pesquisa de campo, período no qual os recursos foram salutareos para a realização da investigação ora proposta, assim como para valorização do tempo dispendido e ofício dos produtores de alimentos e bebidas participantes deste estudo.

Ao Programa de Pós-graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR) do IFS, através da sua coordenação, corpo docente e discente, declaro minha gratidão. Em especial,

sou grata ao prof. Lício Valério pelo suporte e apoio, à Eunice que é a alma do PPMTUR, e aos colegas da turma 2019, os quais foram suporte, parceria e cooperação desde o primeiro momento. À Adina e Ylnah, minha enorme gratidão pelas excelentes e constantes trocas, além de todo incentivo para a fundação da Hável Consultoria Acadêmica, dando o primeiro passo para profissionalizar o que era realizado de modo totalmente informal.

À Ylnah também sou grata pela elaboração das figuras dispostas neste trabalho de conclusão de curso. À Alysson e Cecília, da turma 2020 do PPMTUR, que se tornaram verdadeiros amigos, sou grata pela amizade. Aly, muito obrigada pelo suporte, assim como pelas imagens em 3D da expografia presentes no projeto da exposição fotográfica fruto desta pesquisa. A Ceci, por quem nutro imenso carinho, eu agradeço por ser minha maior parceira durante a pesquisa e companhia inseparável no último ano do mestrado. Obrigada por se dispor a me acompanhar, registrar as visitas em campo, ser suporte nos momentos de cansaço, desânimo e crises de ansiedade, estar junto nos apertos, perrengues e conquistas. Minha gratidão imensa e eterna a cada um de vocês!

Gratidão aos membros dos grupos de pesquisa Academicus/IFS e Antropologia do Turismo da Universidade Federal de Sergipe (ANTUR/UFS) pelas trocas, aprendizados, cooperações e oportunidades de participações em estudos que muito contribuíram para impulsionar o aprimoramento das minhas competências acadêmico-científicas, assim como por propiciar o contato com outras temáticas, vertentes e realidades do turismo sergipano. Desejo ainda mais sucesso a todos. Foi uma honra trabalhar com vocês!

À Fundação Municipal de Cultura e Turismo “João Bebe Água” (FUMCTUR) do município de São Cristóvão/SE, especialmente às pessoas de Kaique Rocha e Diego Souza, coordenadores de turismo do município, expresso genuíno agradecimento pelo suporte e apoio durante toda a pesquisa de campo, viabilizando meios para facilitar o contato com a(o)s produtora(e)s de alimentos e bebidas identitários da Cidade Mãe de Sergipe, além de frutíferas trocas durante o estudo *in loco*.

Aproveito para agradecer também ao Museu Histórico de Sergipe, na pessoa de Rosângela Reis, diretora da instituição museológica, que viabilizou o contato com alguns atores sociais participantes desta pesquisa e plantou a primeira semente para a concepção da exposição fotográfica aqui proposta. Agradeço aos participantes desta pesquisa, a cada mulher que abriu as portas de suas casas e vidas, compartilharam seus conhecimentos e viveres, suas experiências de vida, contribuindo para suscitar em mim tanto orgulho. Esse trabalho é para vocês.

Aos professores da banca da qualificação e da defesa muito obrigada por cada contribuição, bem como tempo disposto à leitura e avaliação deste trabalho. Agradeço a Lício

Valério por todo apoio, incentivo e direcionamentos. Agradeço de modo especial ao meu orientador que acompanha toda a minha trajetória acadêmica. Denio Azevedo, muito obrigada por me ensinar a ser humana na pesquisa, a respeitar as alteridades e através delas valorizar a individualidade de cada grupo social e cada pessoa em particular.

*Quando falamos da História do povo negro, sempre nos lembramos da violência inenarrável da escravidão, mas não devemos nos esquecer de que nas lutas pela sobrevivência e pela superação da violência sempre estiveram presentes a criação de alegria, de beleza e de prazer. Estes são os presentes do povo negro para o mundo.*

(Angela Davis)

## RESUMO

Este estudo visa propor, pautado em uma abordagem socioantropológica, a elaboração de instrumentos para comunicação turística das representações, identidades alimentares e memórias gustativas da culinária identitária de São Cristóvão/SE. Para tal, enfoca em conhecer os aspectos histórico-culturais, socioeconômicos e ambientais que influenciaram na construção das identidades alimentares e memórias gustativas do município, empreendendo uma análise nos instrumentos de comunicação turística do destino, a fim de perceber se os discursos lá promovidos são coerentes com o significado que estes têm para os residentes detentores de seus saberes e fazeres. A escolha pelo método fenomenológico se baseou no interesse em compreender os sentidos da culinária identitária, tendo por base, as experiências e visão de mundo de quem os produz, assim como de quem os comunica para o turista. A apreensão desses significados se deu no espaço de produção desses sujeitos, onde foi possível observar formas e estruturas de trabalho, corporeidades e ouvir sobre lutas, resistências e conquistas. Diante disso, essa pesquisa se ampara na história oral como método de análise, ao conceder voz a esses atores sociais e a incorporá-la à história das comidas e bebidas por eles produzidos, interpretando a culinária identitária são-cristóvense a partir das narrativas deles. Assim sendo, as reflexões teóricas nos permitiram entender como se dá o processo de produção e difusão das culturas alimentares, o papel dos grupos sociais nesse intento, e a transformação desses elementos do cotidiano em produtos para o consumo turístico, implicando em modificações na estrutura de seu sistema simbólico. No recorte empírico, orientado pelas discussões realizadas na fundamentação teórica, constatamos que esses indivíduos são mantidos à margem, juntamente com seus ofícios, narrativas, memórias e identidades, o que contribui para limitar a imagem turística da culinária identitária do destino São Cristóvão à queijada e bricelet, os quais são descontextualizados de seus significados em favor do turismo, invisibilizando a culinária que representa o cotidiano popular e os significados socioculturais das comidas e bebidas.

**Palavras-chave:** culinária identitária, identidades alimentares, narrativas, representação identitária, comunicação turística.

## ABSTRACT

This research is based on a socio-anthropological approach and aims to propose the development of instruments for tourist communication related to representations, food identities and gustatory memories of the identity cuisine of São Cristóvão/SE. To this end, it focuses on the search to know the historical-cultural, socioeconomic, and environmental aspects that influenced the construction of food identities and gustatory memories of the municipality, undertaking an analysis of the tourist communication instruments of the destination, to understand whether the discourses promoted there are consistent with the meaning they have for residents who hold their knowledge and practices. The phenomenological method choice was based on the interest in understanding the meanings of identity cuisine, based on the experiences and worldview of those who produce them, as well as those who communicate them to the tourist. The apprehension of these meanings took place in the space of production of these subjects, where it was possible to observe forms and structures of work, corporeities and to hear about struggles, resistances, and achievements. Therefore, this research is based on life history as a method of analysis, by granting voice to these social actors and incorporating it into the history of the food and drinks they produce, interpreting the São Cristóvense identity cuisine from their narratives. Thus, the theoretical reflections allowed us to understand how the process of production and dissemination of food cultures takes place, the role of social groups in this attempt, and the transformation of these everyday elements into products for tourist consumption, implying changes in the structure of its symbolic system. In the empirical perspective, guided by the discussions carried out in the theoretical foundation, we found that these individuals are kept on the sidelines, along with their hands, narratives, memories and production, which contributes to limiting the tourist image of São Cristóvão identity cuisine to “queijada” and “bricelet”, which are decontextualized from their meanings in favor of tourism, making the cuisine that represents popular everyday life and the sociocultural meanings of food and drinks invisible.

**Keywords:** identity cuisine, food identities, narratives, identity representation, tourist communication.



## LISTA DE FIGURAS

- Figura 01 – Processo de Significação
- Figura 02 – Sistema de representação
- Figura 03 – Espaço social da alimentação
- Figura 04 – Relação comida e turismo
- Figura 05 – Cadeia produtiva do turismo gastronômico
- Figura 06 – Desenho da pesquisa
- Figura 07 – Caminho metodológico
- Figura 08 – Recorte espacial da pesquisa
- Figura 09 – São Cristóvão - geográfica
- Figura 10 – Mapa da Culinária de São Cristóvão-SE
- Figura 11 – Queijadas
- Figura 12 – Produção artesanal de queijadas
- Figura 13 – Tainha frita e moqueca de aratu
- Figura 14 – Utensílios utilizados na preparação das queijadas:
- Figura 15 – Igreja e Casa e Misericórdia
- Figura 16 – Produção de bricelets
- Figura 17 – Imagens impressas nos bricelets
- Figura 18 – *Souvenirs* culinários de São Cristóvão
- Figura 19 – Site da promoção turística de São Cristóvão-SE
- Figura 20 – *Outdoor* localizado na rodovia entre Aracaju e São Cristóvão
- Figura 21 – Cardápio de restaurante de São Cristóvão
- Figura 22 – Drink feito com cachaça Pisa Macio
- Figura 23 – Ação Municipal de promoção turística da culinária São Cristovense
- Figura 24 – Promoção turística da culinária identitária de São Cristóvão em mídia social digital.
- Figura 25 – Selo Comidas da Cidade Mãe
- Figura 26 – Logomarca do selo Comidas da Cidade Mãe
- Figura 27 – Elementos que compõe e logomarca do selo comidas da Cidade Mãe
- Figura 28 – Tipografia San Louis Regular
- Figura 29 – Marca d'água da Praça São Francisco
- Figura 30 – Paleta de cores laranja (Strong Orange)
- Figura 31 – Planta baixa do Museu Histórico de Sergipe

Figura 32 – Capa do programa da exposição

Figura 33 – Visão panorâmica do núcleo temático 1

Figura 34 – Visão Panorâmica do núcleo temático 2

Figura 35 – Visão Vertical da exposição com foco na mesa central

Figura 36 – Expografia do núcleo temático 1

Figura 37 – Expografia do núcleo temático 2

Figura 38 – Frases dos produtores sobre a comida como vetor de subsistência

Figura 39 – Frases dos produtores sobre empoderamento e afetividade

Figura 40 – Expografia do núcleo temático 3

Figura 41 – Expografia do núcleo temático 4

Figura 42 – Postal entregue na exposição

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 – Atrativos do turismo gastronômicos

Quadro 2 – Delimitação das etapas exploratória e descritiva da pesquisa

Quadro 3 – Vendedores de alimentos e bebidas identitários no FASC/2018

Quadro 4 – Produtores participantes da pesquisa

Quadro 5 – Principais eventos do município

Quadro 6 – Calendário de pesquisa de campo

Quadro 7 – Peso dos critérios para concessão do selo

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO: CONSTRUINDO SENTIDOS.....	19
2 REPRESENTAÇÃO IDENTITÁRIA E CULTURA ALIMENTAR: UM REFERENCIAL TEÓRICO .....	27
2.1 REPRESENTAÇÕES IDENTITÁRIAS: PROCESSOS DE FORMAÇÃO, APROPRIAÇÃO E DIFUSÃO DA CULTURA NA PÓS-MODERNIDADE.....	27
2.1.1 Reflexões teóricas sobre cultura e representações sociais.....	29
2.1.2 Representações culturais e identidades: estreitando o diálogo.....	34
2.2 DIMENSÕES SIMBÓLICAS DA ALIMENTAÇÃO: OS SENTIDOS DA COMIDA ...	39
2.2.1 A comida enquanto manifestação de memórias gustativas e cultura alimentar .....	40
2.2.2 Comidas identitárias: a culinária como marcador de pertencimento e meio de expressão de um povo.....	45
3 OS USOS TURÍSTICOS DA COMIDA E A COMUNICAÇÃO DAS REPRESENTAÇÕES NA SOCIEDADE DAS EXPERIÊNCIAS: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	52
3.1 SOCIEDADE, CULTURA E TURISMO: AS COMIDAS IDENTITÁRIAS COMO PATRIMÔNIO VIVIDO E PRODUTO TURÍSTICO .....	52
3.1.1 Comidas Identitárias: Patrimônio Vivido x identidades-consumo .....	54
3.1.2 A relação entre comida e turismo: de serviço base a principal motivador de viagens ....	60
Esta tendência que era comum há décadas vem sendo amplamente substituída em decorrência da globalização e dos movimentos globais de valorização do alimento, a exemplo do <i>slow food</i> , os quais suscitaram maior destaque aos processos de produção e origem do alimento, promovendo aproximação entre produtor e consumidor, além de promoção dos sabores locais.....	63
No âmbito do turismo, mais do que a inserção de pratos emblemáticos nos estabelecimentos de A&B, esse cenário também se manifestou mediante a comercialização de receitas tradicionais como <i>souvenirs</i> , assim como o uso de insumos e técnicas culinárias tradicionais na preparação de algumas comidas vendidas nos estabelecimentos de A&B. ....	63
3.1.3 Turismo gastronômico: segmento base ou subsegmento do turismo cultural? .....	67
3.2 A REPRESENTAÇÃO IDENTITÁRIA DA CULINÁRIA NO TURISMO: COMUNICAÇÃO TURÍSTICA DE DIMENSÕES SIMBÓLICAS DA COMIDA .....	75
3.2.1 As representações identitárias no consumo da cultura: sociedade de consumo e preservação da cultura na sociedade pós-moderna .....	75
4 CAMINHADAS METODOLÓGICAS.....	87
4.1 CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO CIENTÍFICO EM TURISMO .....	87

6.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA .....	90
6.2 DELIMITAÇÃO ESPACIAL DA PESQUISA .....	100
6.3 SUJEITOS DA PESQUISA .....	103
6.4 MÉTODO E TÉCNICAS DE AMOSTRAGEM .....	105
6.5 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS .....	108
6.6 INSTRUMENTOS PARA COLETA DE DADOS .....	113
6.7 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS .....	115
4 A CULINÁRIA IDENTITÁRIA DE SÃO CRISTÓVÃO/SE .....	118
7.1 ELEMENTOS FORMADORES DA CULTURA ALIMENTAR SÃO-CRISTÓVENSE .....	118
7.2 CULINÁRIA IDENTITÁRIA DA CIDADE MÃE: IDENTIDADES ALIMENTARES E MEMÓRIAS GUSTATIVAS .....	123
7.2.1 Queijada .....	125
7.2.2 Bricelet .....	134
7.2.3 Doces de frutas .....	139
7.2.4 Cachaças e licores artesanais .....	143
7.2.5 Beijus e correlatos .....	147
7.2.6 Moqueca na folha .....	149
5 CENÁRIOS E PERSPECTIVAS DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DA CULINÁRIA IDENTITÁRIA DE SÃO CRISTÓVÃO .....	156
8.1 DIAGNÓSTICO DA CULINÁRIA IDENTITÁRIA DE SÃO CRISTOVÃO .....	156
8.2 PRODUTOS TECNOLÓGICOS: DAS POTENCIALIDADES À VALORIZAÇÃO ....	169
8.2.1 Selo Produtos Procedentes de São Cristóvão – SE .....	170
8.2.2 Exposição Fotográfica “Mãos da Cidade Mãe” .....	177
REFERÊNCIAS .....	197
APÊNDICE 1 .....	204



Produção de queijadas - Centro Histórico, São Cristóvão/SE.  
Foto: Luara Lázaro (2021).



## 1 INTRODUÇÃO: CONSTRUINDO SENTIDOS

O turismo se apresenta como uma das principais atividades econômicas da contemporaneidade, tanto para países desenvolvidos como para países emergentes, que enxergam na atividade a capacidade de movimentar a cadeia produtiva das localidades, dado o seu caráter intersetorial responsável por suscitar elevadas taxas de empregos diretos e indiretos, além de angariar rendimentos para a economia dessas nações.

A Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas (United Nations World Tourism Organization [UNWTO]) aponta que em 2019, o turismo figurou como um dos setores mais confiáveis da economia mundial, movimentando em média US\$ 9,17 trilhões, o que equivale a 10,4% do PIB global (UNWTO, 2019). Esses números representaram um aumento de 4% no número de chegadas globais de turistas internacionais, ensejando no décimo ano consecutivo de crescimento do setor.

À vista disso, torna-se perceptível que a importância da atividade turística para a economia global decorre, sobretudo, dos altos rendimentos e aumento nas taxas de empregabilidade que as viagens turísticas geram nos territórios, impactando positivamente na balança comercial das nações. Esse cenário advém de uma das maiores especificidades do turismo: a inevitabilidade do deslocamento temporário para o território turístico, por motivos diversos, a fim de consumir os produtos e serviços dispostos pela oferta turística local.

Portanto, dentre as motivações que impulsionam as viagens turísticas pelo mundo, destacam-se, sequencialmente, o interesse pela cultura, natureza, gastronomia, compras e bem-estar (UNWTO, 2017). A cultura e, um de seus principais elementos, a gastronomia, apresentam-se como mobilizadores precípuos dos deslocamentos turísticos em todo o globo, o que torna os recursos endógenos neles imbricados a primazia da oferta turística de muitas localidades.

Além disso, a relação entre cultura e turismo contribui para enaltecer a relevância da sociedade, suas particularidades e manifestações, a julgar pelo manejo dos bens simbólicos presentes nos destinos turísticos e a necessidade de redistribuição de poder e renda gerada pelo consumo dessas dimensões (MOESCH, 2012). Nessa direção, a alimentação, tida como vetor de atendimento às necessidades nutricionais e biológicas do ser humano, tem ganhado destaque na oferta turística, por ultrapassar o patamar de simples prática vital para sobrevivência e assumir o viés da comida enquanto fonte de prazer, *status*, (re)conhecimento e pertencimento.

Tal tendência contribui sobremaneira para impulsionar a atratividade turística, suscitando, por conseguinte, a injeção de renda no destino turístico. Para tanto, o turismo se apropria dos sabores identitários próprios de cada destino turístico e os transforma em produtos para o consumo de visitantes e turistas. Desta feita, a comida, enquanto produto da cultura alimentar dos autóctones, adquire um patamar de grande relevância nos destinos turísticos ao ser concebida como mais do que um produto ofertado por um serviço essencial esta passa a também ser tida como principal motivação ou causa complementar para os deslocamentos turísticos (SCHLUTER, 2003).

Em linhas gerais, as características simbólicas da comida ou bebida, os utensílios e técnicas adotadas para a extração dos insumos e produção de produtos culinários possuem características particulares intrínsecas a cada cultura, o que denota a preponderância de sabores diversos (GIMENES, 2009). Assim, a culinária, enquanto elemento constituinte da cultura e da gastronomia, expressa as identidades alimentares e memórias gustativas de uma comunidade, e possibilita trocas culturais através do paladar (RODRIGUES; FERNANDES; SILVA, 2017).

Contudo, no âmbito da oferta turística, algumas comidas e bebidas são elencadas como características e emblemáticas da cultura alimentar de um dado destino turístico, a partir de uma concepção de identidade pautada na premissa de semelhança cultural, o que contribui para a recusa à diversidade de culturas e identidades existentes (AZEVEDO, 2014). Tais representações identitárias se valem da memória, da cultura e da história para atender a fins políticos e de consumo, visto a tendência emergente de fortalecimento das manifestações culturais e cotidianas como atrativos turísticos.

Com esse propósito, gestores e promotores dos destinos turísticos se amparam em “originalidades” que são demarcadas e divulgadas como expressão ou legado cultural de um povo, quando na verdade, representam apenas uma parcela dos autóctones e, muitas vezes, pouco ou nada tem a ver com a vivência habitual de grande parte dos residentes (AZEVEDO, 2014). Assim, a comunicação turística acaba dando-se focada no estímulo ao consumo de comidas inferidas como identitárias, ao passo que hábitos e práticas alimentares rotineiras, tal qual seus sentidos, são invisibilizados

À luz da pós-modernidade, habitualmente os discursos adotados na comunicação turística são responsáveis por construir imagens e imaginários que se encontram atrelados a uma autenticidade imaginada por forças dominantes da sociedade, as quais transformam os aspectos identitários em objetos de consumo (AZEVEDO, 2014), cuja finalidade é expressar



valores que foram criados e/ou modificados através de práticas discursivas para suscitar no indivíduo o interesse em consumir (HALL, 2016).

Essas narrativas buscam intencionalmente impor sentidos à coletividade, os quais são absorvidos e transmitidos por turistas e residentes, desconsiderando os usos e significados dados pelos grupos sociais ao patrimônio vivido (ZANIRATO, 2018), assim como a pluralidade de hábitos e práticas presentes no território (HALL, 2006). Assim sendo, no cerne da atividade turística, com frequência alguns saberes, fazeres e viveres são apropriados como elementos simbólicos e representativos identitários do destino turístico e descaracterizados a fim de motivar a atração de turistas.

Nesse viés, sendo a culinária identitária um dos pilares adotados pelos gestores turísticos para apresentar as particularidades do destino a uma demanda turística em crescente expansão, cujo propósito é vivenciar experiências relacionadas ao cotidiano local, é necessário possibilitar que estes conheçam e compreendam os sentidos dados pelos autóctones às suas práticas culturais, a fim de propiciar a compreensão dos modos de vida local, assim como promover a ocorrência de ricas trocas culturais entre os visitantes e anfitriões das destinações turísticas.

Para tanto, muitos destinos turísticos ao redor do mundo têm buscado diversificar e interiorizar a oferta de seus produtos e serviços turísticos, focando nos elementos simbólicos e representativos das localidades onde o fenômeno se manifesta, visto que estes os singularizam. Dentre estes, a culinária identitária se destaca por não somente possuir um grande apelo para o turismo, mas também possibilitar que a história e modo de vida dos autóctones seja recontada através dos ingredientes, hábitos, utensílios e técnicas utilizadas durante os processos de extração a consumo de comidas e bebidas.

No Brasil, a culinária identitária tem se fortalecido como diferencial competitivo do turismo nacional eminentemente nos últimos anos, sendo tida, portanto, como um dos pilares prioritários para o incremento da atratividade turística no país (VALADÃO; MODESTO; HERMANN, 2021), através de iniciativas como o Programa Nacional de Turismo Gastronômico. Diante da extensa diversidade natural e cultural do Brasil (WEF, 2019), as identidades alimentares apresentam-se como relevantes estratégias promocionais no que tange ao incremento do fluxo de turistas e, por conseguinte, contribui para induzir o desenvolvimento sustentável das regiões.

Decerto, o planejamento do turismo é imprescindível neste processo e deve ocorrer em consonância com a união entre os anseios e necessidades do consumidor, os recursos disponíveis no destino, o cenário local e global, além dos interesses dos atores sociais,

sobretudo, a visão dos residentes acerca da atividade turística (BENI, 2020), de modo a suscitar o incremento da atratividade da destinação turística, propiciar a ocorrência de práticas turísticas mais responsáveis e impulsionar a inclusão social por intermédio do turismo.

Tal qual mencionado, advoga-se que o cenário atual reforça a substancialidade dos gestores turísticos atentarem-se às tendências emergentes e as consolidarem visando nortear o fortalecimento do turismo nos destinos, a exemplo das viagens com fins culturais, as quais vêm crescendo e tendem a permanecer em expansão, principalmente nos deslocamentos domésticos realizados para destinos próximos e propostos à prática de atividades ao ar livre (OMT, 2022; RIBEIRO, 2022).

Todavia, acima de tudo, este novo panorama reforça o caráter social do turismo, doravante a imprescindibilidade em inserir as comunidades locais como sujeitos atuantes na oferta turística, visto as perdas frequentes que invariavelmente impactam os grupos sociais menos abastados e o papel crucial destes para enfatizar o diferencial competitivo dos destinos turísticos, mormente perante o turista contemporâneo que busca conhecer a “alma” dos lugares.

Essa conjuntura avigora a importância dos gestores repensarem a prática turística vigente em seus territórios, adotando inovadoras formas de planejar e gerir a atividade, em busca de medidas estratégicas para diversificação da oferta turística, pautadas na oferta de experiências prazerosas, mais especializadas, atreladas à características que particularizam os destinos e permitem uma vivência mais imersiva no cotidiano local.

No caso do estado de Sergipe, unidade federativa do nordeste brasileiro, a variedade de elementos que constituem a culinária sergipana é promovida como uma das bases estruturantes que representam o diferencial competitivo do destino, o que tem contribuído para a sua valorização e fomento ao desenvolvimento local (LIMA, 2018). No ponto de vista da citada autora, as sergipanidades gastronômicas são adotadas por muitos gestores como estratégia para impulsionar a atratividade turística, sobretudo, ante a realização de eventos e outras ações que têm as produções gastronômicas e as identidades como destaque para alavancar rendimentos e valorização sociocultural.

Nesse contexto, o município de São Cristóvão/SE foi delimitado como recorte espacial desta pesquisa, em virtude deste ser um dos mais importantes destinos turísticos do estado de Sergipe, haja vista o número expressivo de bens patrimoniais da cultura constantes na cidade histórica, dentre os quais sobressai-se a Praça São Francisco, chancelada em 2010, pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), como Patrimônio Cultural da Humanidade.

Contudo, apesar da potencialidade do município para o turismo, a destinação ainda possui um fluxo turístico incipiente. Um dos fatores que contribuem para esta realidade é o fato de sua oferta turística ser prioritariamente pautada nos aspectos materiais da cultura, além de oferecer ao viajante produtos essencialmente contemplativos, estratégia contrária às atuais tendências de mercado que apontam para o interesse dos turistas contemporâneos pelas imaterialidades culturais e vivências ativas no destino turístico (OMT, 2021).

Tais percepções advêm, sobretudo, de observações prévias efetuadas pela pesquisadora ao objeto de estudo durante a graduação e especialização em turismo, as quais tiveram o roteiro turístico Caminhos dos Jesuítas e a queijada, produto da culinária local, como objetos de investigação. Durante esses estudos, foi percebido a pouca ênfase dada à culinária identitária como bem cultural e produto turístico de São Cristóvão/SE. O município possui uma oferta turística de A&B limitada, principalmente no que concerne a comidas e bebidas representativas, o que acaba desconsiderando a diversidade das manifestações alimentares são-cristóvenses.

Posto isto, a formação da autora desta pesquisa como turismóloga, a impulsionou a buscar alternativas para estimular a diversificação da oferta turística de São Cristóvão/SE. Ante a relevância da gastronomia como motivação para o deslocamento turístico em todo o mundo, a pesquisadora percebeu que no referido município o turista tem acesso facilitado a determinadas comidas, ao passo que outras são invisibilizadas. Essas produções são promovidas pela mídia e pelo governo como produtos identitários, todavia poucos residentes os adquirem, ou seja, estes são preferencialmente voltados ao consumo turístico (SANTOS, 2018).

Perante as pesquisas prévias realizadas em São Cristóvão/SE, conjectura-se que a problemática supracitada decorre da falta de percepção de gestores e autóctones sobre a importância da diversidade de comidas e bebidas existentes no município para a cultura e o turismo, bem como a relevância das múltiplas técnicas, utensílios e produtores responsáveis por tornar os significados dos hábitos e práticas culinárias plurais.

Assevera-se, portanto, que mais do que reconhecer os reais valores que se encontram atrelados às produções alimentares é imprescindível que os gestores turísticos possibilitem que os turistas os conheçam, contribuindo, assim, para que a apropriação turística da culinária identitária forneça caminhos para impulsionar o desenvolvimento local do destino turístico, além de oportunizar que esta obtenha maior prestígio na oferta turística local.

À vista do evidenciado, esta pesquisa teve por intuito sanar o seguinte questionamento basilar: Como os gestores turísticos podem contribuir para a difusão e promoção dos aspectos simbólicos envoltos à comida identitária do município de São Cristóvão/SE? A fim de

responder a esta questão, e tomando como parâmetro as justificativas, problemas e hipóteses apontadas nesse estudo, o presente trabalho de conclusão de curso tem por objetivo geral propor a elaboração de instrumentos para comunicação turística das representações, identidades e memórias que perfazem a culinária de São Cristóvão/SE.

Sendo assim, tendo por base a questão norteadora e objetivo elencados para nortear esta investigação acadêmico-científica, foram delimitadas as questões secundárias e objetivos específicos da pesquisa, os quais são apresentados no quadro abaixo:

Quadro 1 – Questões norteadoras e objetivos de pesquisa

Questões norteadoras	Objetivos de Pesquisa
Quais são os aspectos relacionados ao espaço/tempo que contribuíram para a formação das identidades alimentares e memórias gustativas de São Cristóvão/SE?	Compreender os aspectos histórico-culturais, socioeconômicos e ambientais que influenciaram na construção das identidades alimentares e memórias gustativas do município.
Quais são as comidas e bebidas identitárias produzidas em São Cristóvão/SE?	Identificar a culinária identitária produzida no território são-cristovense.
Quais são as dimensões simbólicas que circundam a culinária identitária na visão de seus produtores?	Levantar as representações sociais que a culinária identitária do município têm para seus produtores.
Como esses produtos culinários são apropriados e representados nos instrumentos de comunicação turística do município?	Avaliar as representações identitárias do patrimônio alimentar são-cristóvense presente nos instrumentos de comunicação turística do município.
De que forma a comunicação turística pode contribuir para a valorização e fomento ao consumo dos produtos culinários representativos de São Cristóvão/SE?	Conceber instrumentos para comunicação turística das representações sociais atreladas às comidas e bebidas identitárias de São Cristóvão/SE.

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

De tal modo, esse estudo esquadrinha, por intermédio da comunicação turística, dar maior visibilidade à produção de comidas e bebidas representativas do município, fornecendo bases para aumentar a participação de seus produtores na cadeia produtiva do turismo. Mas, para tanto, é imperativa a cooperação entre as iniciativas público-privadas, sociedade civil e demais setores do *trade* turístico a fim de implementar um modelo de prática turística sustentável e eficaz, processo que se inicia frente a estudos e análises sobre a realidade vigente.

Com isso, o presente trabalho está dividido em sete seções, sendo a primeira delas composta por esta introdução. A segunda seção apresenta o referencial teórico da pesquisa,

abordando, inicialmente, a relação entre a representação social e a identidade cultural, além da construção dos discursos voltados ao fomento do consumo na sociedade pós-moderna.

Na terceira seção, ainda dando seguimento à fundamentação teórica do estudo, disserta-se sobre a culinária como bem cultural e elemento do produto turístico, ressaltando o papel de destaque assumido pelas identidades alimentares e memórias gustativas para a perpetuação das tradições culinárias, bem como a relevância da comunicação turística para agregar valor aos aspectos subjetivos inerentes aos produtos culinários fabricados artesanalmente pelos autóctones.

A quarta seção descreve a metodologia usada na pesquisa, apontando as dificuldades, cenários facilitadores e mudanças pelas quais a mesma eventualmente tenha sido submetida. A quinta seção explana sobre as dimensões histórico-culturais, socioeconômicas e turísticas de São Cristóvão/SE que influem na produção e comercialização da culinária identitária do município, apresentando as principais comidas e bebidas que representam a localidade e a relação entre estas e seus produtores.

A sexta seção aborda o uso turístico da culinária identitária do município pontuando o cenário vigente, além de exibir propostas para possibilitar o incremento da culinária como uma das marcas do destino. Essa seção finaliza exibindo os produtos tecnológicos resultantes deste estudo. Por fim, a sétima seção traz as considerações finais desta investigação científica.





Produção de moquecas de aratu na folha de patioba - Povoado Tinharé, São Cristóvão/SE.  
Foto: Luara Lázaro (2022).

## **2 REPRESENTAÇÃO IDENTITÁRIA E CULTURA ALIMENTAR: UM REFERENCIAL TEÓRICO**

A fim de aclarar como os sentidos socioculturais referentes às identidades alimentares podem ser criados e propagados por gestores públicos e privados, com a finalidade primária de impulsionar o consumo turístico, esta seção trata da importância da representação social na construção da cultura e das identidades, enfocando nas dimensões simbólicas que perfazem a alimentação.

### **2.1 REPRESENTAÇÕES IDENTITÁRIAS: PROCESSOS DE FORMAÇÃO, APROPRIAÇÃO E DIFUSÃO DA CULTURA NA PÓS-MODERNIDADE**

O debate teórico acerca da cultura e dos elementos que a compõem são alvo de estudos multidisciplinares há décadas. No campo das ciências sociais, a cultura é entendida como o conjunto de manifestações individuais e coletivas por meio das quais os povos se expressam, materialmente ou não (CARNEIRO; OLIVEIRA; CARVALHO, 2010). Em outras palavras, a cultura é resultado das ações humanas direcionadas à exposição de seus pensamentos e sentimentos.

Perante o exposto, percebe-se que os estudos culturais, em essência, abrangem subjetividades atreladas a produção humana, portanto, inadvertidamente, apresentam amplitudes e complexidades que suscitam um elevado grau de abstrusidade à sua compreensão, haja vista que essas pesquisas transpassam os contextos sociais, econômicos, políticos e ambientais cujos indivíduos encontram-se inseridos e deles provém.

À vista disso, detectou-se a necessidade preambular de delimitar aqui o conceito de cultura, visando traçar um fio-condutor que permitisse desenvolver um claro entendimento sobre o papel que as formas de expressão adotadas pelos grupos sociais têm em sua vida cotidiana, bem como os impactos que as estruturas de esvaziamento cultural sistemático, advindas do colonialismo, causam em estratos da sociedade historicamente invisibilizados e oprimidos.

Sob essa premissa, Botelho (2001) expõe que a cultura remete a tudo o que o indivíduo produz e consome material e simbolicamente em seu dia-a-dia, de modo que todo indivíduo é tanto produtor quanto consumidor da cultura. Para o autor, “através da interação social, os

indivíduos elaboram seus modos de pensar e sentir, constroem seus valores, manejam suas identidades e diferenças e estabelecem suas rotinas” (BOTELHO, 2001, p. 02).

Destarte, infere-se que a cultura representa um conjunto de aspectos subjetivos intrínsecos às práticas habituais dos sujeitos, os quais são englobados por elementos tangíveis e intangíveis, recobertos por significados. Esses elementos advêm das interações humanas e resultam na transformação, interpretação e ressignificação da natureza, sendo este processo utilizado para fundamentar o seu desenvolvimento (CUCHE, 2012).

Bauman (2012) corrobora com o dissertado e aponta que a cultura é um conjunto de características inatas da humanidade, visto ser este o único ser que consciente e intencionalmente cria ferramentas e símbolos para a sua sobrevivência e socialização. Nesse viés, entende-se que o homem é um indivíduo cultural, cujo sistema de ações serve como ferramenta de reconhecimento de sua existência no mundo. Posto isto, é possível atestar que a cultura não é uma determinação biológica, mas sim produto de vivências sociais.

O contexto até aqui apresentado possibilita compreender a relevância da dimensão cultural na essência humana, a qual se manifesta nos hábitos, tradições, símbolos, padrões e outras práticas simbólicas que perfazem a ação e produção humana. Por sua vez, constata-se que o que os indivíduos vestem, fazem, pensam, sentem, comem, falam e sabem, por exemplo, é resultante do contexto cultural inserido em suas vidas e inerente à sociedade da qual fazem parte.

Assim, mais do que representar o legado de um povo, conforme disposto pelo senso comum, a cultura abrange as criações e transformações pelas quais os sistemas de ação social passam. Em tempo, a cultura é um sistema dinâmico, no qual os indivíduos reagem àquilo que lhes é apresentado, recomendado e imposto, assimilando ou rejeitando certos aspectos que não caracterizam a si ou aos grupos nos quais estão inseridos, decorrem e/ou desejam estar inclusos.

A propósito, segundo descrito por Geertz (2015), além de um conjunto de sistemas de ação, a cultura é um conjunto de mecanismos de controle que dirigem o comportamento humano, no qual as dinâmicas sociais são construídas e compartilhadas. Porquanto, Manhães e Esteves (2019) autenticam esse argumento e salientam que essa prerrogativa é essencial para assimilarmos o processo de socialização, no qual o sujeito é ajustado à vivência em sociedade.

Na assertiva de Silva (2017) e Munanga (2017), a cultura enquadra-se como uma dimensão simbólica intrínseca aos indivíduos e sociedades, haja vista que todo sujeito social produz cultura, o que, por conseguinte, clarifica o entendimento de que não é possível desatrelar sociedade e cultura, visto que elas coexistem em relação de causa e efeito. É por intermédio da



cultura que os indivíduos interpretam a realidade, buscam recursos para sua sobrevivência, interagem socialmente, resolvem problemas cotidianos e produzem novas formas de existir.

Logo, é possível afirmar que a cultura é mote estruturante da sociedade, visto que a partir dela a realidade social é organizada, os padrões de interação e conduta sociais são instituídos, e estruturas são criadas para nortear a construção do indivíduo como sujeito social. Em outras palavras, a partir da cultura é estabelecido um conjunto de convenções que orientam o comportamento humano em cada grupo social, assegurando assim a manutenção de seus valores e crenças, além de possibilitar que grupos sociais, e sobretudo sujeitos distintos, existam coletivamente no mesmo tempo e lugar.

Dessa feita, a cultura é singular e múltipla, inerente a cada grupo social, mas acima de tudo, a cada indivíduo que dele faz parte, visto que cada sujeito possui uma bagagem cultural própria que provém da sua origem, mas é constantemente transformada pelos diversos grupos sociais com os quais se têm contato durante a vida. Seu lugar no espaço e no tempo, assim como suas experiências, vivências e práticas, também influem nesse processo contínuo que é permeado por conflitos, divergências, dúvidas e embates, de modo que não existe hierarquia cultural, nem cultura absoluta, homogênea, acabada ou estática (HALL, 2003).

Sendo assim, a cultura é responsável pela construção, desconstrução e reconstrução do sujeito social, por meio de um processo que é pautado por sistemas de significação e representação, onde os sentidos que regem o comportamento social são produzidos e transmitidos doravante a convivência e troca entre os sujeitos. Por intermédio das interações sociais são criados coletivamente conhecimentos, crenças, normas, valores e signos que moldam a conduta dos indivíduos em sociedade, influenciando suas ações e sendo por elas propagados, processo esse que será melhor detalhado a seguir.

### **2.1.1 Reflexões teóricas sobre cultura e representações sociais**

A cultura é uma construção, um processo fundamental para a constituição dos indivíduos enquanto sujeitos sociais, conforme já mencionado. Assim, Hall (2016) assevera que a cultura alude às práticas sociais com significado, ou seja, aos universos simbólicos que regem a vivência social, mais especificamente, aos sentidos ou significados que circundam os elementos tangíveis e intangíveis, e constantemente transitam durante os intercâmbios pessoais e sociais dos membros de um grupo ou da sociedade.

Em linhas gerais, a cultura é composta por sistemas simbólicos que remetem à forma como os grupos sociais interpretam o mundo e se utilizam dos elementos concretos ou abstratos nele dispostos, segundo suas particularidades (HALL, 2016). Sob essa premissa, os sujeitos concebem significados ou atribuem sentidos variados aos signos e símbolos, de modo que um mesmo objeto, sinal, indivíduo ou acontecimento pode deter acepções culturais diferentes para cada grupo.

Diante disso, buscou-se inicialmente entender aqui como se dá a produção da cultura, e conseqüentemente, dos sistemas simbólicos que a compõem. Por tratar-se do resultado de processos de significação, no qual os indivíduos interpretam o mundo e suas criações através de interações com os sujeitos, espaços e tempos, a cultura apresenta significados e sentidos que são sistematicamente construídos no interior dos grupos sociais, e que tornam os padrões culturais singulares.

Assim, o processo de significação se dá por intermédio da linguagem, a qual é utilizada como via para atribuir sentido ou produzir significados pelos sujeitos e grupos sociais, e para tal, se vale da cognição e da leitura do contexto social para atingir esse fim (NOGUEIRA; DI GRILLO, 2020). Nesse sentido, “a linguagem é um dos ‘meios’ através do qual pensamentos, ideias e sentimentos são representados numa cultura” (HALL, 2016, p. 18). Isto posto, é possível atestar que a linguagem é um sistema de representação, por meio do qual a cultura é construída mediante a produção de significados.

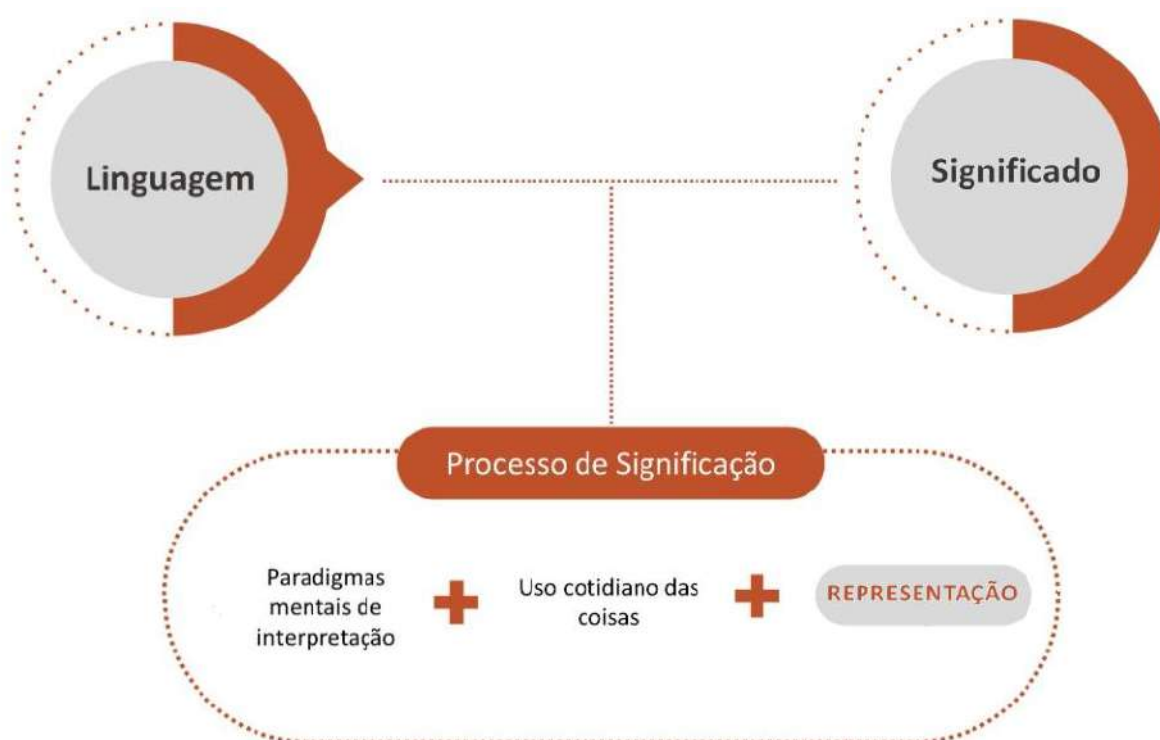
O processo de significação é composto por 3 sistemas inter-relacionados e complementares (HALL, 2016), a saber: 1. Paradigmas mentais de interpretação, que são socialmente construídos e transmitidos desde o nascimento do sujeito social; 2. Utilidade prática e apropriação cotidiana dos instrumentos, manifestações e fenômenos do mundo pelos grupos sociais; e, 3. Representação Social, a qual atribui sentido aos elementos culturais, sendo resultante de convenções sociais, culturais e linguísticas.

Em parte, nós damos significado a objetos, pessoas e eventos por meio de paradigmas de interpretação que levamos a eles. Em parte, damos sentidos às coisas pelo modo como as utilizamos ou as integramos em nossas práticas cotidianas. [...] Em outra parte ainda, nós concedemos sentido às coisas pela maneira como as representamos – as palavras que usamos para nos referir a ela, as histórias que narramos a seu respeito, as imagens que delas criamos, as emoções que associamos a elas, as maneiras como as classificamos e conceituamos, enfim, os valores que nelas embutimos (HALL, 2016, p. 21).

Podemos deduzir, ante o asseverado por Hall (2016), que o processo de significação (Figura 1) advém da forma como os sujeitos sentem, pensam e agem, à medida em que bens

materiais e imateriais adquirem significados em meio a um contexto de percepção e interpretação do mundo, que correlaciona-se a paradigmas mentais prévios advindos de vivências e intercâmbios com os grupos sociais, bem como dos usos cotidianos dados a esses bens, e do modo como os sujeitos se expressam através deles. A partir disso, fica clarificado porque é possível concluir que a cultura é um universo essencialmente simbólico.

Figura 1 – Processo de Significação



Fonte: Elaborada pela autora, com base em Hall (2016).

Esta pesquisa enfoca no sistema de representação social (Figura 2), onde são produzidos e partilhados sentidos pela linguagem, a qual pode ser verbal ou não verbal. Explicando melhor, a representação expressa significados através de signos e símbolos que referenciam a objetos reais ou imaginários. A este respeito, torna-se conveniente mencionar que a representação não se qualifica como mera reprodução do mundo social, mas sim, como um processo de construção de significados e de simbolização das coisas – objetos, pessoas ou acontecimentos –, que oportunizam a expressão e produção dos sujeitos sociais (MOSCOVICI, 2003; JODELET, 1989; SPINK, 1993; RABELO, 2019).

Figura 2 – Sistema de representação



Fonte: Elaborada pela autora, com base em Hall (2016).

Em presença do esquema acima apresentado, reforça-se que a representação é um sistema de significação que ocorre em dois processos completivos (HALL, 2016): no primeiro momento, ocorre a criação de significados, através do uso da linguagem, por meio de reproduções mentais de pessoas, objetos e acontecimentos reais ou fictícios. No segundo processo, a partir da tradução dos universos simbólicos criados pelo ser humano, é possibilitada a existência de um mapa conceitual socialmente aceito e compartilhado, o qual oportuniza que os sujeitos se comuniquem e intercambiem significados. É ao final desse processo que a cultura é construída.

Por consequência do dissertado, Hall (2016) frisa que a cultura é o conjunto de significados compartilhados. Para o autor, esses significados são construídos socialmente e devem ser compartilhados inteligivelmente pelo acesso comum à linguagem, visto que, por si só, a ação ou instrumento cultural não transmite significado algum. Ainda nessa linha de raciocínio, o autor reforça que é por intermédio da linguagem, enquanto sistema de representação, que os sujeitos (de)codificam o mundo, tornando-o passível de reconhecimento e compreensão para cada grupo social, diante de suas particularidades.

Nem as coisas nelas mesmas, nem os usuários individuais podem fixar os significados na linguagem. As coisas não significam: nós construímos sentido, usando sistemas representacionais – conceitos e signos [...] São os atores sociais que usam os sistemas conceituais, o linguístico e outros sistemas representacionais de sua cultura para construir sentido, para fazer com que o mundo seja compreensível e para comunicar sobre esse mundo, inteligivelmente, para outros (HALL, 2016, p. 49).

Com isso, é possibilitada a compreensão que uma prática cotidiana, em si mesma, nada significa, cenário que se transforma quando considera-se a percepção dos sujeitos envolvidos nesse processo. Isto porque, estes constroem significados atrelados a vivências individuais e coletivas, assim como ao sistema de valores que orienta o grupo social do qual fazem parte, e para tanto, se norteiam pelo mapa conceitual socialmente construído e sistematicamente

finalizam nele. Logo, é nesse processo que os objetos adquirem sua dimensão simbólica e tornam-se elementos culturais. Corroborando o exposto, Moscovici (2003, 209-210) expressa que “uma série de proposições que possibilita que coisas ou pessoas sejam classificadas, que seus caracteres sejam descritos, seus sentimentos e ações sejam explicados e assim por diante”.

Dito de outro modo, nos sistemas de representação, os conceitos, ideias e emoções dão sentido a coisas que se encontram presentes no mundo, e que são interpretados pelos sujeitos sociais a fim de viabilizar a comunicação, assimilação e difusão de conhecimentos, assim como o estabelecimento de modelos de comportamento dentro de uma coerência socialmente aceita, que orienta os sujeitos para a ação (PAZ; GEVEHR; JUNG, 2021).

É no âmbito da representação social que são formatados os valores, saberes, crenças, tradições, modelos de conduta, dentre outros elementos simbólicos e significantes que possibilitam aos sujeitos sociais se comunicarem e agirem no mundo, além de implicitamente orientar o modo como estes percebem a si e aos outros, como interagem com as coisas e as pessoas, e como percebem suas atribuições nos grupos sociais e na sociedade (VALA; MONTEIRO, 2010). Não por acaso, Woodward (2012, p. 8) frisa que “a representação atua simbolicamente para classificar o mundo e nossas relações no seu interior”.

É salutar considerar que as interpretações de mundo ♥são subjetivas, mas também mutáveis, pois, os significados culturais referenciam a um universo de pensamentos e sentimentos que apesar de relativamente consensuais dentro de um grupo, em alguns momentos, podem divergir, visto sua heterogeneidade. Cabe pontuar também, que esse dinamismo ainda decorre das transformações corriqueiras pelas quais estes elementos passam em favor do tempo, do espaço e dos sujeitos envolvidos.

Frente a esse panorama, ratifica-se que os sentidos refletem os conjunturas históricas e estruturas sociais nos quais os grupos encontram-se inseridos (GUARESCHI; JOVCHELOVITCH, 2008; WILLIAM, 2019). Perante as visões de mundo e concepções ideológicas e culturais dos grupos sociais, o sujeito torna-se apto a traduzir a realidade social na qual está inserido, criando um universo simbólico próprio para si e para o grupo do qual faz parte. Este se articula aos valores, ideias e práticas culturais da sociedade, manifestando-se na constituição de saberes e fazeres relacionados à realidade social ordinária (NOGUEIRA; DI GRILLO, 2020).

Por intermédio do explanado até então, percebe-se que a representação produz conhecimento através do senso comum (RABELO, 2019). O conhecimento dele decorrente, influi diretamente no comportamento e na comunicação dos sujeitos, fundamentando a

constituição de saberes que advém de ações cotidianas. Esses saberes são dotados de valores simbólicos que são traduzidos e transmitidos através de práticas culturais. Sob esse aspecto, tão importante quanto a produção de significados é a decodificação e interpretação destes pelos indivíduos.

Essa construção se dá dentro de cada grupo social, através da interação entre seus membros, de modo que sua difusão para outros grupos, também dependerá de intercâmbios socioculturais. Simplificando o exposto, ao tratar os saberes populares como exemplo, constata-se que essas manifestações são construídas frente a práticas individuais ou coletivas corriqueiras, que se difundem pelo grupo através do intercâmbio de ideias e experiências, e ante sua repetição e aceitação, tornam-se senso comum.

Sob esse viés, cumpre ressaltar que, os sentidos construídos e partilhados, no âmbito dos grupos sociais, precisam permitir que seus membros assimilem o mundo de modos análogos, e para tanto, estes devem se valer dos mesmos universos conceituais. Por seu turno, tanto interlocutor quanto receptor precisam utilizar o mesmo código cultural e linguístico (HALL, 2016), para que os sentidos sejam apreendidos não somente no grupo social em que foi construído, mas amplamente na sociedade.

### **2.1.2 Representações culturais e identidades: estreitando o diálogo**

Compreender significados relaciona-se à construção de identidades e demarcação das diferenças (WOODWARD, 2012), uma vez que sua elaboração e reconhecimento enseja na percepção de similitudes e alteridades entre os sujeitos, o grupo social e a sociedade. Por sua vez, Hall (2016) advoga que as identidades são construídas no interior das representações, detendo significados culturais socialmente infligidos. Jodelet (1989, p. 51) corrobora com o exposto e aponta que “[...] compartilhar uma ideia, uma linguagem, é também afirmar um laço social e uma identidade”.

Seguindo essa perspectiva, torna-se evidente que a representação se encontra intimamente ligada aos saberes e a identidade (HALL, 2016). A medida em que grupos sociais, no seu cotidiano, descrevem sobre suas interpretações de mundo e, por conseguinte, dão significado às coisas, o sentido de pertencimento se manifesta. É por meio das construções simbólicas no seio dos grupos sociais que a subjetividade se desvela, e as relações entre o Eu, o Outro e o mundo social se descortinam (PAZ; GEVEHR; JUNG, 2021).

Ao construir um mapa conceitual de significados compartilhados e socialmente aceitos, os sujeitos tornam-se “pertencentes à mesma cultura”. A esse respeito, Hall (2016, p. 21-22) argumenta que “o sentido é o que nos permite cultivar a noção de nossa própria identidade, de quem somos e a quem ‘pertencemos’ – e, assim, ele se relaciona a questões sobre como a cultura é usada para restringir ou manter a identidade dentro do grupo e sobre a diferença entre grupos”. Por conseguinte, fica claro que a representação infere, dentre outros vieses, sobre o sentido de pertencimento cultural.

O sentido de pertencimento a um grupo social provém, invariavelmente, da relação com o Outro (HALL, 2016; SPINK, 1993). Conforme apontado por Souza (2010), o pertencimento encontra-se vinculado à ideia de comunidade, sob a premissa dessa tratar-se de uma esfera de organização sociocultural permeada por laços afetivos, emocionais e simbólicos, através dos quais os sujeitos se reconhecem, identificam e definem. É por meio das representações produzidas no cerne das interações sociais cotidianas, que a demanda por participar da constituição de um todo se revela.

Nessa direção, Somé (2007, p. 35) advoga que “[...] quando você não tem uma comunidade, não é ouvido; não tem um lugar em que possa ir e sentir que realmente pertence a ele; não tem pessoas para afirmar quem você é e ajudá-lo a expressar seus dons”. Diante disso, Nogueira (2021) pontua que pertencer é um meio e uma necessidade humana, haja vista que fundamentalmente o homem é um ser social e, portanto, demanda fazer parte de um ambiente coletivo, por questões afetivas e emocionais, assim como para elaborar e compartilhar significados comuns, e intercambiar saberes que são estabelecidos no cotidiano dos fazeres.

Sendo a representação, segundo Hall (2016), uma das práticas centrais na produção da cultura, a pertença apresenta-se como uma importante dimensão subjetiva que motiva as interações sociais e a construção dos significados que serão partilhados. Quando devidamente partilhados, esses significados expressam os valores que regem o grupo social e, por conseguinte, tornam-se parâmetro indispensável para a constituição das identidades.

Logo, o sentido de pertencimento passa a fundamentar a construção social das identidades, motivando os indivíduos a constantemente buscarem novos contextos socioculturais que os caracterizem e identifiquem, mesmo que provisoriamente. Isto se deve às estruturas vigentes na sociedade pós-moderna, onde o sentido de pertencimento se desvincula da noção de enraizamento ao lugar ou família, por exemplo.

Apesar do mundo social pós-moderno ser fluido e líquido (BAUMAN, 2005), o qual é composto por práticas sociais altamente dinâmicas e transitórias (SOUSA, 2012), onde os

sujeitos são confrontados por uma multiplicidade de identidades cambiantes, instáveis e fragmentadas, o sentido de pertencimento ainda serve como fator de motivação para que o sujeito busque segurança nas relações, visto que os sentimentos e afeições a ele atrelados, ainda trazem certa estabilidade ao grupo.

Portanto, mesmo os indivíduos que estão conscientes de que as relações, as instituições, os sentimentos, os grupos sociais e as interações não são mais tão sólidos quanto antes; mesmo cientes que [...] as certezas de hoje são tão incertas; mesmo cientes de que não existe solidez nas relações, os indivíduos sentem a necessidade em fazer parte de um grupo, em construir e delimitar espaços, em gerar sociabilidades, algo que de alguma forma lhes deem certa segurança, mesmo que provisória e não tão confiável como parecia antes (AZEVEDO, 2014, p. 31).

Face ao contexto apresentado, torna-se mais fácil a compreensão de que o sentido de pertencimento, por intermédio das representações, produz identidades (CARDOSO, 2017). Conforme apontado por Woodward (2012), a identidade é resultado de um processo de produção simbólica e discursiva, a qual enseja em identidades múltiplas, tanto no interior dos grupos, quanto dentro do próprio sujeito. A autora pontua que as identidades são simultâneas, visto que diante das múltiplas relações e funções sociais pelas quais os sujeitos são interpelados, estes são confrontados por identidades diversas, muitas vezes incompatíveis e desordenadas, assim como antagônicas e conflitantes.

O mesmo se aplica para as discrepâncias que eventualmente ocorrem no âmago do sujeito ao confrontar as identidades em nível coletivo e individual. Nesse caso, torna-se imprescindível, em alguns casos, negociá-las, haja vista que as identidades não são unificadas, apresentando, portanto, significados diversificados (HALL, 2006; SILVA, 2012). A partir disso, têm-se que as identidades são processos de subjetivação passíveis de mudanças e transformações, decorrentes dos constantes movimentos, encontros e desencontros suscitados pela pós-modernidade.

Dentro desta perspectiva, é clarificado que a identidade é um processo relacional, uma construção social marcada pela diferença, de modo que através do contato com o Outro, o sujeito constata a existência de outras práticas culturais e representações que não traduzem a sua forma de pensar, agir e sentir, oportunizando assim, que o mesmo tanto se reconheça, quanto identifique suas particularidades, mesmo que estas sejam transitórias. É por intermédio desta prerrogativa que, autores como Woodward (2012) e Silva (2012) asseveram que a identidade e a diferença são indissociáveis, sendo um o produto da outra.



[...] as identidades são construídas por meio da diferença e não fora dela. Isso implica o reconhecimento radicalmente perturbador de que é apenas por meio da relação com o Outro, da relação com aquilo que não é, com precisamente aquilo que falta, com aquilo que tem sido chamado de seu *exterior constitutivo*, que o “significado positivo” de qualquer termo – e, assim, sua “identidade” – pode ser construído (HALL, 2012, p. 110).

O ser humano possui um olhar deveras costumeiro sobre a realidade que se descortina no seu entorno, a qual apenas é efetivamente percebida e questionada ante o contato com o extraordinário. Doravante o acesso a práticas culturais diferentes, bem como sentidos distintos de um mesmo elemento do cotidiano, os sujeitos defrontam-se com novas formas de entender e interpretar o mundo, o que faz com que se apercebam, a partir do contato com as diferenças, quem eles são e com o que se identificam.

Essa premissa converge com o cenário promovido pela pós-modernidade, no qual o sujeito se desconhece de tal maneira, que a necessidade de se (re)encontrar leva-o a se enxergar no Outro, causando uma oposição que o ajuda a perceber, no encontro das identidades com as alteridades, o (re)conhecimento do Eu (HALL, 2006). De sorte, isso é possível porque a construção das identidades se dá como resultado do imbricamento entre os sentimentos de separação e distinção (SILVA, 2012).

Por meio da diferença, a qual também é formada por aspectos simbólicos, são estabelecidas as singularidades entre os membros dos grupos sociais, o que contribui para delimitar as identidades (WOODWARD, 2012). Através da fixação das diferenças torna-se possível apartar uma identidade da outra, através de variados sistemas de classificação que permitem aos sujeitos distinguirem-se entre “nós” e “eles”, processo essencial para que o sujeito possa delimitar quem é e onde pertence, mesmo que provisoriamente.

As identidades e as diferenças adquirem sentidos mediante os sistemas simbólicos e discursivos pelos quais são representadas, e somente no âmbito das representações elas podem ser compreendidas (SILVA, 2012; WOODWARD, 2012). A este respeito, vale considerar que, a identidade e a diferença se constroem, desconstroem e reconstroem constantemente no interior dos intercâmbios sociais, os quais são sustentados por mecanismos linguísticos, que transversal a esse encadeamento ocorrido nas esferas social e simbólica, ocasionam efeitos reais na sociedade (CUCHE, 2012).

Ante o dissertado, cabe frisar que a representação formula e traduz os significados que regem a identidade (SANTOS, 2012). Assim sendo, a representação identitária é postulada por sistemas simbólicos que versam sobre os sentidos dados à signos que referiam às práticas culturais dos grupos sociais. Esses sentidos são decodificados e utilizados como elementos

discursivos para expressar/reforçar identidades, comunicar diferenças e apresentar os aspectos simbólicos para outros grupos sociais.

A representação identitária expressa o modo como a identidade é simbolizada, por meio de uma tentativa de (re)construção do cotidiano de grupos sociais e dos elementos socioculturais que os concebem e singularizam, a fim de proclamar as especificidades culturais que localizam os sujeitos sociais no mundo ao longo do tempo. Assim sendo, a representação da identidade evoca um vislumbre sobre um dado grupo social, sua relação com o meio e os indivíduos, sua evolução histórica, percepções e formas de interpretar o mundo.

Dito de outro modo, compreende-se nesta pesquisa que a representação identitária expressa os significados socialmente atribuídos às práticas culturais, com as quais os sujeitos de um dado grupo social mais se reconhecem e se distinguem dos demais. Para tanto, esse processo se vale de histórias, narrativas, corporalidades, estórias, dentre outros recursos da memória e linguagem, a fim de estabelecer sistemas discursivos que oportunizem a partilha inteligível desses significados, com respeito aos sentidos como foram concebidos.

Isto é importante porque, conforme disposto por Sousa (2012, p. 91), “[...] quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade”. Dentro desse contexto, é relevante salientar que a representação identitária pode difundir uma concepção de identidade muitas vezes inventada, manipulada ou estratificada, com o intuito de atender a fins específicos, a partir da comunicação de significados atribuídos por alguns, a uma determinada prática social, como sendo alusivos a todos, ou indicativo de que foram concebidos pelo grupo social que a exerce em seu dia-a-dia.

Por sua vez, percebe-se que a representação identitária é usada pelos sistemas de poder para instituir e propagar valores simbólicos e materiais específicos, delimitando os sentidos que são socialmente aceitos e que devem ser partilhados, à medida em que invisibiliza a heterogeneidade e diversidade sociocultural (HALL, 2016). Não por acaso, essa premissa levanta questões sobre os sentidos com os quais somos interpelados cotidianamente: Quem os construiu? Como os estruturaram? Com qual finalidade? A quem eles representam? Para quem eles se destinam? Como eles se apresentam?

É sob esta prerrogativa que Woodward (2012) trata ao afirmar que a representação vincula a identidade e a diferença aos sistemas de poder. Para atribuir sentido ao mundo social, a identidade encontra-se envolta de disputas e lutas, as quais são permeadas por práticas discursivas que sujeitam a identidade a significados impostos por agentes hegemônicos, e para se validar socialmente, dentre outros recursos, recorre-se a antecedentes históricos com vistas

a demarcar as diferenças. No entanto, do ponto de vista da autora, essa busca no passado pode na verdade produzir novas identidades ao invés de reafirmá-las, o que dependerá da forma como esta é adotada.

Nesse contexto, observa-se que as identidades estão localizadas no espaço-tempo simbólico, atreladas a formações históricas e acervos culturais acurados, de tal modo que a representação da identidade ao expressar as “[...] tradições que ligam passado e presente, mitos de origem que projetam o presente no passado e narrativas que conectam o indivíduo a eventos históricos locais” (HALL, 2003, p. 432), deve possibilitar que os significados construídos e transmitidos possam ser passíveis de contestação e mudanças, respeitando sua característica dinâmica e mutável concernente às estruturas da realidade social.

Ante a relevância da representação identitária para a moldar as concepções e práticas dos sujeitos sociais, aqui é analisada sua serventia aos interesses de forças dominantes para atender a projetos políticos e de consumo, a partir de uma imagem “reproduzida” da realidade social, que, na verdade, manipula a memória e a identidade, criando discursos e símbolos homogêneos. É nessa direção, que narrativas de grupos socioculturalmente tidos como minoria, se perdem e são invisibilizados em favor de sentidos que não representam a realidade social.

## 2.2 DIMENSÕES SIMBÓLICAS DA ALIMENTAÇÃO: OS SENTIDOS DA COMIDA

Embora a alimentação seja uma necessidade vital humana, uma demanda fisiológica, essa não deve ser interpretada como algo puramente natural. Conforme a perspectiva interdisciplinar dos Estudos Culturais, a cultura compõe todos os aspectos da vida social, e no contexto da alimentação, trata-se de um fenômeno coletivamente vivenciado que institui um conjunto de significados atrelados a alimentos, práticas e hábitos alimentares, por meio dos quais o homem transforma e reinterpreta a natureza (SALVADO; JOUKES, 2019).

Em outras palavras, a alimentação é um sistema simbólico que manifesta sentidos, de modo que é difícil explicá-la sem considerar as estruturas sociais e conjunturas históricas dos territórios nos quais ela se dá. Ao ratificar o exposto, Montanari (2008) ressalta que a alimentação é produto e representação de práticas socioculturais, que perpassam pela construção de um sistema classificatório, bem como pelo estabelecimento de técnicas para a escolha, produção, preparo e consumo de alimentos.

À vista disso, Rocha, Rial e Hellebrandt (2013, p. 189) entendem por cultura alimentar “[...] o conjunto de representações, crenças, conhecimentos e práticas herdadas e aprendidas

que estão associadas à alimentação e são compartilhadas pelos indivíduos de uma sociedade ou grupo social”. Trata-se de um sistema cultural repleto de classificações, símbolos e significados, o qual é formulado por meio das práticas alimentares cotidianas e o valor simbólico dada a elas pelos grupos.

Portanto, a cultura alimentar é composta por elementos materiais e imateriais inseridos no dia-a-dia dos grupos sociais, sendo alicerçada em técnicas, conhecimentos, crenças, hábitos, valores, tradições, rituais, dentre outras práticas culturais ligadas a alimentação, que transpassam desde a escolha até o consumo do alimento. Pode ser entendida também como uma herança compartilhada ou comunicadora de identidade, cujos bens culturais somente podem ser compreendidos a partir do acesso aos valores e significados neles investidos pelos sujeitos sociais, que atribuem significados distintos ao que se come, como, quando e com quem.

Para Montanari (2008), essa é uma construção sociocultural que tem início nos primórdios da raça humana, quando o homem ingeria alimentos *in natura*, resultante de caça ou coleta, sob orientação de um sistema classificatório que o permitia identificar um alimento como comestível ou venenoso. Com o uso do fogo, além de comer os alimentos em sua versão natural, o indivíduo transforma-o, mudando suas propriedades organolépticas, ou seja, aroma, aparência, textura e sabor. Capta-se, assim, que o valor cultural do alimento é reforçado, mediante a modificação de suas características.

O antropólogo Lévi-Strauss (2004) nos traz essa mesma percepção ao abordar o triângulo culinário por ele proposto, o qual é circunspecto pelo cru, cozido e apodrecido. Segundo este pesquisador, o ato de cozinhar os alimentos representa a atribuição da função cultural à alimentação (por meio da transformação cultural do cru para o cozido, e deste para o apodrecido), a qual se vale da adoção progressiva de técnicas, utensílios e conhecimentos. É nesse contexto que surge a comida, enquanto produto cultural portador de significados.

### **2.2.1 A comida enquanto manifestação de memórias gustativas e cultura alimentar**

A dimensão simbólica conferida a alimentação é o que oportuniza a diferenciação semântica entre o alimento e a comida. Da Matta (1984) assevera que a comida é um elemento marcador de identidade, enquanto o alimento é apenas um conteúdo alimentar. Maciel (2005, p. 49) advoga a este respeito, pontuando que “na alimentação humana, natureza e cultura se encontram, pois se comer é uma necessidade vital, o quê, quando e com quem comer são

aspectos que fazem parte de um sistema que implica atribuição de significados ao ato alimentar”.

A partir do explicitado, é perceptível que, conceitualmente, alimento é diferente de comida (Quadro 2): o alimento é uma manifestação da natureza, um fator imprescindível para a manutenção da vida humana; ao passo que a comida agrega para si a dimensão cultural da alimentação, por meio da qual os sujeitos se expressam, se diferenciam, se reconhecem. Isso permite conceber que, toda comida é alimento, porém nem todo alimento é comida (YAMAGA; SAUERBRONN, 2019). Logo, a comida é resultado de processos de socialização e transformação da natureza, estando associada à subsistência, mas sobretudo, ao prazer.

Quadro 2 – Conceitos de Alimento e Comida

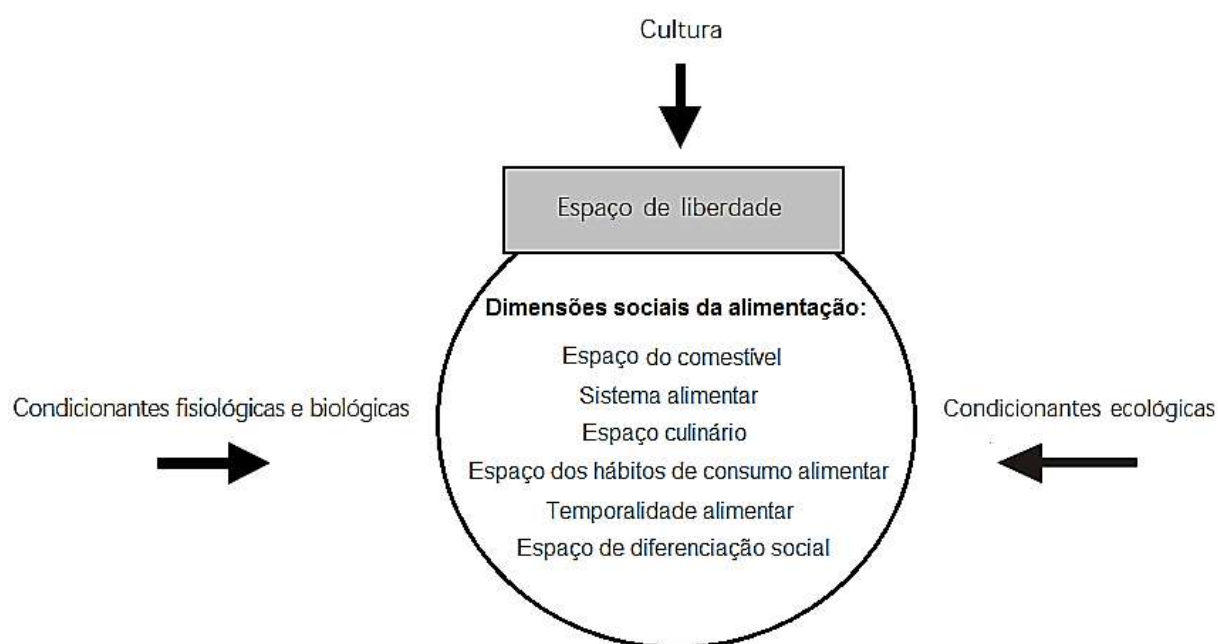
Conceito	Alimento	Comida
Definição	Substância sólida ou líquida que é ingerida para fornecer energia e nutrientes aos seres vivos em atendimento às suas necessidades fisiológicas, visando a manutenção das funções vitais.	Alimento transformado pelo homem, conforme preferências individuais e coletivas, mediante o cozimento e combinação de insumos, tornando-se, assim, fonte de manifestação de identidades.

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Destarte, a dimensão cultural da alimentação pode ser identificada durante o processo de escolha, onde é selecionado o que será preparado e ingerido; na produção, quando o alimento é plantado, colhido, caçado e/ou pescado; no preparo, onde o alimento é transformado por meio de receitas; e, durante o consumo, quando seleciona-se o que e como comer (MONTANARI, 2008). Cumpre ressaltar que, apesar da prática cultural de cozinhar os alimentos haver acrescido valor simbólico a comida, a ingestão do cru também contém significados.

Com o intuito de facilitar o entendimento da alimentação sob o viés socioantropológico e sintetizar o publicado até então, nesta pesquisa será adotado o conceito de espaço social alimentar (Figura 3), criado por Poulain e Proença (2003), o qual é produto da imbricação entre as dimensões natural e cultural desse fenômeno, e expõe a conexão biológica e social dos sujeitos ao seu meio.

Figura 3 – Espaço social da alimentação



Fonte: Adaptado de Poulain e Proença (2003)

Conforme apresentado pelos autores, a alimentação é regida por dois grupos de condicionantes: 1) fisiológicas e biológicas, referentes a necessidade humana vital de nutrir-se; e, 2) ecológicas, que versam sobre o meio ambiente no qual o grupo social está inserido. Essa dupla de condicionantes possui uma zona de liberdade, a qual é adotada pelo cultural e corresponde ao espaço social alimentar, composto por seis dimensões sociais (POULAIN; PROENÇA, 2003):

- Espaço do comestível: refere-se à escolha do grupo humano sobre os alimentos que irá ingerir dentre aqueles colocados à sua disposição pelo meio natural ou que serão por eles produzidos;
- Sistema alimentar: representa o conjunto de estruturas tecnológicas e sociais que são empregadas durante o cultivo, colheita e produção para chegar ao consumo humano;
- Espaço culinário: corresponde à localização geográfica da cozinha (dentro ou fora de uma casa, por exemplo), assim como as estruturas sociais nela incutida (questões de gênero, corporalidades, estruturas coloniais), as práticas culturais de preparação da comida (saberes e fazeres), e as relações interpessoais nela desenvolvidas;
- Espaço dos hábitos de consumo: engloba os rituais inerentes ao ato de se alimentar (definição do que comer, quantas vezes, como, onde);

- Temporalidade alimentar: considera uma série de ciclos temporais cotidiano que são socialmente determinados (estilos alimentares por período da vida, ritmos das refeições, temporadas festivas, período de pesca e defeso, plantio e colheita);
- Espaço de diferenciação social: constitui os simbolismos ligados à alimentação que caracterizam e diferenciam os grupos sociais de culturas diferentes, assim como os sujeitos que os constituem.

Ante a exposição das dimensões sociais da alimentação, esta pesquisa se centrou nos contornos dos espaços culinário e de diferenciação social a fim de fundamentar a pesquisa empírica acerca da culinária identitária do município de São Cristóvão/SE. Para tanto, é imprescindível entender aqui como se dá o processo material e simbólico de alimentação, com foco no ato de cozinhar, além dos significados atrelados a essa prática cultural e como estes singularizam determinados grupos, os identificando e representando.

Assim, dissertar acerca da relação do homem com o meio é um passo importante. Como observa Bahl, Gimenes e Nitsche (2011), o domínio sobre as condições propícias do clima e do solo para o plantio possibilitou ao homem a sua fixação em um dado espaço, bem como o uso dos recursos naturais nele disponíveis para o cultivo de alimentos e criação de animais, mediante a compatibilidade destes com o meio, o que oportunizou maior diversidade e abundância de alimentos.

Espécies nativas e exóticas de alimentos se mesclam, sendo socialmente empregadas na alimentação cotidiana dos sujeitos, ao longo da história. Assim, Poulain e Proença (2003) afirmam que, os grupos que coabitam um mesmo espaço podem apresentar alimentação distinta, isso porque, certos alimentos são socialmente aceitos por um grupo social, ao passo em que são recusados por outros, mesmo ambos estando no interior de uma única sociedade.

Durante o processo de escolha do que se alimentar, o indivíduo não costuma analisar o fator nutricional da comida ingerida habitualmente, sendo influenciado, na verdade, pelos alimentos que lhe são disponíveis e acessíveis, pelo sistema classificatório socialmente criado e transmitido, assim como os gostos e crenças do grupo social com o qual se convive. Nesse contexto é constituída a cultura alimentar, que segundo Makuta (2020, n.p), é entendida como a “[...] manifestação de um modo de vida. É a síntese do conhecimento tradicional que é passado de geração a geração”.

A cultura alimentar é composta por conhecimentos, crenças e práticas alimentares cotidianas que retratam o modo de vida de uma parcela da sociedade e se perpetua ao longo do

espaço-tempo, sendo transmitido hereditariamente. É importante salientar que, esse processo é resultado de contextos ambientais, que regem a disponibilidade do alimento; econômicos e políticos, que permeiam o acesso a este para consumo; e, socioculturais, que o tornam socialmente desejado e aceito (DA MATTA, 1984).

No contexto histórico, a cultura alimentar é composta pela manifestação de heranças culturais que se manifestam por meio de tradições, as quais figuram como espelhos de uma época e território, e são expressas em rituais, tabus e predileções que são compartilhadas e atualizadas ao longo das gerações, mediante escolhas alimentares responsáveis por desenvolver, conforme disserta Lima (2015), os hábitos alimentares.

Pacheco (2008, p. 219) trata os hábitos alimentares como “[...] um repertório de práticas atreladas ao alimento que tendem a se repetir ao longo do tempo, e que têm geralmente sua base formada na infância”. Para o autor, os hábitos alimentares extrapolam as preferências individuais, sendo adquiridos via socialização, a qual se inicia no ambiente familiar, e vai se ampliando para outros grupos com os quais os sujeitos interagem e efetuam trocas culturais.

Nessa conjuntura, os seres humanos são introduzidos a experiências gustativas que, ante uma vivência significativa, o consumo reiterado e os valores sociais arraigados, se adaptam e incorporam às suas alimentações cotidianas. Nesse âmbito, se formatam as memórias gustativas, as quais Azambuja (2018, p. 208), definem como “[...] memórias associadas a um prazer gastronômico provocado e evocado por alimentos e bebidas: são as lembranças de comidas e bebidas, e são as comidas e bebidas que trazem lembranças”.

Na percepção do autor, as memórias gustativas são as recordações de experiências alimentares do passado suscitadas no indivíduo, seja pelo contato com comidas e bebidas no momento presente ou não. A sensação provocada nos cinco sentidos humanos pela alimentação pode remeter a lembranças do passado, assim como ser rememorada pelos indivíduos, mas, para tanto, tende a estar associada a vivências intensas, em geral, atreladas a recordações de infância/adolescência e a relações afetivo-identitárias (STEFANUTTI; GREGORY; KLAUCK, 2018).

Percebe-se, então, que as memórias gustativas possuem um viés nostálgico, afetivo, por vezes reconfortante, que possibilita aos indivíduos rememorar comidas, seus ingredientes e técnicas de preparo, além de relembrar pessoas, lugares e acontecimentos envolvidos nesse processo (CASCUDO, 1967). As memórias gustativas são construções sociais, cujos sabores, despertam emoções e sentimentos que contribuem para a constituição de memórias afetivas,



sejam estas relacionadas a preparação/degustação da comida ou decorrentes de pessoas e situações que são por meio dela lembradas.

A intensidade da experiência alimentar pode, inclusive, possibilitar que o sujeito deguste simbolicamente sabores de outrora, a ponto de sentir figurativamente, no presente, os aromas e sabores do passado. Seguindo esta perspectiva, Corção (2006, p.1) assevera que “[...] a sensação gustativa é capaz de ativar uma sensação que transcende o tempo no qual o indivíduo está inserido”. Assim, as memórias gustativas mais significativas possuem uma forte associação com o paladar, apesar dos outros sentidos apresentarem grande relevância.

Vale ressaltar que os hábitos alimentares podem mudar completamente ao longo da vida, mesmo nas situações onde a memória gustativa se mantém e se perpetua. Além da influência do esquecimento e da adoção de novos hábitos, a existência de memórias gustativas que não são agradáveis, pode ser um fator que contribua para tal ocorrência, visto que há comidas e situações que despertam sensações desagradáveis nos sujeitos, mediante a forma que os sabores e aromas lhe foram apresentados (ISHIZAKA, 2019).

As memórias gustativas ainda inspiram a criação de tradições, mediante a relevância da prática alimentar para o grupo social e a relação desta com as identidades dos sujeitos. Assim, por meio da repetição cotidiana de hábitos e práticas alimentares, estas são firmadas na memória e cristalizadas como tradições alimentares, sendo, portanto, transmitidas pelo grupo ao longo das gerações como uma herança do passado que retrata suas especificidades.

### **2.2.2 Comidas identitárias: a culinária como marcador de pertencimento e meio de expressão de um povo**

A culinária está inserida no cotidiano de um território como uma evolução natural do processo de alimentação, sendo, portanto, atrelada à cultura de um povo e conectada à transformação do alimento em comida. Por meio do ato cotidiano de cozinhar são deflagrados hábitos e práticas alimentares, assim como significados socialmente construídos e transmitidos ao longo das gerações. Desta feita, a culinária combina sabores, aromas, texturas e cores que são expressas pela comida, auxiliam na construção de relações entre indivíduos e é resultado do uso de conhecimentos, técnicas e tecnologias.

[...] [trata-se da] prática ou habilidade de preparar os alimentos através da combinação, mistura e aquecimento dos ingredientes. Um estilo ou método de cozinhar especialmente como característica de um determinado país, região ou estabelecimento. Alimentos que foram preparados de uma maneira particular (BAHLS; AÑAÑA; KRAUSE, 2019, p. 12).

Durante este levantamento, percebeu-se que, na academia existe uma tendência a utilização equivocada dos termos culinária e gastronomia, ora como sinônimas, ora se contradizendo, além desses conceitos serem empregados de modo indiscriminado. À vista disso, aqui efetuou-se uma breve distinção semântica entre culinária e gastronomia, conforme expresso no quadro a seguir.

Quadro 3 – Conceitos de Alimentação, Culinária e Gastronomia

Conceito	Alimentação	Culinária	Gastronomia
Definição	Processo mediante o qual os seres vivos ingerem conteúdo alimentar para obtenção de nutrientes e energia visando a manutenção de suas funções vitais	Manifestação cultural que se liga a situações cotidianas, atrelada a aspectos sociais, políticos e ambientais, e por meio do qual o homem transforma alimento em comida.	Campo no qual, genericamente, se dá o refinamento da culinária, compreendendo uma preocupação primordial com o sabor, a estética e o <i>status</i> social promovidos pela comida.

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

Apesar da culinária também possuir uma preocupação com o sabor, visto que, a partir dela, o ato de se alimentar por necessidade se uniu ao prazer de comer, esta apreensão é muito menor do que o percebido na gastronomia, onde os métodos e técnicas de preparo da comida tem como mote principal proporcionar o máximo de prazer à mesa. No mais, outro aspecto distintivo é que a culinária manifesta a conduta dos agrupamentos sociais atinentes à comida, a ponto de ser possível defini-los, mesmo que parcialmente.

Braga (2004, p. 39) ratifica o dissertado ao asseverar que “[...] o comportamento relativo à comida liga-se diretamente ao sentido que conferimos a nós mesmos e à nossa identidade social. Desse modo, práticas culinárias revelam a cultura em que cada um está inserido, visto que comidas são associadas a povos em particular”. O exposto permite afirmar que a culinária é permeada de significados e memórias que se materializam na comida e figuram como marcadores identitários de determinados grupos.

A cozinha estabelece uma relação de identidade entre nós [...] A cozinha é o meio universal pelo qual a natureza é transformada em cultura. A cozinha é também uma linguagem por meio da qual “falamos” sobre nós próprios e sobre nossos lugares no mundo (WOODWARD, 2012, p. 43).

Enquanto prática sociocultural composta por símbolos, atos, imaginários e significados, a culinária pode ser analisada como um sistema de comunicação (MONTANARI, 2008), uma vez que expressa os valores de um grupo, expõe as estruturas sociais e veicula significados socialmente construídos. De acordo com o autor supracitado, aliado ao ato de cozinhar, o ato de comer também é um importante meio para autorepresentação, além de oportunizar trocas culturais por intermédio do paladar.

É importante ressaltar aqui que, alimentar-se possui uma conotação biológica/fisiológica e comer é entendido como um ato social, cultural e político. Apesar da influência do gosto – seja como sabor, sensação individual; ou como saber, avaliação sensorial coletiva (MONTANARI, 2008) –, o que comemos é mediado por predileções pessoais, mas sobretudo, por estilos de vida, estruturas socioeconômicas, ideologias, crenças, tabus, imaginários, representações e demais construções sociais. Em decorrência desse cenário, a culinária engloba os atos de cozinhar e comer, os quais adotam uma prerrogativa socializadora, agregadora (SOUZA, 2012).

A comensalidade explica essa característica do ato de comer, à qual é suscitada pela sociabilidade gerada a partir da reunião das pessoas em torno da mesa (MONTANARI, 2008). Nesse contexto, ao passo em que ingerem comida, os sujeitos intercambiam significados acerca de experiências do cotidiano, inclusive, sobre os saberes e fazeres que compõem a culinária. À vista disso, podemos atestar que durante o ato de cozinhar, os grupos sociais constroem significados que serão partilhados no momento de comer. Cumpre pontuar que, a ação de comer possui um caráter simbólico-ritualístico, sendo, portanto, permeado por simbolismos também.

Para Da Matta (1984), o ato social de comer possui ainda um valor comunicativo, haja vista que além de transmitir os sentidos dados à comida por quem a preparou, este também possibilita que quem a ingere exponha os sentidos por ele construídos, gerando importantes trocas culturais por intermédio da comensalidade. Corroborando com o exposto, Montanari (2008, p. 16) assevera que, “[...] a comida se apresenta como elemento decisivo da identidade humana e um dos mais eficazes instrumentos para comunicá-la”.

Em suma, a culinária proporciona sabor e sentido a comida, além de retratar a sociedade na qual está inserida, o que torna a cozinha um espaço carregado de relações sociais e forte relação com o passado. Portanto, essa é composta por bens culturais tangíveis e intangíveis que variam em favor do espaço-tempo, detendo histórias condicionadas à transformação pela qual a sociedade e o território passam, bem como aos significados que a coletividade lhe atribui.

Assim, Long (2018) adota a expressão culinária como sinônimo de cozinha, de modo que quando se refere à cozinha francesa, cozinha baiana, fala-se, na verdade, sobre a culinária desses territórios.

Nesse panorama, surge a culinária identitária como a marca de um grupo social, a qual expressa o modo particular de cozinhar e comer, socialmente estabelecidos, fruto do uso de alimentos-base do território, adoção de técnicas e utensílios tradicionais, bem como da relação da comida com a história local, a qual é usada para representar um agrupamento. A culinária identitária corresponde a um conjunto de saberes e fazeres delimitados socioculturalmente em coerência com os hábitos e práticas alimentares de determinados territórios, representando, assim, o patrimônio alimentar vivido por um povo.

A culinária identitária pode ser entendida como o conjunto de simbolismos, representações, conhecimentos, práticas, expressões e técnicas, resultante de miscigenação cultural, a qual é construída ao longo do tempo e repassada através das gerações, mediante o uso das memórias. Apesar dessa premissa, capta-se que as culinárias identitárias estão em constante transformação, assim como a sociedade, por isso é tida como uma ponte entre passado e presente por manter vivo o legado cultural de um povo (LEITE; SANCHEZ, 2020).

Com isso, hábitos e práticas alimentares (saberes e fazeres) são difundidos e valorizados como marcadores identitários de um povo, em um cenário onde a cultura alimentar de um lugar é retratada por meio de comidas típicas. Essas comidas possuem técnicas de preparo, ingredientes, histórias, estórias e/ou significados que as associam a uma região e transformam-nas em símbolos locais, mesmo muitas delas não estando inseridas no cotidiano dos grupos sociais. Maciel (2004) propõe o uso do termo emblema alimentar para se referir a elas.

Essas comidas, em geral, tidas como típicas ou emblemas alimentares, assumem essa posição de destaque mediante a influência de forças hegemônicas políticas e/ou do mercado, que torna-as símbolos da cultura alimentar de um dado lugar, reduzindo a culinária identitária de um território ou grupo social a um número limitado de comidas e bebidas, o que, por sua vez, também restringe os valores, sentidos e narrativas que circundam os atos de cozinhar. Essa dinâmica será discutida mais detalhadamente no próximo capítulo.

Em contraponto a esse movimento, Menezes (2013) salienta a relevância dos alimentos identitários como elementos culturais e símbolos de identidade, os quais são representantes da cultura alimentar de uma parcela da sociedade de dado território, produzidos mediante conhecimentos e práticas perpetuados ao longo do tempo e transmitidos pela hereditariedade, em geral, através da oralidade. Diante disso, conforme a autora supracitada, os alimentos

identitários possuem valor de uso e troca, sendo por ela conceituados como o conteúdo alimentar que detém relação biológica, social e/ou cultural com o território no qual é produzido, fundamentado nos saberes, fazeres e identidades locais.

Todavia, considerando a distinção entre alimento e comida anteriormente apontada nesta pesquisa, concebe-se que deve ser adotado o uso de dois termos (alimento identitário e comida identitária), com conceituações distintas, para contemplar a dimensão apresentada pela autora acima referida. Diante disso, neste estudo, entendeu-se alimento identitário como o conteúdo alimentar que contém relação biológica com o território do qual provém e relação sociocultural pelo modo como é cultivado e colhido, ao passo que a comida identitária aqui é definida como produto alimentar que detém relação social, política e/ou cultural com o território no qual é produzido, sendo ambos, alimento e comida identitários, provenientes de modos de saber e fazer enraizados no cotidiano e história das comunidades.

Assim sendo, a comida identitária, em sua dimensão material, atua como significante, expressando sua dimensão cultural e sendo responsável por externar sentidos que demonstram o modo de vida de um grupo social, além de permitir recontar a história de um povo, resgatando as constantes transformações socioculturais, políticas e econômicas pelas quais esses sujeitos foram submetidos. Muitas destas, diante da sua relevância, foram elevadas à condição de patrimônio cultural, onde são salvaguardados os saberes e fazeres que a compõem, como é o caso do acarajé e da feijoada.

Cumprе salientar que, esses simbolismos oportunizam a criação/fortalecimento das identidades alimentares, que Tonezer *et al.* (2018, p. 244) trata “[...] na sua dupla dimensão biocultural, como complexo gustativo compartilhado por um grupo e como um universo simbólico interiorizado que informa àqueles que o compartilham os limites entre a cultura e a natureza, entre o que é próprio e o que é distante”. Ou seja, a identidade alimentar refere-se às comidas, hábitos e práticas alimentares que falam sobre as pessoas, suas histórias e experiências individuais e como grupo social, assim como seus lugares, crenças e valores.

As tradições, técnicas, ritos, representações, imaginários e demais simbolismos envolvidos na culinária são evocados pela identidade alimentar, e externados materialmente por intermédio da comida identitária. Essa construção social se dá ante a manifestação habitual dos modos pelos quais os sujeitos reinterpretam o meio e o utilizam em seu benefício. Mediante o estranhamento suscitado pelo contato com outras culturas alimentares, os indivíduos diferenciam seu patrimônio alimentar e separam-no dos demais existentes.

Esse movimento ocorre no cerne da sociedade, onde as identidades alimentares variam de uma cultura à outra, mas também no interior dos agrupamentos, haja vista que frente a gostos e repulsas, tabus alimentares, crenças religiosas, estilos de vida, problemas de saúde, dentre outras especificidades, uma comida pode conjurar identificação em uns, ao passo que em outros não. Esse panorama ajuda no entendimento do porquê uma comunidade detém identidades alimentares distintas.

Os significados construídos pelos grupos sociais criam diferentes modos de relação entre o homem e a comida, a ponto de uma receita apresentar diversos modos de preparo dentro de um único grupo, e os indivíduos ainda sim se sentirem representados pelo bem cultural material. A escolha por uma técnica em detrimento da outra, muitas vezes encontra-se atrelada aos contextos de onde essa provém, a exemplo de legado familiar ou histórico-evolução da sociedade. Em outras palavras, as identidades alimentares se manifestam por meio de saberes e fazeres que são transmitidos através da memória.

Diante disso, podemos inferir que as identidades alimentares são materializadas nas comidas identitárias e traduzem as manifestações socioculturais dos povos, expondo a intimidade dos sujeitos, ao, inclusive, versar sobre tradições que não são amplamente publicizadas. É influenciada pela história, trocas culturais e mudanças sociais de cada época, podendo se transformar ao longo do tempo, e em conformidade, com as condições socioeconômicas, políticas, ambientais e geográficas das populações.

As culinárias identitárias expressam e fortalecem as identidades alimentares, servindo como um lugar de referência para a comunicação dos simbolismos atrelados a comida identitária. Por tratar-se de um microcosmo da realidade social, é importante que esta externalize os sistemas simbólicos e classificatórios da população como um todo, contemplando diferentes comidas, e por conseguinte, distintas práticas e hábitos alimentares.

Todavia, apesar da comida ser repleta de simbolismos, muitas vezes estas são apresentadas e transmitidas de forma descontextualizada dos vínculos histórico-culturais que possuem com o território e grupo social, mesmo estando conectadas com as práticas socioculturais locais. Isso porque, a culinária identitária de um grupo social deve possibilitar que os sujeitos se sintam representados, contribuindo como elemento de identificação coletiva, o que nem sempre ocorre.





Produção de doces de goiaba em calda - Povoado Cabrita, São Cristóvão/SE.  
Foto: Cecília Paes (2022).



### **3 OS USOS TURÍSTICOS DA COMIDA E A COMUNICAÇÃO DAS REPRESENTAÇÕES NA SOCIEDADE DAS EXPERIÊNCIAS: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

Esta seção elucida a relação entre a culinária identitária e a experiência turística, ressaltando a importância dos elementos simbólicos que circundam a cultura alimentar na construção das representações identitárias conforme os hábitos de consumo da sociedade pós-moderna. Após tratar sobre o consumo turístico das comidas identitárias, esta finda em uma discussão sobre a comunicação turística e a concepção de identidades-consumo no mercado turístico. Logo, as prerrogativas aqui advogadas visam nortear as análises e produtos resultantes deste estudo.

#### **3.1 SOCIEDADE, CULTURA E TURISMO: AS COMIDAS IDENTITÁRIAS COMO PATRIMÔNIO VIVIDO E PRODUTO TURÍSTICO**

O papel relevante da cultura como fator motivador dos deslocamentos turísticos não remonta da atualidade, mas sim de meados do século XVII, onde as viagens a destinos culturais se davam motivadas, em essência, pelo patrimônio cultural tangível contido nos destinos turísticos (RODRIGUES, 2009). Nesse contexto, consonante às estruturas de opressão da colonização, a oferta turística dos destinos culturais referenciava à memória de uma parcela da sociedade e focavam em acontecimentos históricos pontuais, os quais eram transmitidos apenas sob um viés, em geral, das classes dominantes.

Desse modo, eram criados destinos homogeneizados culturalmente, nos quais a experiência turística se dava de modo ilusório, baseada em eventos total ou parcialmente fictícios e fora de contexto, por intermédio da reprodução massificada de práticas turísticas culturais (COSTA, 2014). Ante algumas mudanças no paradigma mundial, como a busca incessante dos consumidores por diferenciação, os destinos turísticos culturais passam a diversificar sua oferta turística atrelando ao patrimônio cultural tangível, as imaterialidades que singularizam e dão ‘vida’ à cultura dos destinos.

Todavia, esse processo, a priori, não ocasionou os resultados esperados, de modo que os simbolismos e subjetividades que permeiam a cultura foram apropriados e transformados em mercadoria para o consumo turístico massificado, e a comunidade local, nesse processo, permaneceu subordinada aos imperativos dos agentes hegemônicos, visto que os ganhos



econômicos do *trade* turístico permaneceram sobrepondo as necessidades e interesses dos autóctones, panorama decorrente do modelo de dominação das massas vigente, que ainda prepondera e impacta sobremaneira o modo de ‘fazer’ turismo.

Posto isto, a cultura local era descontextualizada e apresentada como um espetáculo para o consumo turístico, tendo, para tanto, seus significados esvaziados, em claro serviço ao projeto colonizador estruturalmente arraigado na sociedade, o qual invisibiliza ou folcloriza os símbolos dos povos colonizados (WILLIAM, 2019). Assim, a comunidade local era tida como exótica, panorama que ocasionava a sua marginalização e exploração pelo turismo, criando realidades inventadas, destinos monótonos e homogêneos, experiências turísticas superficiais e passivas, sem oportunizar trocas autênticas entre turistas e residentes. Em suma, sem autenticidade.

Abre-se aqui uma breve reflexão sobre o termo autenticidade, visto a ambiguidade e variedade de discussões que o circundam. Houaiss (2004, p. 77) traz um conceito amplamente adotado como senso comum, no qual a autenticidade “[...] é o caráter do que é genuíno, verdadeiro”. No entanto, ante a influência da criação de tradições, reflexo da pós-modernidade, e o uso indiscriminado do termo, este precisou ser melhor delimitado.

À vista disso, Wang (1999) determina a existência de quatro tipos de autenticidade: a autenticidade física, a qual se atrela às características físicas e históricas para traçar a originalidade; a autenticidade construtivista, aquela que é concebida pelos diversos atores sociais, por meio de construção social; autenticidade pós-moderna, atributo adotado pelo mercado na descrição de seus produtos para impulsionar o consumo; e, a autenticidade existencialista, a qual é provida de percepções, experiências e sensações particulares a cada indivíduo na busca do Eu legítimo.

Em linhas gerais, a autenticidade é um conceito com conotação e aplicação subjetiva, que pode ser medida com base em uma análise histórico-geográfica, a fim de delimitar um objeto, acontecimento ou prática no espaço-tempo; pode ser entendido como um conjunto de representações, ou seja, sentidos socialmente construídos que se distinguem entre os grupos, e muitas vezes até mesmo entre os sujeitos de um mesmo agrupamento; pode ser adotado por agentes políticos e pela mídia para promoção turística, nesse caso, sendo um predicado alegórico para impulsionar o consumo; e, pode ser uma propriedade resultado do processo de reconhecimento de si empreendido pelos sujeitos.

Nesta pesquisa, ao ser adotado o termo autenticidade está-se aludindo à sua concepção física e construtivista, tendo em vista que, conforme já discutido aqui, a culinária é um elemento

cultural, composto de práticas e hábitos sociais em um dado espaço-tempo, porquanto, é entendida como elemento cultural intrinsecamente atrelado à identidade, por isso, vista como um conjunto de significados atribuídos pelo meio social a coisas que possuem elementos-base conectados ao território, à formação e transformação da sociedade, à interpretação de mundo dos sujeitos.

Retomando à discussão principal, nota-se que, em consonância com o movimento crescente no mundo suscitado pela globalização e pelo pensamento decolonial, práticas turísticas mais conscientes tem emergido e potencializado o interesse pelo local, com a valorização do tradicional e sustentável, bem como a preocupação em reafirmar as identidades culturais, propiciando, assim, que os elementos identitários que simbolizam camadas menos abastadas ou minorias sociais sejam amplamente valorizados (DIAS, 2006; FUNARI; PELEGRINE, 2009).

A partir disso, as motivações de viagem pautadas na cultura têm crescido, em virtude dos interesses dos atuais e potenciais consumidores em conhecerem a pluralidade característica do local, de modo que a culinária tem influenciado diretamente na imagem dos destinos, além de figurar como principal motivação ou como atração complementar de sua oferta turística (RICHARDS, 2009). Percebe-se, então, que a dimensão econômica do turismo é causa e efeito das interações materiais e simbólicas ocorridas entre os atores sociais, e entre estes e o meio no qual a atividade se desenvolve.

Sendo assim, a culinária figura como um importante elemento cultural, que pode possibilitar intercâmbios legítimos entre turistas e residentes, a partir de experiências com a cultura de múltiplos povos, além do acesso a produtos que possuem modos de produção artesanais e forte ligação com o lugar e as pessoas nele inseridos. Nessa direção, o interesse dos turistas em conhecer a pluralidade característica dos destinos, por intermédio da culinária, tem aumentado a oferta de produtos e serviços nesse viés, o que tem angariado maior destaque para os aspectos diferenciadores do destino.

### **3.1.1 Comidas Identitárias: Patrimônio Vivido x identidades-consumo**

Na tentativa de instituírem-se como estados soberanos, os Estados-nação estabeleceram alicerces pautados na elaboração de mitos fundadores e na invenção de tradições, visando designar uma ideia de pertença baseada na soberania territorial, onde imperava a prerrogativa da identidade homogênea e da cultura absoluta, diante da qual as diferenças e diversidades

culturais eram suplantadas em detrimento da busca em unificar todos os sujeitos sob a égide de uma unidade nacional (HALL, 2006).

É neste contexto, que no século XX, incorrem as primeiras manifestações mundiais com vistas à proteção de bens culturais arquitetônicos de modo a perpetuar o seu testemunho histórico, simbolismo e significado. Essas discussões buscavam instituir um legado cultural absoluto, que serviria como única herança digna de preservação e perpetuação para usufruto da posterioridade, a qual detinha-se, inicialmente, às edificações remanescentes da Antiguidade e da Idade Média, que representavam os notáveis legados das civilizações do passado (ZANIRATO, 2018; DIAS, 2006; FUNARI; PELEGRINI, 2006).

Observa-se que a noção de patrimônio, no meio cultural, advém dos tempos modernos, sendo estabelecida pelos Estados-nação que se interessavam em determinar a existência de uma herança coletiva ligada à memória social, a qual precisava ser preservada a fim de constituir uma identidade homogênea atrelada à construção de sentidos de pertencimento à nação. A esse respeito, Peralta (2007, p. 9) expressa que “este novo modelo de coesão social seria socialmente publicitado por recurso à oficialização de uma memória colectiva deliberadamente desenhada para simbolizar a unidade nacional, garantir a legitimidade do estado e sustentar o consenso político-institucional”.

Todavia, à medida que os bens culturais eram elevados ao patamar de patrimônio, mudanças substanciais ocorriam em seus *status* social, ensejando em alterações nos seus significados e usos (ZANIRATO, 2018), o que contribuía para que o interesse da sociedade pelas edificações fosse modificado, afastando os autóctones dos bens que anteriormente estavam inclusos em seu cotidiano, indo assim, na contramão do pretendido pelo Estado.

Nesse processo, o objeto ou lugar muda de status, seu repertório de significado e de usos se altera [...], alterações pelas quais o elemento patrimonializável passa e que são de natureza semântica, jurídica, cognitiva. Para isso, ele é extraído ou deslocado de seu contexto inicial (um pré-requisito para a artifização), alterado terminologicamente (passa a ser conceituado como monumento histórico, obra-prima, artística), normatizado por dispositivos jurídicos (acautelado pelo poder público por instrumentos como registro, chancela, tombamento) e inserido em discursos que reiteram sua excepcional condição (ZANIRATO, 2018, p. 12).

Conforme apontado por Zanirato (2018), esse cenário provém do processo de patrimonialização institucional o qual atribui valores ao bem cultural invocando informações do passado, com o intuito de torná-lo reconhecido pelo todo, na expectativa de produzirem efeitos sociais ligados à memória, despertarem sentidos de pertencimento e construir

identidades. Para tanto, a comunidade é tida como detentora deste legado, sob tutela do Estado, o qual era disponibilizado apenas para contemplação pública, como modo de garantir sua integridade.

[...] a função primordial da memória, enquanto imagem partilhada do passado, é a de promover um laço de filiação entre os membros de um grupo com base no seu passado colectivo, conferindo-lhe uma ilusão de imutabilidade, ao mesmo tempo que cristaliza os valores e as aceções predominantes do grupo ao qual as memórias se referem. [...] a memória colectiva é o *locus* de ancoragem da identidade do grupo, assegurando a sua continuidade no tempo e espaço (PERALTA, 2007, p. 5-6).

Nessa direção, a memória é tratada como instrumento de controle, de modo que a (re)descoberta do passado e a invenção da tradição foram estratégias utilizadas pelos Estados-nação para a construção da identidade nacional, a ponto de, até este momento, o processo oficial de patrimonialização dos bens culturais priorizava a preservação de edificações arquitetônicas, complexos urbanísticos e obras artísticas que remetiam a grandes acontecimentos históricos e a erudição, sob o enfoque de um grupo social específico - etnia branca, religião católica e elite política e econômica, por serem “[...] capazes de mostrar a evolução das ações humanas, seu aprimoramento e seu caminhar em direção à civilização, ao progresso” (ZANIRATO, 2018, p. 14).

Fica claro, a partir dessa discussão, que o processo de salvaguarda dos bens culturais decorria de uma manipulação da memória, através da construção política deliberada de símbolos, que buscava instituir uma coesão social pautada em uma memória oficial, a qual apagava o legado dos grupos subalternos, impondo a construção de uma identidade baseada em símbolos decretados. A este respeito, Peralta (2007, p. 8-9) ressalta que “[...] as imagens do passado são estrategicamente inventadas e manipuladas por sectores dominantes da sociedade para servir as suas próprias necessidades no presente [...] mediante a imposição de uma memória oficial”.

Estas imagens são transmitidas aos sujeitos através da representação, na qual se dá uma produção discursiva e simbólica de um passado comum que exclui socioculturalmente determinados grupos, em geral, grupos marginalizados, os quais historicamente são oprimidos e invisibilizados em suas necessidades, interesses e legados pelas forças hegemônicas de poder. Uma vez que, conforme apontado por Woodward (2012), os sujeitos reivindicam suas identidades, e por conseguinte, suas posições de sujeito no mundo social por meio do apelo aos seus antecedentes históricos, apagar a memória destes grupos é encarcerá-los indefinidamente em situação de vulnerabilidade socioeconômica, cultural e psíquica.

Esse contexto é resultante da colonialidade do poder, que segundo Quijano (1992), é entendida como “[...] um conjunto de práticas de subjetivação, mecanismos de poder, dominação e discriminação – articulando raça e trabalho, espaços e pessoas – que se produziram a partir da estrutura colonial”. Em coerência ao processo de dominação e opressão inerente à colonização, na pós-modernidade ainda se perpetuam relações assimétricas de poder que subalternizam povos historicamente dominados, e promovem a desqualificação de práticas, conhecimentos e subjetividades de outrem.

Assim, a luta para afirmar as diferentes identidades perpassa por conflitos, contestações e crises (SILVA, 2012), bem como acontece com o patrimônio, o qual se apresenta como representação do legado histórico-cultural de um povo. Diante disso, parte da população não se sentia representada pelas edificações e obras patrimonializadas, principalmente a camada popular, haja vista que as criações culturais provenientes desta parcela da sociedade, dentre as quais destacavam-se aquelas atreladas ao cotidiano, não eram incluídas como herança cultural institucionalizada e tidas como elemento relevante para valorização e preservação pelo Estado, marginalizando determinados símbolos que remetiam aos grupos minoritários.

Entretanto, com o fenômeno da globalização e as transformações por ela impostas à sociedade, a estrutura social até então vigente se fragmenta e modifica, diminuindo a relevância das fronteiras territoriais e causando maior aproximação entre os indivíduos de todas as partes do mundo (HALL, 2006). Diante disso, Hall (2003) frisa que por intermédio da globalização, as compreensões acerca das identidades mudaram, de modo que a cultura passou a estar menos associada à sua localização. Para o autor, “as culturas sempre se recusaram a ser perfeitamente encurraladas dentro das fronteiras nacionais. Elas transgridem os limites políticos” (HALL, 2003, p. 35-36).

Frente ao panorama de contatos rápidos e facilitados suscitado pela globalização, a identidade muda em conformidade com o modo como o sujeito é interpelado ou representado, influenciando diretamente no ganho e perda, ou melhor dizendo, sustentação ou abandono constante de identificação (HALL, 2012). Sob esta prerrogativa, percebe-se a ocorrência de rupturas nas prerrogativas que fundamentavam a instituição do patrimônio cultural, tal qual as identidades nacionais, o que enseja na afirmação de que as identidades são plurais e a cultura é diversa.

Com a crise das identidades nacionais, se desvela o fracasso do modelo de identidade imposta pelos Estados-nação e a ascensão das identidades minoritárias, as quais, por intermédio do empoderamento, modifica as relações entre o global e o local

Esta nova dimensão da vida em sociedade acabou por interferir nas diversas relações estabelecidas entre os agentes sociais, os seus espaços e as instituições sociais. Os laços de solidariedade, vizinhança, parentesco, amizade e variados sentimentos construídos como fundamentais na solidez da ideia de pertencimento, aos poucos vão ganhando terreno com a fragmentação da ideia de Estado-nação (AZEVEDO, 2014, p. 29).

O patrimônio, apesar de concebido com o intuito de construir sentidos sociais de pertencimento, falha no seu intento, em algumas situações, à medida que muitos autóctones não sentem qualquer vinculação com o patrimônio institucional, em virtude do seu simbolismo e significado para o grupo social do qual fazem parte, ou a perde em decorrência das modificações de *status* social e usos pelos quais o bem cultural é submetido. Desta feita, Brayner (2007 p.13) aponta que, “[...] são os valores, os significados atribuídos pelas pessoas a objetos, lugares ou práticas culturais que os tornam patrimônio de uma coletividade (ou patrimônio coletivo)”.

A partir da década de 80, medidas são adotadas para a ampliação no conceito de patrimônio cultural, o qual passou a abranger não somente os elementos tangíveis, mas o popular e suas imaterialidades, como mecanismo de reafirmação da identidade cultural, propiciando que elementos identitários que simbolizavam camadas menos abastadas ou minorias sociais fossem amplamente valorizados (DIAS, 2006; FUNARI; PELEGRINI, 2006).

Entretanto, essa iniciativa não surtiu o efeito esperado, pois como apontado por Zanirato (2018, p. 24), “o que ‘faz patrimônio’ não é igual ao que se sente como patrimônio”, isso porque a colonialidade, através de suas estruturas de opressão e dominação sobre os saberes e modos de vida, descaracterizam, descontextualizam, esvaziam e transformam os significados que compõem aquele patrimônio vivido, tornando-o, para o povo em um patrimônio instituído, especialmente ante sua apropriação como bem de consumo. Nesse contexto, surgem as identidades-consumo a partir da (re)criação de uma cultura para atender aos imperativos do consumo, fundamentada em identidades culturais construídas ao longo do espaço-tempo, que são transformadas, recortadas, adaptadas e acrescidas.

Essa teoria auxilia no entendimento de que a identidade figura como um sistema de categorização no qual é mais relevante identificar os traços culturais cujos sujeitos sociais (re)afirmam e/ou sustentam suas diferenças do que os aspectos que os distinguem (AZEVEDO, 2014). Desse ponto de vista, advoga-se que as representações identitárias devem ater-se à premissa de expressar os sentidos tal qual são construídos pelos sujeitos e (re)produzidos no mundo social, e para tanto, deve-se possibilitar que os próprios sujeitos as expressem.

O consumo cultural gera diferenciações entre os consumidores através do contexto histórico-cultural e socioeconômico no qual estes encontram-se inseridos, e cujo interesse pelo produto será parametrizado por meio de uma enganosa liberdade de escolha (AZEVEDO, 2014). O autor supracitado, aponta que a mídia assume um papel relevante nesse cenário, ao criar narrativas sobre necessidades ilusórias que apenas servem para impulsionar o consumo, além de controlar a vida dos indivíduos.

É a decodificação das mensagens veiculadas pela mídia que formata a experiência das práticas que entendemos como consumo. Nesse sentido, o sistema simbólico formado pelos meios de comunicação de massa organiza o comportamento do consumidor – e o ato mesmo de consumo aí subjacente, que se realiza, antes de qualquer coisa, porque todos acessamos coletivamente os significados. São as mensagens orquestradas por forças como marketing, propaganda, embalagem, etc. que liberam a dimensão coletiva que classifica produtos e serviços. Ao tornar público o significado ao mundo da produção, disponibilizando um enquadramento cultural e simbólico que o sustenta, esse sistema realiza a circulação de valores e a socialização para o consumo. A cultura de massa libera o significado da produção dentro do universo do consumo e, nesse sentido, reafirma que a cultura é pública porque o significado o é (ROCHA, 2006, p. 91-92)

As mensagens veiculadas pelas mídias, por meio dos discursos publicizados, são interpretados a partir dos sistemas classificatórios e mapas conceituais socialmente construídos e aceitos, os quais são compostos por um sistema simbólico que, a todo instante, é manipulado pela mídia (HALL, 2016). Os valores simbólicos, em teoria, são efetivamente disponibilizados para a sociedade de consumo, todavia, na prática, a mídia impõe representações que, muitas vezes, adulteram os valores reais da cultura contrapondo o que foi estabelecido durante sua produção.

Desta feita, os sujeitos passam a consumir por prazer e *status*, ao passo que o mercado capitalista o instiga a adquirir cada vez mais mercadorias para aplacar necessidades, desejos e sonhos de consumo que são despertados pelas propagandas veiculadas nas mídias massivas. Essas são constituídas por imagens, representações e signos que difundem performances e gostos associados a grupos específicos. Assim, Pereira (2015) assevera que as representações são a principal mercadoria do sistema capitalista, isto porque os sujeitos produzem e consomem simbolismos.

Nessa direção, segundo Baudrillard (1995), mediante a criação de simulacros, os signos passam a expressar sentidos que inspiram no sujeito sensações temporárias de conforto e pertencimento, as quais logo se esvaem dando lugar a um vazio que apenas pode ser preenchido por meio do consumo de simbolismos que trazem para o indivíduo um senso fantasioso de

lugar. Logo, o consumo desses valores simbólicos é líquido, o que enseja na construção de identidades fragmentadas e descontínuas.

Nessa conjuntura, Hall (2006) pontua que na modernidade tardia, o sujeito sociológico perde sua noção de si mesmo, assim como seu lugar no mundo social dando espaço ao sujeito pós-moderno, o qual é composto por uma variedade de identidades instáveis, fraturadas, transitórias, inconsistentes, fragmentadas, contraditórias e inacabadas. A este cenário, o autor denomina de crise das identidades, onde a identidade assume um sentido múltiplo e mutável.

Não por acaso, para Freire Filho (2003), a crise das identidades impulsionou o consumo na sociedade, por difundir a ideologia de que por meio da aquisição de produtos e serviços é oportunizada a solução dos problemas de reconhecimento do eu, ao tempo em que se multiplicam a variedade de mercadorias para consumo e expandem-se incertezas sobre a escolha mais acertada para centralizar as identidades.

Assim sendo, essa transição impactou, sobremaneira, a cultura do consumo, conforme abordado, bem como as políticas de proteção da cultura, visto que seus bens passaram a ser salvaguardados e reorganizados para novos usos e formas de consumo, além de servir como meio para expressão dos povos, o que contribui para que se estabeleça como mote político de manipulação e dominação, sobretudo, a serviço da colonialidade (WILLIAM, 2019).

### **3.1.2 A relação entre comida e turismo: de serviço base a principal motivador de viagens**

A culinária é um elemento cultural que além de expressar identidades, ser suporte para socialização e intercâmbio cultural através do paladar, também se enquadra como prática vital para sobrevivência humana (SCHLUTER, 2003; GIMENES, 2009). Por meio dele, os sujeitos (re)interpretam a natureza e retiram do meio os recursos necessários para nutrir o organismo, além de expressar valores sociais e práticas culturais criados, difundidos e vivenciados no cotidiano ao longo do espaço-tempo.

Nesse contexto, a culinária identitária expressa os saberes e fazeres provenientes do convívio social, à qual é composta por hábitos e práticas alimentares construídas por meio da influência de diferentes identidades alimentares, com peculiaridades próprias. Trata-se de um fator de diferenciação sociocultural com alto valor simbólico e afetivo que retrata as singularidades de uma localidade por intermédio dos costumes alimentares, das técnicas de extração e produção, além dos aspectos naturais e comerciais de uma localidade.



Dessa feita, quando analisada a dimensão simbólica inerente à cultura alimentar, percebe-se que os significados dados por um sujeito que retira da natureza o alimento-base tende a ser distinto de quem produz uma refeição, assim como de quem a consome, sobretudo se o comensal pertencer a outro grupo social. Não por acaso, autores da sociologia e antropologia da alimentação, a exemplo de Montanari (2008), Lévi-Strauss (2004) e Poulain e Proença (2003), entendem que conhecer os sentidos que abarcam a comida e as práticas alimentares é tão necessário quanto saber sobre a sua produção e distribuição.

À vista disso, esse panorama propicia, sobremaneira, a atratividade turística de um destino, em virtude da busca dos turistas em vivenciar novas experiências e sabores, desde que o alimento apresente as suas características essenciais preservadas, e as práticas culturais inscritas na oferta turística possibilitem o acesso ao cotidiano popular em suas ações, valores simbólicos e significados socialmente construídos, os quais denotam as alteridades do território e do povo nele inserido.

O interesse público pela culinária cresceu a partir da década de 1990, ante a influência da mídia, através da proliferação de conteúdos culinários em meio televisivo, o que progrediu para preponderância da comida como símbolo de prazer e *status* nas mídias sociais *online* (SILVA; BEZERRA; NÓBREGA, 2019). Todavia, a partir da influência da globalização e da pós-modernidade, a relevância das cozinhas locais tornou-se mais acentuada, assim como o interesse por experimentar e conhecer culturas alimentares distintas.

Com isso, diversas mudanças na relação de consumo são percebidas. Os padrões de consumo que inicialmente foram concebidos a partir do “valor de uso” de bens materiais resultantes da modificação dos elementos naturais pelo homem a fim de atender necessidades humanas, e pelo “valor de troca” no qual uma mercadoria era trocada por outra distinta (AZEVEDO, 2014), com a partir da Revolução Industrial e o fortalecimento do capitalismo, são modificados, mediante a dissociação, por parte dos consumidores, do elemento material (produto) e humano (produtor) (MANCEBO et al., 2002).

Nesse processo se dá uma alienação dos consumidores, incitada pela produção em série e standardização dos produtos, de modo que os comportamentos de consumo são transformados, na medida em que antes encontravam-se atrelados a saberes e fazeres artesanais, e posteriormente, passam por um processo de “industrialização da cultura”, do qual ascende a cultura de massas, uma forma de padronização da cultura que falsamente erradica as distinções entre as classes sociais (AZEVEDO, 2014).

Nas últimas décadas, com o advento da internet, o consumidor passou a deter maior liberdade no processo de compra, visto a facilidade de acesso a mercados globais e a rápida circulação de informações, o que contribuiu para que os mesmos se tornassem mais exigentes, ao passo que seus anseios têm vertido em comportamentos cada vez mais mutáveis.

Neste ínterim, há uma ascensão na produção e consumo cultural decorrente do interesse do indivíduo em construir um sentido para a própria existência, reconhecer seu lugar na sociedade, bem como vivenciar novas experiências a partir de trocas autênticas com o outro. Logo, urge um interesse crescente pela novidade, pela singularidade em consumir o diferente como modo de autoconhecimento, através do aprendizado e valorização das alteridades.

Para Bauman (2012), a sociedade atualmente vive a pluralidade cultural, através do conhecimento e valorização da cultura de outros povos, fruto das constantes trocas culturais impulsionadas pelas facilidades de acesso a informações e indivíduos, a qual decorre da pós-modernidade, que é marcada por um consumo massivo e interesse em consumir o Outro. Isto posto, o autor aponta esse período como o mais propício para o intercâmbio cultural.

Neste contexto, há uma ascensão na produção e consumo da comida como elemento cultural decorrente da procura do indivíduo em construir um sentido para a própria existência, visando (re)conhecer seu lugar na sociedade, bem como vivenciar novas experiências a partir de trocas autênticas com o outro. Logo, urge um interesse crescente pela novidade, pela singularidade, um desejo em consumir o diferente como modo de autoconhecimento, através do aprendizado e valorização das diferenças.

Com isso, hoje em dia o consumo suscita um processo de enaltecimento das culturas locais em contraponto aos imperativos da ordem global, o que contribui para o crescimento na valorização das identidades locais, e por conseguinte, uma (re)descoberta do passado e dos costumes de cada localidade e/ou grupo social. Contudo, diferente do proposto pelos Estados-nação, os quais ideavam identidades generalistas atreladas aos territórios, na atualidade, as representações identitárias compreendem as alteridades e diversidades culturais.

O que se pode perceber então é que ou intelectuais, parte da imprensa e demais formadores de opinião entenderam o processo de globalização de forma equivocada ou este foi reescrito e reinventado ou este nunca exigiu o fim das identidades e representações regionais ou locais. Brasilidade, nordestinidade, baianidade, acreanidade, pernambucanidade são recorrentes nas instituições produtivas e reprodutivas, na história, na geografia, nas relações de poder, nos eventos, nas tradições inventadas, nos discursos dos representantes políticos, na publicidade e na propaganda, nos debates acadêmicos, na promoção dos destinos turísticos nos dias atuais. Mas não com os mesmos parâmetros e formatos que foram destacados na modernidade e na elaboração dos Estados-

Nação, mas com diálogos interessantes e necessários com as diferenças na atualidade (AZEVEDO, 2014, p. 31).

Diante disso, a culinária se configura como elemento de distinção entre as localidades e, por este motivo enquadra-se como ferramenta de valorização das características particulares a ela atrelados. No entanto, percebe-se que muitos destinos não se apropriam deste elemento cultural marcador de identidades, apropriando-se dos sistemas alimentares apenas como meio para atender à necessidade vital dos indivíduos de se alimentar. Logo, a oferta turística de alimentos e bebidas fica restrita aos seus aspectos material e biológico.

É importante ressaltar a incidência de destinos turísticos nos quais a oferta de alimentos e bebidas encontra-se totalmente dissociada dos hábitos e práticas alimentares locais, não sendo percebida a comercialização de comidas e bebidas identitárias em bares, restaurantes e similares. Nesse caso, o foco prioritário dos gestores turísticos encontra-se em adequar seus estabelecimentos gastronômicos para atender a turistas com a máxima qualidade, ou seja, a preocupação está centrada no sabor da comida e nos processos de produção/apresentação desta, mas não na expressão cultural promovida através do prato.

Esta tendência que era comum há décadas vem sendo amplamente substituída em decorrência da globalização e dos movimentos globais de valorização do alimento, a exemplo do *slow food*, os quais suscitaram maior destaque aos processos de produção e origem do alimento, promovendo aproximação entre produtor e consumidor, além de promoção dos sabores locais.

No âmbito do turismo, mais do que a inserção de pratos emblemáticos nos estabelecimentos de A&B, esse cenário também se manifestou mediante a comercialização de receitas tradicionais como *souvenirs*, assim como o uso de insumos e técnicas culinárias tradicionais na preparação de algumas comidas vendidas nos estabelecimentos de A&B.

Logo, a oferta turística voltada à alimentação deixa de ser restrita aos serviços de alimentação, sendo também fator de conhecimento das histórias, raízes e costumes culturais, conduzindo à formação de identidades. Com isso, os gestores turísticos são impulsionados a empreender estudos que não somente identifiquem as características singulares dos destinos, mas também, o resgate das tradições alimentares, conforme assevera Schluter (2003).

Posto isso, as comidas inseridas no ambiente íntimo das residências e grupos sociais, bem como os produtos que originalmente eram por esses produzidos e concebidos como de subsistência, passaram a ser mais valorizados e procurados por consumidores, que inclusive,

passaram a buscar antecipadamente os sabores disponíveis nos destinos para os quais pretendiam viajar além de empreender viagens para prioritariamente degustá-los.

É nesse panorama que a culinária progressivamente torna-se um dos mais relevantes produtos para o turismo e os seus simbolismos passam a figurar como importante diferencial competitivo. Decerto, a culinária fortalece a importância dos sujeitos sociais no turismo e propicia que estes apresentem-se como atores centrais do fenômeno ao fomentar a valorização da cultura alimentar dos destinos turísticos, contribuindo, então, para o desenvolvimento local.

Através da priorização dos recursos endógenos e saberes locais é enaltecido o valor das imaterialidades, da autenticidade e da originalidade, as quais encontram-se fundamentadas na cultura local e geram valor para produtos e serviços produzidos pelos autóctones (GASTAL, 2012).

Percebe-se que a relação entre comida e turismo oportuniza que os ganhos provenientes do consumo turístico sejam distribuídos entre grandes empresários, micro empreendedores e vendedores informais, o que contribui para incentivar o empreendedorismo na base local, ampliar a oferta de serviços de alimentação, interiorizar a oferta turística e promover o desenvolvimento dos destinos (CASTRO; CAVALCANTI; RABELO, 2020).

Logo, além de gerar ganhos advindos de bares, restaurantes e similares, tal qual, da comercialização de *souvenirs*, a apropriação da culinária identitária pelo turismo tem se ampliado na oferta turística gerando a criação de outros produtos para atender aos imperativos de uma demanda em franca expansão. Isto porque, na atualidade, o visitante ou turista tem buscado mais do que experimentar os pratos característicos do destino turístico, almeja-se também participar ou acompanhar a produção destes.

Assim, ao ponderar sobre o mercado turístico mundial, percebe-se que muitos destinos têm diversificado sua oferta turística a fim de atender aos desejos e imperativos de uma demanda turística que procura por experiências culinárias e gastronômicas. Diante disso, Gimenes-Minasse (2020) nos apresenta os atrativos turísticos que são contemplados no âmbito da alimentação e que podem ser inseridos nos destinos turísticos para atender aos interesses de visitantes e turistas contemporâneos, conforme disposto no quadro abaixo:

Quadro 4 – Atrativos turísticos relacionados à culinária/gastronomia

Atrativo	Descritivo
----------	------------

Cursos e atividades de aprendizado	Cursos e atividades educativas com diferentes durações que ensinam sobre a produção e preparo de comidas ou bebidas
Degustações e harmonizações	Degustações de diferentes produtos (azeite, chocolate, mel, queijo, vinho, cerveja, cachaça, pratos típicos) que podem ser oferecidas em diferentes espaços e estabelecimentos
Estabelecimentos de alimentação	Bares, restaurantes, casas noturnas, padarias e outros estabelecimentos de alimentação fora do lar que, por alguma característica (localização, edificação, associação a um filme ou livro, gastronomia diferenciada) são capazes de atrair visitantes
Estabelecimentos de comercialização de produtos	Locais dedicados à venda de produtos alimentícios (ingredientes ou produtos prontos para consumo), tais como mercados municipais, adegas, lojas de chocolate, etc.
Eventos gastronômicos	Festas, festivais e outros eventos centrados em ingredientes <i>in natura</i> , em comidas ou bebidas específicas, ou tradições alimentares. Muitas vezes a programação gastronômica é conjugada com opções de entretenimento.
Feiras livres, feiras gastronômicas e comida de rua	Feiras realizadas em espaços públicos para comercializar produtos <i>in natura</i> (feiras livres) ou especializadas em comida e bebida pronta para consumo (feiras gastronômicas). A menção à ‘comida de rua’ inclui barracas e <i>foodtrucks</i> em espaços públicos que oferecem refeições ou petiscos prontos para consumo.
Locais de produção	Espaços de produção alimentar como queijarias, vinícolas, chocolaterias, alambiques, etc., que ofereçam visita. Esta categoria inclui estabelecimentos de “colha e pague” e “pesque e pague”.
Museus sobre alimentação	Instituições dedicadas a salvaguardar, conservar e exibir acervos relacionados a diferentes práticas alimentares.
Comidas e bebidas típicas	Pratos, iguarias e bebidas tradicionais de uma localidade, oferecidos em eventos, estabelecimentos de alimentação e em estabelecimentos de comercialização de produtos
Rotas, roteiros e circuitos turísticos	Percursos previamente definidos que tenham temática abertamente gastronômica, ou que possuam uma alta incidência de elementos gastronômicos, incluindo diferentes atrativos mencionados neste quadro.

Fonte: Minasse-Gimenes (2020, p. 96)

A variedade de atrativos e atrações culinárias/gastronômicas que os destinos turísticos podem ofertar demonstra a vantagem competitiva suscitada nos destinos que tem a comida como elemento da oferta turística. Diante do exposto, compreende-se que a comida é um recurso proeminente para o turismo, por, dentre outros aspectos, suscitar múltiplos produtos turísticos através das manifestações que a contemplam, podendo gerar, inclusive, um expressivo retorno econômico para os destinos turísticos.

Não por acaso, o segmento movimenta cerca de R\$ 250 bilhões por ano no Brasil, segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (RIBEIRO, 2022). O

fortalecimento da comida como marca de destinos turísticos tem advindo de movimentos globais que promovem a relevância da cadeia produtiva alimentar, tal qual, incentivam à valorização dos elementos simbólicos que perfazem as comidas características de cada localidade. Assim, saberes, fazeres, viveres, identidades e memórias são resgatados e enaltecidos em um processo de resgate que não visa apenas, ou sobremaneira, promover a salvaguarda deste patrimônio cultural, mas, sobretudo, fomentar a geração de renda.

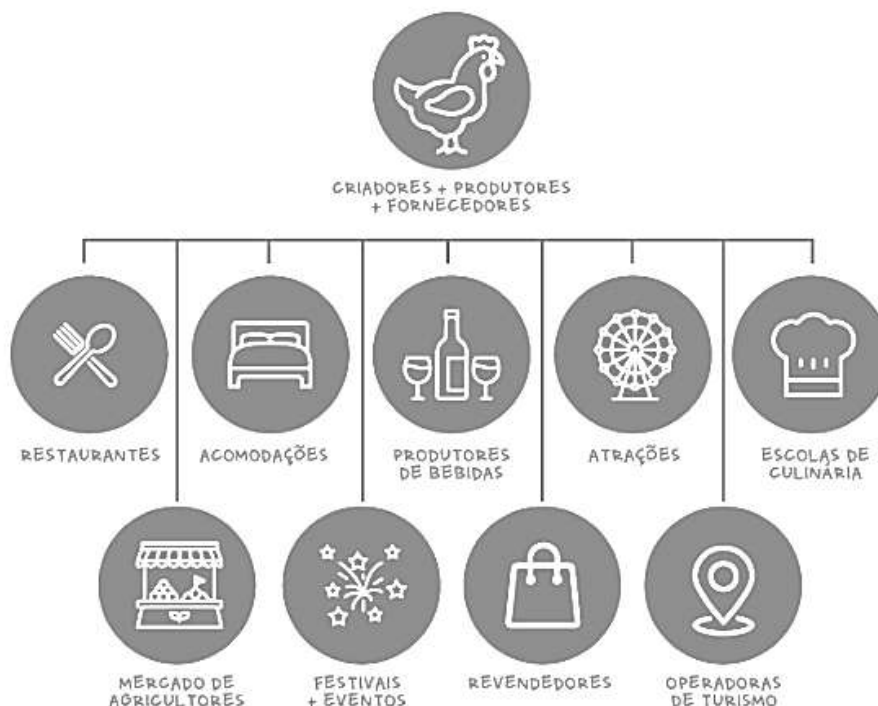
No entanto, cabe salientar que, para desenvolver a potencialidade turística da gastronomia brasileira e diversificar a oferta dos destinos nacionais será necessária a adoção do planejamento do turismo como processo norteador, através do qual é empreendido um inventário, e posterior diagnóstico, dos atrativos e equipamentos turísticos potenciais e reais dispostos nos territórios, assim como das infraestruturas básicas e de apoio ao turismo, a fim de identificar os recursos e meios disponíveis para desenvolver um destino.

Nessa direção, o Ministério do Turismo lançou, em 2019, o Programa Nacional de Turismo Gastronômico, cujo propósito é estabelecer diretrizes para auxiliar na estruturação e promoção do turismo gastronômico no Brasil, haja vista que o país figura em 2º lugar dentre os países com maior diversidade natural e 9ª colocação quando se analisa o aspecto cultural. Esse panorama evidencia a vocação do país como destino gastronômico, ante a heterogeneidade de culturas alimentares presentes no 5º maior país em dimensão territorial no mundo (BRASIL, 2022).

A iniciativa resulta de estudos e consultas públicas aos atores envolvidos em todas as etapas da alimentação, desde o processo de preparação até o consumo da comida, a fim de mapear os eventos, roteiros e demais produtos turísticos brasileiros ligados à culinária/gastronomia; levantar os produtos agroalimentares nacionais; e, sistematizar as políticas públicas relacionadas ao turismo gastronômico. O programa intitulado “Gosto pelo Brasil!” entende o turismo gastronômico como um componente da economia criativa e do turismo cultural (BRASIL, 2022).

Nesse processo também é imprescindível levantar os atores sociais que compõem o trade turístico e a cadeia produtiva do turismo gastronômico (Figura 4), pois somente através da união e efetiva interlocução entre os atores sociais no planejamento e gestão do turismo, a atividade poderá despontar como um fenômeno socioeconômico benéfico aos envolvidos direta e indiretamente com ela, visto que, na prática, o turismo em muitos destinos ainda é formulado com foco exclusivo nos ganhos econômicos dos agentes hegemônicos, desconsiderando os interesses dos demais sujeitos envolvidos.

Figura 4 – Cadeia produtiva do turismo gastronômico



Fonte: Guedes, Jacques, Rachão (2020)

A cadeia produtiva do turismo gastronômico une o *trade* turístico aos agentes sociais que desenvolvem atividades ligadas à alimentação. Com isso, esta é composta por pequenos produtores, chefs de cozinha, membros do terceiro setor, gestores públicos e privados, pesquisadores e comunidade local (BRASIL, 2022; GUEDES; JACQUES; RACHÃO, 2020). A partir da união entre estes autores é possibilitado que todos os empreendimentos turísticos do destino ofereçam, em maior ou menor grau, experiências turísticasculinárias/ gastronômicas.

### 3.1.3 Turismo gastronômico: segmento base ou subsegmento do turismo cultural?

Na academia, sobretudo internacional, há um debate na acerca da melhor denominação para englobar as viagens pautadas em experiências alimentares, haja vista a incidência de diferentes termos usados para nomeá-las, os quais, ora são tratados como sinônimos, ora adotados com diferenças sutis (GIMENES-MINASSE, 2020). É possível encontrar na literatura estrangeira, pesquisas com os seguintes termos: *food tourism*, *gastronomy tourism*, *culinary tourism*, *cuisine tourism*, *gourmet tourism* e *gastronomic tourism*.

Segundo Hall e Sharples (2003), o *food tourism* ou turismo de alimentação, em tradução literal, é entendido como a viagem composta por experiências turísticas atreladas à alimentação,

desde a ida a equipamentos de alimentos e bebidas (A&B) motivada pelo interesse do consumidor em degustar comidas emblemáticas ou pratos preparados por *chefs*, assim como realizar visita a mercados locais e degustações da culinária identitária a fim de suprir a necessidade fisiológica pelo alimento. Para os autores, o turismo de alimentação é composto por subsetores: *gastronomic tourism*, *culinary tourism*, *cuisine tourism* e *gourmet tourism*.

O turismo gastronômico (*gastronomic tourism* ou *gastronomy tourism*) representa o segmento do mercado turístico de alimentação no qual o interesse principal do turista é degustar produtos de qualidade comprovada e que lhe conceda ou demonstre *status* social (MOHANTY; SADUAL, 2019). Ou seja, a demanda turística desse segmento está focada em consumir a materialidade da comida, as sensações físicas suscitadas e prestígio que a experiência pode promover. Já para a UNWTO (2017, p. 7), o turismo gastronômico compreende os "[...] turistas e visitantes que planejam suas viagens de forma parcial ou total para experimentar a culinária local ou realizar atividades relacionadas à gastronomia".

Nota-se, assim, a existência de divergências no conceito de turismo gastronômico: o conceito de turismo gastronômico da Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2017) retrata o conceito de turismo de alimentação proposto por Hall e Sharples (2003), o qual possui expressiva aceitação pela academia, haja vista melhor se aproximar das especificidades dessa demanda turística. Isso porque, conforme já abordado, para Hall e Sharples (2003) o *food tourism* refere-se ao segmento no qual o turista busca por experiências gastronômicas/culinárias em sua viagem.

O turismo gastronômico, em geral, compreende a oferta da alimentação como um serviço de hospitalidade ou atração turística onde o consumo da comida é focado em restaurantes e experiências mais comerciais, cuja realidade é transformada para atender a padrões globais, descaracterizando-a, e priorizando alimentos com *terroir*, ou seja, aqueles que detêm um conjunto de fatores ambientais específicos do território, como solo, umidade, clima, temperatura e incidência solar, influenciando para que o alimento detenha características singulares (RONCHETTI; MULLER, 2016).

De tal maneira, esse segmento do turismo, conforme concebido por Hall e Sharples (2003), habitualmente contempla a motivação por experimentar comidas e bebidas que possuam algum tipo de certificação que lhes confirmem boa reputação, a exemplo do uso turístico dos produtos alimentícios certificados como Especialidade Tradicional Garantida (ETG) ou Indicação Geográfica (IG). Essas certificações visam a identificação de produtos que possuem características únicas relacionadas exclusiva ou essencialmente à sua localização geográfica.



Tratam-se de instrumentos estratégicos de competitividade no mercado mundial, os quais são concedidos a produtos que sofrem influência direta dos aspectos ambientais, sociais, econômicos e culturais no seu processo de produção, extração ou fabricação, a exemplo do Champagne (espumante), na França; Parma (presunto), na Itália; doces finos tradicionais e de confeitaria (Pelotas/RS), aguardente (Salinas/AL), farinha de mandioca (Bragança/PA), queijo (Serra da Canastra/MG) e vinho (Vale dos Vinhedos/RS) (COSTA, 2014; MAIORKI; DALLABRIDA, 2015).

No tocante ao turismo culinário (*culinary tourism*), este faz referência às viagens nas quais os turistas procuram novas experiências gustativas e sabores peculiares disponíveis por meio de comidas emblemáticas, as quais possuem características singulares concernentes ao destino visitado, em geral, produtos que não podem ser encontrados em outros locais, o que oportuniza o contato com a cultura do destino (MOHANTY; SADUAL, 2019).

Essas comidas se diferenciam dos produtos alimentícios presentes no turismo gastronômico, segundo Hall e Sharples (2003), por serem essencialmente atreladas à história e cultura dos destinos, em geral, apresentando forte relação com as camadas mais populares de dada localidade. Um exemplo disso, é a motivação dos turistas em viajar para a Bahia visando comer moqueca, acarajé, caruru, abará, vatapá, ou ir a Minas Gerais comer pão de queijo, doce de leite, leitão à pururuca, feijão tropeiro, tutu, dentre outros. Além de servirem como *souvenirs* gastronômicos, esses produtos também são inseridos no turismo a partir de eventos gastronômicos e circuitos turísticos.

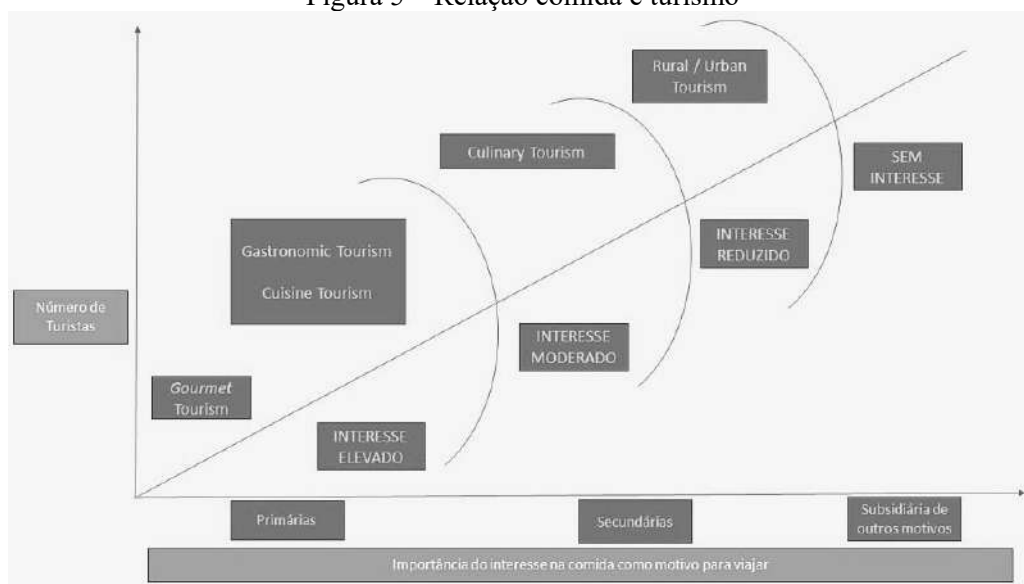
Já a *cuisine tourism* (turismo de cozinha, em tradução literal), segundo os atores citados, trata-se de um conceito mais atual que contempla premissas de tendências emergentes, onde os turistas procuram por experiências mais imersivas, com um contato mais aproximado entre turistas, residentes, a história e modo de vida local. Nesse caso, o turista experiencia a colheita do alimento e preparação da comida, tendo como anfitriões autóctones que desempenham essas práticas alimentares em seu cotidiano.

Pode-se, a partir do conceito apresentado fazer uma analogia entre esse segmento de mercado e o turismo de experiências/turismo criativo, no qual o turista interage direta e ativamente com o autóctone, ou seja, esse não somente conhece o modo de vida dos residentes, mas também vivencia e pratica-o. Logo, o turista busca participar desde o processo de obtenção dos insumos, até sua preparação, ao invés de somente consumi-lo, imerso nas histórias de vida, saberes, fazeres e sabores dos grupos sociais locais.

No *gourmet tourism* (turismo gourmet), o foco se direciona à gastronomia de luxo, haja vista ser realizado por turistas com paladar refinado que buscam comida de alto padrão gastronômico, inclusive, os pratos que retratem as especialidades locais, desde que estes contenham insumos de altíssima qualidade, seja ofertada em ambientes requintados e preparados por renomados *chefs* de cozinha (GIMENES-MINASSE, 2020).

Ante o exposto, percebe-se a diversidade de modos com os quais o turista pode se relacionar com a comida durante sua estadia no destino. Na figura abaixo, Hall e Sharples (2003) cunham o nível de interesse com que cada subsetor do *food tourism* se integra à comida como produto e atração turística.

Figura 5 – Relação comida e turismo



Fonte: Duarte e Cunha (2020) adaptado de Hall *et al.* (2003)

A figura aponta que os subgrupos *gourmet tourism*, *gastronomic tourism* e *cuisine tourism* abarcam os perfis de turistas que possuem um elevado interesse pela oferta turística de produtos e serviços associados à comida, ou seja, são aqueles que viajam principalmente motivados pela comida. O *culinary tourism* compreende os turistas que apresentam interesse moderado por atividades turísticas relativas à comida do destino.

O *rural/urban tourism* atém o público com interesse reduzido em conhecer a culinária/gastronomia local. Por fim, unem-se os turistas que não possuem qualquer interesse, ou cuja importância da comida para a viagem é muito reduzida, restringindo-se ao indispensável para a sobrevivência. Considerando as características e níveis de interesse dos turistas pela comida durante suas viagens, Hall e Sharples (2003) traçaram quatro perfis de turistas do segmento *food tourism*:

- Turista gastronômico: compreende aqueles que praticam *gourmet tourism*, *gastronomic tourism* e *cuisine tourism*, onde todas ou a maioria dos atrativos e atrações visitadas correlacionam-se à comida;
- Turista culinário: a comida figura como um de seus muitos interesses no destino turístico;
- Turista urbano ou rural: apenas participa de atividades ligadas à comida se essa apresentar características diferenciadas do habitual ou do já conhecido;
- Turista com baixo interesse/nenhum interesse: apenas fazem uso de estabelecimentos de A&B pela necessidade de alimentar-se.

No Brasil, as conceituações que retratam, em específico, a relação da comida e do turismo se restringem ao turismo gastronômico, o qual “consiste em toda viagem na qual a motivação principal [do turista] está no prazer em degustar alimentos e bebidas e conhecer elementos gastronômicos de uma localidade” (FAGLIARI, 2005, p. 30-31). Já Gândara, Gimenes e Mascarenhas (2009, p. 181) entendem o turismo gastronômico como “[...] uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade”.

O Ministério do Turismo (BRASIL, 2010, p. 25) acredita que o turismo gastronômico “[...] deve ser entendido a partir da articulação da atividade turística com a oferta gastronômica, que deve estabelecer uma conexão com a identidade da cultura local ao compartilhar os valores e costumes de um povo”. Valadão, Modesto e Herrmann (2021, n.p) ressaltam que “toda e qualquer atividade que envolva o alimento de um modo geral é considerado nesse caso”.

Gimenes-Minasse (2020) frisa que mesmo nos casos em que o turista faz uso de produtos ou serviços de alimentação no destino turístico, apenas pode-se caracterizar como turismo gastronômico aquela viagem na qual a comida engloba grande parte dos produtos e serviços consumidos durante a estadia do visitante. Logo, as viagens turísticas nas quais a comida não se apresenta como mote impulsionador do deslocamento turístico, devem ser denominadas a partir do principal elemento que impulsionou a viagem.

Percebe-se, a partir do exposto, que o conceito de turismo gastronômico também apresenta divergências no Brasil, visto que, para alguns autores esse deve centrar-se nas práticas turísticas de cunho alimentar como motivação principal para a viagem, ao passo em que outros salientam que esse segmento desconsidera o nível de interesse do turista pela gastronomia/culinária; o importante é que essa seja de alguma forma consumida.

O presente estudo não possui o interesse ou pretensão de delimitar com exatidão um conceito de turismo gastronômico ou defender a relevância do uso do termo “turismo culinário” no Brasil, mas sim demonstrar os esforços da academia e dos órgãos oficiais do turismo em englobar e nomear as viagens turísticas nas quais ocorrem experiências alimentares demandadas pelos visitantes e ofertadas pelo *trade* turístico. Isso é reflexo da relevância da culinária/gastronomia no fenômeno turístico, a ponto desta apresentar-se como o 3º maior impulsionador de viagens no mundo, conforme dados da UNWTO (2017).

O que se quer ressaltar aqui, é que o turismo gastronômico, na forma como costumeiramente é posto, de maneira geral, dá pouca ênfase à dimensão simbólica da comida, invisibilizando a pluralidade de identidades alimentares presentes nas destinações turísticas. Nesse caso, o enfoque reside na oferta turística de comidas emblemáticas as quais são, em muitos casos, desprovidas de seus sentidos ao serem promovidas e ofertadas para o consumo turístico, de modo que o foco do turista acaba situado na materialidade da comida e nas sensações físicas por ela promovida.

Esse cenário retrata a construção das identidades-consumo no turismo, como visto anteriormente. Com o intuito de atender aos imperativos da demanda, o *trade* turístico local elenca comidas emblemáticas que são usadas como marca da culinária identitária dos territórios, em clara alusão aos elementos diferenciadores dos destinos turísticos: os recursos endógenos (aspectos históricos, geográficos, sociais, culturais e econômicos). Capta-se, no entanto, que muitas destas comidas retratam tradições inventadas ou são apresentadas descontextualizadas de seus sentidos “originais”.

Essas comidas deveriam servir como uma prévia da herança alimentar do destino, de modo a impulsionar o deslocamento turístico para o consumo, mesmo que parcial, da cultura alimentar local, e por consequência, da diversidade de comidas características dos destinos turísticos, o que contribuiria para que as identidades alimentares e memórias gustativas dos povos fossem valorizadas e promovidas. Essa premissa encontra eco no exposto pelo Ministério do Turismo (BRASIL, 2022), que explana o baixo grau de atratividade que uma comida tem, por si só, para motivar o deslocamento turístico.

Contudo, o que se percebe, na prática, é que a oferta turística de muitos destinos se encerra nessas comidas e seus alimentos-base, desconsiderando a heterogeneidade e multiplicidade de hábitos e práticas alimentares presentes no território, o que limita as experiências turísticas, esvaziam esses símbolos de pertencimento, bem como invisibilizam outras comidas. Não por acaso, a culinária identitária é tratada aqui como um bem cultural e

produto turístico, que permite ao turista a vivência de experiências diversas em coerência com as especificidades e potencialidades do destino, bem como o nível de interesse do visitante acerca do consumo turístico da comida.

Com isso, um horizonte de possibilidades se descortina, já que a culinária pode figurar como atrativo turístico de qualquer segmento turístico, sobretudo daqueles pautados no usufruto da cultura local, a exemplo do turismo cultural, turismo de experiência e turismo criativo. Esses segmentos pautam sua oferta turística na promoção de experiências imersivas no cotidiano local, panorama que converge com o comportamento de consumo dos turistas atuais que procuram vivenciar situações que despertem emoções e sensações memoráveis (GÂNDARA *et al.*, 2010; ALMEIDA, 2019; SOUZA; PERINOTO, 2015).

Portanto, apesar da existência do turismo gastronômico como segmentação de mercado (LONG, 2018; SCHULTER, 2003), em conformidade com o disposto por Gimenes-Minasse (2020) e Hall e Sharples (2003), este trabalho enfoca na culinária como ativo do turismo cultural, visto que as comidas identitárias do objeto de estudo desta pesquisa não possuem atratividade significativa para impulsionar, por si só, o fluxo turístico no destino, visto não estarem organizadas em nenhum produto turístico, além de os turistas e visitantes deste destino turístico ainda não apresentarem interesse substancial por atividades turísticas relativas à comida no destino.

Tratar a comida como um ativo do turismo cultural possibilita ordenar produtos que possibilitam ao turista conhecer as imaterialidades culturais dos destinos turísticos, inclusive pelo paladar, oportunizando vivências sensoriais e emocionais que tornam as viagens memoráveis, a partir do foco na diversidade de elementos que compõem a cultura dos territórios, além de impulsionar a ocorrência de trocas culturais que promovem experiências imersivas na história e modo de vida local.

Esse panorama reforça a necessidade da oferta turística ser composta por produtos e serviços que representem o destino turístico, de modo a propiciar a vivência de experiências ajustadas aos aspectos simbólicos do destino, os quais encontram-se atrelados ao cotidiano popular e remetem ao seu patrimônio cultural, o legado de um povo. Jacques e Gil (2020) advogam a este respeito salientando que todo o processo do ‘campo à mesa’ possibilita a transmissão de experiências alimentares.

A imersão no cotidiano popular decorre de um processo de interação real com os autóctones, em experiências passivas ou ativas que além as alteridades demarcadas e evidenciadas. Essas vivências perpassam por rotas/roteiros focados no preparo e produção da

comida; degustações; visitas em mercados e feiras livres; participação em aulas de culinária; passeios em fabriquetas de comidas e bebidas; colheita de alimentos; lida com animais; oficinas de extrativismo de alimentos; eventos, dentre outras práticas turístico-culinárias que propiciem crescimento pessoal e troca de conhecimentos.

É importante salientar que a oferta turística da culinária contempla a comida e o sistema simbólico que a circunda, o qual é responsável por inferir valores agregados aos produtos culinários, e por conseguinte, traçar seu diferencial competitivo no mercado turístico, aspectos esses que contribuem para incorporá-la como marca de muitos destinos turísticos. Com isso, a culinária assume o papel de atributo distintivo no mercado turístico e vetor para auxiliar no posicionamento estratégico dos destinos turísticos.

Por outro lado, ao tratar acerca da culinária identitária e das identidades-consumo é importante considerar que a memória atrelada a este elemento cultural possibilita a perpetuação da tradição alimentar ao contribuir para a subsistência dos autóctones que se utilizam de práticas alimentares artesanais transmitidas pela hereditariedade para incremento da renda. Ante a valorização dos produtos locais e da alteridade, em resultado à globalização e pós-modernidade, as características singulares expressas nos produtos e práticas alimentares turistificadas tem apresentado um expressivo poder competitivo no mercado, o que beneficia àqueles autóctones detentores desse saber fazer que tem nele o fio condutor para sua fonte única ou complementar de renda.

Desse modo, é imperativo que o planejamento e a gestão dos destinos turísticos, considerem as manifestações da cultura alimentar imbricadas no cotidiano e se valham delas para o incremento da oferta turística, além de desenvolver ações seriamente comprometidas com a manutenção desse legado nas mãos do povo, tanto sob o viés da valorização e preservação de seu patrimônio, como sob o enfoque econômico, no qual os mesmos devem ser diretamente providos dos rendimentos derivados do turismo, ante a transformação de seus saberes e fazeres em ativos e produtos para o fenômeno.

Por certo, o turismo pode contribuir para a valorização do patrimônio cultural, ao propiciar o (re) conhecimento desses legados que caracterizam os autóctones e evocam neles o sentido de pertencer, propiciando o interesse popular em preservar o patrimônio cultural local. A interiorização e difusão dos rendimentos provenientes da venda de produtos culinários para os turistas, expõem o efeito multiplicador e o poder indutor do turismo no fortalecimento da memória e das identidades de uma comunidade e na melhoria da qualidade de vida dos residentes (PAULA, 2016).

Reconhecendo-se no patrimônio cultural que se tornou atrativo turístico este ator social passa a ser uma fonte de informação para sanar as possíveis dúvidas dos visitantes turistas, é uma representação dessa construção identitária, entende o turismo como aliado na preservação do patrimônio e o turista como responsável pelo aumento da receita financeira na comunidade. Inseridos, os residentes também passam a ser entendidos pelos planejadores turísticos como mercadorias que passam a auxiliar na manutenção dos bens e práticas culturais (AZEVEDO, 2014, p. 64).

Em decorrência disso, os autóctones devem figurar no centro desse processo de apropriação dos elementos da cultura alimentar pelo/para o turismo, alcançando, com isso, maior protagonismo social, salvaguarda de suas memórias, fortalecimento do sentimento de pertença, além de suscitar valor econômico para seus saberes e fazeres, a partir da transformação de processos e produtos tidos como de subsistência em mercadoria para o turismo (PAULA, 2016), os quais podem dar subsídios para o fomento do desenvolvimento local.

Desta feita, a atividade turística deve ser planejada e desenvolvida de modo a possibilitar que a população local, a qual costumeiramente é marginalizada durante esse processo e expropriada de seus símbolos e patrimônios, possa usufruir dos benefícios suscitados pelo turismo e constatem melhorias em sua qualidade de vida. Logo, os destinos devem elaborar estratégias que propiciem à oferta turística externalizar as culturas alimentares da localidade e os modos de vida das comunidades anfitriãs, em consonância à forma como estes se reconhecem, identificam e querem ser publicizados.

Em face disso, além da oferta turística contemplar a culinária, em suas práticas, rituais e hábitos alimentares, sem descaracterizá-la, é indispensável possibilitar aos turistas a percepção de que estão ‘comendo significados’ (MACIEL; CASTRO, 2013), e para tanto, esses significados precisam ser compartilhados de forma inteligível e acessível. Assim, a comunicação turística é responsável por intercambiar informações de interesse turístico, a partir de narrativas com o intuito de provocar no consumidor desejos e anseios por vivenciar experiências memoráveis e enriquecedoras no destino.

### 3.2 A REPRESENTAÇÃO IDENTITÁRIA DA CULINÁRIA NO TURISMO: COMUNICAÇÃO TURÍSTICA DE DIMENSÕES SIMBÓLICAS DA COMIDA

#### 3.2.1 As representações identitárias no consumo da cultura: sociedade de consumo e preservação da cultura na sociedade pós-moderna

O consumo cultural gera diferenciações entre os consumidores através do contexto histórico-cultural e socioeconômico no qual estes encontram-se inseridos, e cujo interesse pelo produto será parametrizado por meio de uma enganosa liberdade de escolha (AZEVEDO, 2014). O autor supracitado, aponta que a mídia assume um papel relevante nesse cenário, ao criar narrativas sobre necessidades ilusórias que apenas servem para impulsionar o consumo, além de controlar a vida dos indivíduos.

É a decodificação das mensagens veiculadas pela mídia que formata a experiência das práticas que entendemos como consumo. Nesse sentido, o sistema simbólico formado pelos meios de comunicação de massa organiza o comportamento do consumidor – e o ato mesmo de consumo aí subjacente, que se realiza, antes de qualquer coisa, porque todos acessamos coletivamente os significados. São as mensagens orquestradas por forças como marketing, propaganda, embalagem, etc. que liberam a dimensão coletiva que classifica produtos e serviços. Ao tornar público o significado ao mundo da produção, disponibilizando um enquadramento cultural e simbólico que o sustenta, esse sistema realiza a circulação de valores e a socialização para o consumo. A cultura de massa libera o significado da produção dentro do universo do consumo e, nesse sentido, reafirma que a cultura é pública porque o significado o é (ROCHA, 2006, p. 91-92)

As mensagens veiculadas pelas mídias, por meio dos discursos publicizados, são interpretados a partir dos sistemas classificatórios e mapas conceituais socialmente construídos e aceitos, os quais são compostos por um sistema simbólico que, a todo instante, é manipulado pela mídia (HALL, 2016). Os valores simbólicos, em teoria, são efetivamente disponibilizados para a sociedade de consumo, todavia, na prática, a mídia impõe representações que, muitas vezes, adulteram os valores reais da cultura contrapondo o que foi estabelecido durante sua produção.

Desta feita, os sujeitos passam a consumir por prazer e *status*, ao passo que o mercado capitalista o instiga a adquirir cada vez mais mercadorias para aplacar necessidades, desejos e sonhos de consumo que são despertados pelas propagandas veiculadas nas mídias massivas. Essas são constituídas por imagens, representações e signos que difundem performances e gostos associados a grupos específicos. Assim, Pereira (2015) assevera que as representações são a principal mercadoria do sistema capitalista, isto porque os sujeitos produzem e consomem simbolismos.

Nessa direção, segundo Baudrillard (1995), mediante a criação de simulacros, os signos passam a expressar sentidos que inspiram no sujeito sensações temporárias de conforto e pertencimento, as quais logo se esvaem dando lugar a um vazio que apenas pode ser preenchido



por meio do consumo de simbolismos que trazem para o indivíduo um senso fantasioso de lugar. Logo, o consumo desses valores simbólicos é líquido, o que enseja na construção de identidades fragmentadas e descontínuas.

Nessa conjuntura, Hall (2006) pontua que na modernidade tardia, o sujeito sociológico perde sua noção de si mesmo, assim como seu lugar no mundo social dando espaço ao sujeito pós-moderno, o qual é composto por uma variedade de identidades instáveis, fraturadas, transitórias, inconsistentes, fragmentadas, contraditórias e inacabadas. A este cenário, o autor denomina de crise das identidades, onde a identidade assume um sentido múltiplo e mutável.

Não por acaso, para Freire Filho (2003), a crise das identidades impulsionou o consumo na sociedade, por difundir a ideologia de que por meio da aquisição de produtos e serviços é oportunizada a solução dos problemas de reconhecimento do eu, ao tempo em que se multiplicam a variedade de mercadorias para consumo e expandem-se incertezas sobre a escolha mais acertada para centralizar as identidades.

Assim sendo, essa transição impactou, sobremaneira, a cultura do consumo, conforme abordado, bem como as políticas de proteção da cultura, visto que seus bens passaram a ser salvaguardados e reorganizados para novos usos e formas de consumo, além de servir como meio para expressão dos povos, o que contribui para que se estabeleça como mote político de manipulação e dominação, sobretudo, a serviço da colonialidade (WILLIAM, 2019).

Na tentativa de instituírem-se como estados soberanos, os Estados-nação estabeleceram alicerces pautados na elaboração de mitos fundadores e na invenção de tradições, visando designar uma ideia de pertença baseada na soberania territorial, onde imperava a prerrogativa da identidade homogênea e da cultura absoluta, diante da qual as diferenças e diversidades culturais eram suplantadas em detrimento da busca em unificar todos os sujeitos sob a égide de uma unidade nacional (HALL, 2006).

É neste contexto, que no século XX, incorrem as primeiras manifestações mundiais com vistas à proteção de bens culturais arquitetônicos de modo a perpetuar o seu testemunho histórico, simbolismo e significado. Essas discussões buscavam instituir um legado cultural absoluto, que serviria como única herança digna de preservação e perpetuação para usufruto da posteridade, a qual detinha-se, inicialmente, às edificações remanescentes da Antiguidade e da Idade Média, que representavam os notáveis legados das civilizações do passado (ZANIRATO, 2018; DIAS, 2006; FUNARI; PELEGRINI, 2006).

Observa-se que a noção de patrimônio, no meio cultural, advém dos tempos modernos, sendo estabelecida pelos Estados-nação que se interessavam em determinar a existência de uma

herança coletiva ligada à memória social, a qual precisava ser preservada a fim de constituir uma identidade homogênea atrelada à construção de sentidos de pertencimento à nação. A esse respeito, Peralta (2007, p. 9) expressa que “este novo modelo de coesão social seria socialmente publicitado por recurso à oficialização de uma memória colectiva deliberadamente desenhada para simbolizar a unidade nacional, garantir a legitimidade do estado e sustentar o consenso político-institucional”.

Todavia, à medida que os bens culturais eram elevados ao patamar de patrimônio, mudanças substanciais ocorriam em seus *status* social, ensejando em alterações nos seus significados e usos (ZANIRATO, 2018), o que contribuía para que o interesse da sociedade pelas edificações fosse modificado, afastando os autóctones dos bens que anteriormente estavam inclusos em seu cotidiano, indo assim, na contramão do pretendido pelo Estado.

Nesse processo, o objeto ou lugar muda de status, seu repertório de significado e de usos se altera [...], alterações pelas quais o elemento patrimonializável passa e que são de natureza semântica, jurídica, cognitiva. Para isso, ele é extraído ou deslocado de seu contexto inicial (um pré-requisito para a artificialização), alterado terminologicamente (passa a ser conceituado como monumento histórico, obra-prima, artística), normatizado por dispositivos jurídicos (acautelado pelo poder público por instrumentos como registro, chancela, tombamento) e inserido em discursos que reiteram sua excepcional condição (ZANIRATO, 2018, p. 12).

Conforme apontado por Zanirato (2018), esse cenário provém do processo de patrimonialização institucional o qual atribui valores ao bem cultural invocando informações do passado, com o intuito de torná-lo reconhecido pelo todo, na expectativa de produzirem efeitos sociais ligados à memória, despertarem sentidos de pertencimento e construir identidades. Para tanto, a comunidade é tida como detentora deste legado, sob tutela do Estado, o qual era disponibilizado apenas para contemplação pública, como modo de garantir sua integridade.

[...] a função primordial da memória, enquanto imagem partilhada do passado, é a de promover um laço de filiação entre os membros de um grupo com base no seu passado colectivo, conferindo-lhe uma ilusão de imutabilidade, ao mesmo tempo que cristaliza os valores e as aceções predominantes do grupo ao qual as memórias se referem. [...] a memória colectiva é o *locus* de ancoragem da identidade do grupo, assegurando a sua continuidade no tempo e espaço (PERALTA, 2007, p. 5-6).

Nessa direção, a memória é tratada como instrumento de controle, de modo que a (re)descoberta do passado e a invenção da tradição foram estratégias utilizadas pelos Estados-

nação para a construção da identidade nacional, a ponto de, até este momento, o processo oficial de patrimonialização dos bens culturais priorizava a preservação de edificações arquitetônicas, complexos urbanísticos e obras artísticas que remetiam a grandes acontecimentos históricos e a erudição, sob o enfoque de um grupo social específico - etnia branca, religião católica e elite política e econômica, por serem “[...] capazes de mostrar a evolução das ações humanas, seu aprimoramento e seu caminhar em direção à civilização, ao progresso” (ZANIRATO, 2018, p. 14).

Fica claro, a partir dessa discussão, que o processo de salvaguarda dos bens culturais decorria de uma manipulação da memória, através da construção política deliberada de símbolos, que buscava instituir uma coesão social pautada em uma memória oficial, a qual apagava o legado dos grupos subalternos, impondo a construção de uma identidade baseada em símbolos decretados. A este respeito, Peralta (2007, p. 8-9) ressalta que “[...] as imagens do passado são estrategicamente inventadas e manipuladas por sectores dominantes da sociedade para servir as suas próprias necessidades no presente [...] mediante a imposição de uma memória oficial”.

Estas imagens são transmitidas aos sujeitos através da representação, na qual se dá uma produção discursiva e simbólica de um passado comum que exclui socioculturalmente determinados grupos, em geral, grupos marginalizados, os quais historicamente são oprimidos e invisibilizados em suas necessidades, interesses e legados pelas forças hegemônicas de poder. Uma vez que, conforme apontado por Woodward (2012), os sujeitos reivindicam suas identidades, e por conseguinte, suas posições de sujeito no mundo social por meio do apelo aos seus antecedentes históricos, apagar a memória destes grupos é encarcerá-los indefinidamente em situação de vulnerabilidade socioeconômica, cultural e psíquica.

Esse contexto é resultante da colonialidade do poder, que segundo Quijano (1992), é entendida como “[...] um conjunto de práticas de subjetivação, mecanismos de poder, dominação e discriminação – articulando raça e trabalho, espaços e pessoas – que se produziram a partir da estrutura colonial”. Em coerência ao processo de dominação e opressão inerente à colonização, na pós-modernidade ainda se perpetuam relações assimétricas de poder que subalternizam povos historicamente dominados, e promovem a desqualificação de práticas, conhecimentos e subjetividades de outrem.

Assim, a luta para afirmar as diferentes identidades perpassa por conflitos, contestações e crises (SILVA, 2012), bem como acontece com o patrimônio, o qual se apresenta como representação do legado histórico-cultural de um povo. Diante disso, parte da população não se

sentia representada pelas edificações e obras patrimonializadas, principalmente a camada popular, haja vista que as criações culturais provenientes desta parcela da sociedade, dentre as quais destacavam-se aquelas atreladas ao cotidiano, não eram incluídas como herança cultural institucionalizada e tidas como elemento relevante para valorização e preservação pelo Estado, marginalizando determinados símbolos que remetiam aos grupos minoritários.

Entretanto, com o fenômeno da globalização e as transformações por ela impostas à sociedade, a estrutura social até então vigente se fragmenta e modifica, diminuindo a relevância das fronteiras territoriais e causando maior aproximação entre os indivíduos de todas as partes do mundo (HALL, 2006). Diante disso, Hall (2003) frisa que por intermédio da globalização, as compreensões acerca das identidades mudaram, de modo que a cultura passou a estar menos associada à sua localização. Para o autor, “as culturas sempre se recusaram a ser perfeitamente encurraladas dentro das fronteiras nacionais. Elas transgridem os limites políticos” (HALL, 2003, p. 35-36).

Frente ao panorama de contatos rápidos e facilitados suscitado pela globalização, a identidade muda em conformidade com o modo como o sujeito é interpelado ou representado, influenciando diretamente no ganho e perda, ou melhor dizendo, sustentação ou abandono constante de identificação (HALL, 2012). Sob esta prerrogativa, percebe-se a ocorrência de rupturas nas prerrogativas que fundamentavam a instituição do patrimônio cultural, tal qual as identidades nacionais, o que enseja na afirmação de que as identidades são plurais e a cultura é diversa.

Com a crise das identidades nacionais, se desvela o fracasso do modelo de identidade imposta pelos Estados-nação e a ascensão das identidades minoritárias, as quais, por intermédio do empoderamento, modifica as relações entre o global e o local

Esta nova dimensão da vida em sociedade acabou por interferir nas diversas relações estabelecidas entre os agentes sociais, os seus espaços e as instituições sociais. Os laços de solidariedade, vizinhança, parentesco, amizade e variados sentimentos construídos como fundamentais na solidez da ideia de pertencimento, aos poucos vão ganhando terreno com a fragmentação da ideia de Estado-nação (AZEVEDO, 2014, p. 29).

O patrimônio, apesar de concebido com o intuito de construir sentidos sociais de pertencimento, falha no seu intento, em algumas situações, à medida que muitos autóctones não sentem qualquer vinculação com o patrimônio institucional, em virtude do seu simbolismo e significado para o grupo social do qual fazem parte, ou a perde em decorrência das modificações de *status* social e usos pelos quais o bem cultural é submetido. Desta feita, Brayner (2007 p.13)

aponta que, “[...] são os valores, os significados atribuídos pelas pessoas a objetos, lugares ou práticas culturais que os tornam patrimônio de uma coletividade (ou patrimônio coletivo)”.

A partir da década de 80, medidas são adotadas para a ampliação no conceito de patrimônio cultural, o qual passou a abranger não somente os elementos tangíveis, mas o popular e suas imaterialidades, como mecanismo de reafirmação da identidade cultural, propiciando que elementos identitários que simbolizavam camadas menos abastadas ou minorias sociais fossem amplamente valorizados (DIAS, 2006; FUNARI; PELEGRINI, 2006).

Entretanto, essa iniciativa não surtiu o efeito esperado, pois como apontado por Zanirato (2018, p. 24), “o que ‘faz patrimônio’ não é igual ao que se sente como patrimônio”, isso porque a colonialidade, através de suas estruturas de opressão e dominação sobre os saberes e modos de vida, descaracterizam, descontextualizam, esvaziam e transformam os significados que compõem aquele patrimônio vivido, tornando-o, para o povo em um patrimônio instituído, especialmente ante sua apropriação como bem de consumo. Nesse contexto, surgem as identidades-consumo a partir da (re)criação de uma cultura para atender aos imperativos do consumo, fundamentada em identidades culturais construídas ao longo do espaço-tempo, que são transformadas, recortadas, adaptadas e acrescidas.

Essa teoria auxilia no entendimento de que a identidade figura como um sistema de categorização no qual é mais relevante identificar os traços culturais cujos sujeitos sociais (re)afirmam e/ou sustentam suas diferenças do que os aspectos que os distinguem (AZEVEDO, 2014). Desse ponto de vista, advoga-se que as representações identitárias devem ater-se à premissa de expressar os sentidos tal qual são construídos pelos sujeitos e (re)produzidos no mundo social, e para tanto, deve-se possibilitar que os próprios sujeitos as expressem.

### **3.2.2 A comunicação turística das representações identitárias da culinária**

A partir da comunicação turística criam-se imagens do destino turístico que são veiculadas através de mídias e materiais promocionais, os quais adotam práticas discursivas para difundir representações, símbolos e signos que enfatizam as alteridades e enaltecem os atributos diferenciais do destino (SILVA; BEZERRA; NÓBREGA, 2019). Nesses instrumentos são utilizados registros escritos e imagéticos (fotos e vídeos) para contemplar as diversas formas de transmitir uma mensagem, reforçando e reafirmando o seu conteúdo.

Isto posto, a construção de imaginários sobre o destino turístico, bem como de seus produtos e serviços é permeada por subjetividades, as quais são formadas na mente dos sujeitos em virtude das imagens veiculadas. É por intermédio das representações transmitidas pelos instrumentos de comunicação turística que os turistas criam suas próprias percepções sobre o destino, produzem significados, e por conseguinte, constroem imaginários, que nada mais são que um conjunto de representações sobre o destino criadas a partir de suas vivências (AZEVEDO, 2011).

Nessa direção, Gastal e Castrogiovanni (2003, p. 57) afirmam que “[...] não viajamos para conhecer os lugares, mas para confirmar o imaginário que temos dele”. Para os autores, o consumo do turismo circunda em torno do imaginário, uma vez que o turista busca constatar, a partir do uso de seus sentidos (visão, audição, etc) e percepções de mundo, se as imagens difundidas retratam a realidade encontrada no destino e são coerentes com os imaginários criados.

Destarte, Santos (2020) ressalta que a comunicação turística é uma etapa indispensável do planejamento turístico, visto que o consumo turístico se fundamenta nas imagens difundidas e nos imaginários concebidos pelos turistas, o que reforça a necessidade das representações socioculturais constituídas no cotidiano local sejam adotadas nos instrumentos de promoção turística para expressar os elementos simbólicos autênticos que permeiam o destino e seus produtos.

À vista disso, os sentidos expressos pela culinária identitária podem contribuir para que o turista obtenha uma melhor compreensão sobre os valores inerentes às diversas sociedades e o papel relevante que a comida assume em sua constituição. Conforme dissertado por Hall (2016), os aspectos simbólicos da cultura alimentar não são captados exclusivamente por intermédio do consumo da comida, mas sim, por meio da difusão dos significados construídos coletivamente pelos sujeitos que dele fazem uso cotidianamente.

No entanto, percebe-se que a representação dos destinos nos instrumentos de comunicação turística se dá a partir de identidades-consumo, as quais transmitem os elementos tangíveis e intangíveis da cultura alimentar a partir de símbolos identitários que contribuem para formatar impressões positivas do destino e impulsionar seu fator competitivo. Porém, estas sobrepõem o real e o imaginário e, em geral, desconsideram as múltiplas identidades e alteridades (AZEVEDO; PAES; ANDRADE, 2014).

Em virtude da relevância que as alteridades e autenticidades adquiriram com a pós-modernidade e a globalização, muitos gestores e promotores de destinos turísticos tem ignorado

esse preceito ou criado significados banais e estereotipados, impondo-os como representações da sociedade, quando na verdade, são meras alegorias, simulacros que retratam a forma como os turistas massivos concebem a cultura local e esses gestores acreditam que ela deve ser apresentada.

Os planejadores turísticos acreditam que podem e devem resgatar o que eles entendem como tradições que foram esquecidas pelos atores sociais, muitas vezes de forma sensível e consciente. Eles transformam as identidades culturais construídas em variados contextos históricos em identidade cultural do destino turístico. Em alguns casos esse movimento é inverso, essa identidade cultural é inventada, adaptada ou acrescentada representações simbólicas e/ou narrativas construídas por planejadores turísticos na elaboração de roteiros ou produtos turísticos (AZEVEDO, 2014, p. 64).

Esse contexto, contribui, inclusive, para modificar hábitos e práticas culinárias ancestrais em favor de uma massificação de técnicas de preparo e sabores que visa atender às estruturas de consumo existentes, muitas vezes condicionadas à prerrogativas globais que atrelam o conceito de *status* ao consumo, o que se contrapõe às produções culinárias autênticas dos destinos turísticos, que em geral, provém originalmente do contexto de subsistência de comunidades rurais ou parcelas menos abastadas da sociedade (FLANDRIN; MONTANARI, 2015).

Apesar da comunicação turística se valer de elementos tangíveis para representar as imaterialidades culturais, aspecto que contribui para o interesse dos turistas em consumir as comidas, por exemplo, é imprescindível que o planejamento turístico contemple o sistema simbólico que o circunda, a partir das narrativas e representações dos grupos sociais, como forma de difundir as percepções e interpretações destes sobre o meio, retratando, assim, uma imagem mais genuína sobre as práticas e hábitos alimentares a partir de quem a vivencia habitualmente.

Nesse contexto, as comidas que, a priori, mantinham-se intimamente atreladas aos grupos sociais das quais se originavam, passam a ser socialmente difundidas e, por consequência, amplamente descontextualizadas, simplificadas e esvaziadas. A partir do consumo, novos usos e dimensões simbólicas são concebidos para os produtos culturais por meio de representações que salientam as distinções e oportunizam a constituição de relações entre sujeitos que detêm o mesmo estilo de vida, mas que dão significados diferentes a esses elementos (MANCEBO et al., 2002).

Desse modo, além de possibilitar o engajamento com as peculiaridades locais, essa prerrogativa pode auxiliar na transformação da culinária identitária em um elemento da oferta

turística que transmite significados diversos, a partir de experiências imersivas na cultura local, com trocas diretas com residentes e contato com as alteridades, em uma vivência que pode ocasionar no turista um reconhecimento de si, por meio do acesso ao Outro. Enquanto que, para a comunidade, esse cenário pode servir como meio para sua resistência e sobrevivência a partir da valorização do seu legado cultural alimentar, o qual é fonte de subsistência, mas, sobretudo, de existência em toda sua subjetividade e simbolismos.

Nesse contexto, as cidades criativas, por exemplo, demonstram quanto as quais encontram-se em constante transformação, e para tanto, se valem da criatividade e inovação para induzir o desenvolvimento sustentável. A Rede das Cidades Criativas da UNESCO, contempla cidades de todo o mundo, divididas em 7 áreas: mídia, gastronomia, música, cinema, artesanato/folclore, literatura e design (SOUZA; MENEGHEL, 2020). O Brasil possui 4 cidades reconhecidas no campo da gastronomia, a saber: Belo Horizonte (MG), Belém (PA), Paraty (RJ) e Florianópolis (SC).

Segundo Makuta (2020, n.p), em um mundo orientado pelo capital, as culturas alimentares são marginalizadas, assim como os atores sociais que os produzem são excluídos sistematicamente. Nesse sentido, a alimentação passa a ser orientada pelos ditames do mercado, o qual se apropria, a fim de impulsionar e orientar o consumo, dos valores e narrativas que lhe convêm.

À vista disso, o processo de valorização das identidades alimentares além de oportunizar salvaguarda dos saberes e fazeres, diversificação da oferta turística, impulsionamento ao empreendedorismo local, fomento ao desenvolvimento e crescimento econômico, também avigora a autoestima dos sujeitos envolvidos e propicia a garantia dos direitos da população local mediante o fortalecimento do protagonismo social e reconhecimento dos atores sociais como legítimos detentores da cultura, e por isso, merecedores de respeito e valorização.

Contudo, apesar da culinária identitária representar a história, geografia, cultura e estrutura social de um dado território e grupo social, e por consequência, retratar estratos da sociedade, ante a patrimonialização, os sujeitos, em muitos casos, tendem a ser expropriados dos bens institucionalmente protegidos, que até então eram por eles vividos e salvaguardados, seja porque os seus significados ou características são alterados, ou porque seu valor econômico é modificado, tornando inviável a manutenção de seu uso pela população local.

Para tanto, as comidas identitárias direcionadas ao consumo devem considerar as múltiplas identidades alimentares presentes no território, contemplando a cultura alimentar de grupos distintos, de modo a possibilitar que o patrimônio alimentar de uma sociedade demonstre



sua diversidade e heterogeneidade cultural. Uma vez que a culinária identitária se relaciona à uma parcela importante da vida cotidiana dos grupos, é imprescindível que os significados por eles construídos acerca da alimentação sejam externados por meio da comida, de forma inteligível, a fim de contribuir com a valorização das alteridades, fortalecimento das identidades e perpetuação da memória.

Esse panorama torna-se ainda mais relevante quando consideramos que a culinária identitária, quando utilizada para fins políticos e de consumo, muitas vezes descontextualiza, desconecta, suprime ou invisibiliza a cultura alimentar de parte da população em detrimento da primazia daquilo que possui maior apelo social e mercadológico. Concebe-se, para tal, uma construção imaginária que desloca algumas comidas do contexto no qual foram criadas, modificando seus valores socioculturais e econômicos, a ponto da população não mais se enxergar nelas ou a consumirem.

Ante a compreensão de que a culinária identitária, em muitos casos, é palco de disputas e conflitos no âmbito das relações de poder e dominação, as comidas, hábitos e práticas alimentares representam uma forma de resistência e sobrevivência social adotada pelos povos, os quais se valem de sua ancestralidade, tradições, memórias, rituais, saberes e fazeres para lutar contra os processos de dominação política, econômica e ideológica (CARMO; GORJON, 2019; ABIB, 2019).

Ante uma estrutura social colonial que sistematicamente descaracteriza e invisibiliza a cultura dos povos colonizados, minando sua autoestima e violentando sua subjetividade, a existência e perpetuação do legado cultural deles provenientes, em conjunto com o sistema simbólico que o circunda, é resistência na essência mais contundente da palavra, por isso é tão imprescindível dar palco para que essas vozes e manifestações sejam ouvidas, sentidas, experienciadas e representadas, tal qual a forma como estes querem ser apresentados e percebidos.

Por isso, as culinárias identitárias são carregadas de significados culturais, condensando em si o processo de lida com o solo, seleção de sementes, rega e cuidado com a plantação; a observância da maré e do ciclo lunar para a pesca e mariscagem; o beneficiamento dos alimentos; assim como a escolha dos utensílios para cozinhar; o preparo da comida; os hábitos à mesa; os papéis de gêneros e as corporalidades do ambiente social. Além disso, as culinárias identitárias, e por conseguinte, as comidas identitárias expressam corporalidades, histórias de vida.



Produção de bricelets – Centro Histórico, São Cristóvão/SE.  
Foto: Cecília Paes (2021).

## 4 CAMINHADAS METODOLÓGICAS

A seção em questão apresenta de forma detalhada a metodologia utilizada nessa pesquisa. Nessa direção, a mesma encontra-se organizada em oito etapas, sendo elas: 1) construção do conhecimento científico em turismo; 2) caracterização da pesquisa; 3) delimitação espacial da pesquisa; 4) sujeitos da pesquisa; 5) método e técnicas de amostragem; 6) técnicas de coleta de dados; 7) instrumentos de coleta de dados; e, 8) técnicas de análise de dados. A metodologia da pesquisa apresenta os meios utilizados para desenvolver a investigação e elaborar o produto final.

### 4.1 CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO CIENTÍFICO EM TURISMO

Nas ciências sociais, o estabelecimento do que é um conhecimento passível de investigação se dá por intermédio da concepção de realidade social adotada pelo pesquisador. Desta feita, na pesquisa científica, a noção de realidade é recriada a partir de análises e interpretações, as quais se vinculam ao aporte e/ou criação de teorias para viabilizar a sua compreensão, e para tanto, são considerados os aspectos inerentes ao fenômeno estudado, as relações que o afetam, além de captar sua dinâmica e funcionamento (MARUJO, 2013).

Mazaro (2011) ressalta a complexidade do processo científico nas ciências sociais visto que apesar de atendidos todos os preceitos técnicos para a construção do conhecimento científico, se uma investigação neste ramo do conhecimento não possuir capacidade de atender, na prática, às demandas da sociedade, e assim modificar a realidade social, esta tem importância reduzida, principalmente nas áreas de estudo que compõem as ciências sociais aplicadas.

No cerne do turismo, o qual somente foi englobado como área do saber pertencente às ciências sociais aplicadas, no Brasil, em 1970 (MARUJO, 2013), os estudos buscam analisar as imbricações que compõe este fenômeno, de modo a compreender sua complexidade e as inter-relações que este possui com diversos campos do conhecimento, a fim de possibilitar não somente a apreensão da dimensão subjetiva dos fenômenos e a avaliação da realidade social estudada, mas também a aplicação efetiva de soluções para melhoria da mesma.

À vista disso, as pesquisas científicas no turismo costumeiramente englobam os aspectos econômicos, políticos, ambientais, legais, sociais e culturais que permeiam a sociedade e influenciam o fenômeno, assim como os impactos por ele ocasionados em países e regiões nos quais este se desenvolve. Por sua vez, enquanto atividade multi, inter e transdisciplinar, o

turismo se vale da contribuição teórica de variados campos do saber para a sua análise e interpretação, o que possibilita percepções distintas e complementares sobre o fenômeno.

É a partir destas relações essenciais com outros campos do conhecimento, em comunhão com os saberes intrínsecos ao turismo, que as investigações científicas acerca do fenômeno se utilizam de procedimentos concernentes ao campo de ensino aliando-os a variados métodos e técnicas inerentes a outras disciplinas que interatuam com o turismo, de modo a contribuir para uma maior compreensão do fenômeno e da realidade social onde ele se desenvolve.

Isto posto, diante do caráter multidisciplinar e multifacetado do fenômeno turístico, esse se vale da contribuição teórica, proveniente de outros campos do saber, para a sua plena compreensão, além de possuir variados vieses de análise. Nessa pesquisa, adotou-se um viés socioantropológico visando conhecer a culinária identitária de São Cristóvão/SE e compreender como essa se vincula ou pode se vincular ao turismo. Portanto, trata-se de uma pesquisa sobre o binômio turismo-culinária, o qual se vale do aporte de outras disciplinas para sua explicação.

Diante da multiplicidade de métodos e técnicas passíveis de aplicação nas pesquisas em turismo e culinária, os critérios para elencar a metodologia mais eficaz a ser adotada nesse estudo dependeu das questões que nortearam a pesquisa, bem como dos objetivos e áreas do conhecimento nos quais a investigação se ancorou (Figura 6).

Figura 6 – Desenho da pesquisa



Fonte: Elaboração própria, 2021

Precedente a este processo, tendo por alicerce uma ideia vaga acerca do tema e do recorte espacial a ser estudado, foram efetuadas investigações preliminares sobre os mesmos, de modo a delimitar o objeto da pesquisa. Destarte, perante observações e pesquisas prévias acerca do município de São Cristóvão/SE, percebeu-se que pouca ênfase é dada à culinária local como produto turístico, e que tanto os sentidos como a diversidade de identidades e culturas alimentares do município são invisibilizadas pelo turismo.

Apesar do município apresentar uma produção significativa de comidas registradas como patrimônio cultural imaterial do estado, a oferta turística de alimentos e bebidas identitários em São Cristóvão ainda é limitada, focada essencialmente na queijada e bricelet, a ponto deste cenário não oportunizar aos visitantes o vislumbre da diversidade de manifestações culinárias são-cristóvenses.

Notou-se ainda, que os visitantes não são introduzidos às dimensões simbólicas que perfazem os alimentos e bebidas identitários do município, e caso tenham interesse em conhecê-las, encontrarão dificuldades em congregar estas informações. Diante disso, esta pesquisa cobiçou apresentar caminhos para mitigar esta problemática atrelada à realidade social de São Cristóvão, e para tal fim, foram estabelecidos caminhos metodológicos para nortear esta jornada (Figura 7), os quais serão detalhados na próxima subseção.



Figura 7 – Caminho metodológico



Fonte: Elaboração própria, 2021

## 6.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A fim de delimitar a metodologia da pesquisa fez-se imprescindível determinar inicialmente o método que mais se adequaria ao estudo. Diversos autores dissertam acerca do método científico, dentre eles destacamos Lakatos e Marconi (2010, p. 83), os quais apontam que método é o “conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar [...] conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista”.

De forma genérica, o método se apresenta como o percurso que a investigação científica toma, por meio do qual são encontradas as respostas para as questões de pesquisa e os objetivos do estudo são alcançados. O método é entendido como um processo sistematizado, lógico e organizado, composto por procedimentos, técnicas e instrumentos estruturados e seguros que norteiam a investigação para o alcance do conhecimento científico, de modo a otimizar tempo e recursos para a sua execução.

Ante o dinamismo da atividade turística e da complexidade intrínseca às dimensões materiais e simbólicas da culinária identitária, esta pesquisa apresenta como método de abordagem a fenomenologia, por propiciar uma análise multidisciplinar e inter-relacional sobre a realidade pesquisada. O método fenomenológico busca o sentido do objeto de estudo,

imaginando todas as variações do fenômeno, sem a sua descaracterização, o que permite que a investigação ocorra tendo por base as experiências e visão de mundo dos homens.

[...] é possível inferir que o método, ou abordagem, fenomenológico se faz adequado para estudos no âmbito do turismo, pois o objeto deste é essencialmente a experiência humana, seja o viajante, o fornecedor de serviços ou o habitante do destino turístico. [...] Como o método busca as essências do fenômeno estudado, permite o aprofundamento de questões, a busca por respostas claras e não superficiais, sendo válido para a análise de aspectos fundamentais dos diversos segmentos do turismo (MEDEIROS; PASSADOR; BECHELENI, 2011, p. 29).

Em virtude desta pesquisa buscar compreender os hábitos, práticas, apropriações e demais aspectos socioculturais que circundam os alimentos e bebidas identitários de São Cristóvão/SE, tornou-se evidente a necessidade de uma investigação científica que se sustentasse na fenomenologia, de modo a possibilitar a descrição, interpretação e compreensão dos elementos que compõem, originam e são desencadeados pelo contexto histórico e social, assim como pelo fenômeno turístico, na medida em que estes se apresentam à percepção dos autóctones que figuram como os sujeitos da pesquisa.

Corroborando com o exposto, Nitsche (2007) advoga que a fenomenologia vem sendo amplamente empregada nas pesquisas sociais como uma oposição ao positivismo, por possibilitar um olhar mais atento à comunidade local dos destinos turísticos, tendo em vista o caráter subjetivo das práticas que ocorrem no seu ambiente de vivência, o dinamismo destas experiências, as particularidades dos sujeitos que as praticam e as relações estabelecidas entre estes contextos.

Oportunamente, esse método de pesquisa permitiu a compreensão dos distintos saberes e fazeres culinários intrínsecos a cada comunidade investigada de São Cristóvão, tornando imperativa, para tal, a análise dos significados que as manifestações culturais atreladas a comida e os fenômenos a ela interligados possuíam para essas pessoas, o que permitiu que esses tivessem voz e dissertassem acerca das próprias experiências e percepções.

Para responder às questões norteadoras da pesquisa, esta investigação teve uma abordagem qualitativa, dado que a mesma “[...] é adequada aos estudos da história, das representações e crenças, das relações, das percepções e opiniões, ou seja, [...] da forma como os sujeitos constroem seus artefatos materiais e a si mesmos, sentem e pensam” (MINAYO, 2008a, p. 57).

Nessa direção, em virtude da pesquisa possuir como objeto de estudo a culinária identitária de São Cristóvão/SE e sua representação pela comunicação turística, a utilização das

técnicas de pesquisa inerentes à abordagem qualitativa contribuiu para possibilitar a investigação das dimensões simbólicas e materiais que circundam a comida, bem como a relação de seus produtores com a mesma, que, por sua vez, expressam os hábitos e heranças alimentares de uma parcela da comunidade local e são recobertos de singularidade.

Marujo (2013) ressalta que a abordagem qualitativa busca aprofundar-se na análise das particularidades inerentes a um pequeno grupo com o propósito de entender os significados dados por estes aos fenômenos. A autora pontua ainda que a abordagem qualitativa se fundamenta na fenomenologia, tendendo assim a ser indutiva e subjetiva, além de empregar ferramentas de investigação mais flexíveis em virtude da complexidade da realidade.

Quanto à sua natureza, essa pesquisa foi classificada como aplicada, uma vez que buscou, tendo o referencial teórico como embasamento, assinalar soluções potenciais e aplicáveis para problemas específicos da realidade. Neste sentido, Gil (2008, p. 27) explana que a pesquisa aplicada “[...] tem como característica fundamental o interesse na aplicação, utilização e consequências práticas dos conhecimentos”.

Por conseguinte, a pesquisa buscou apontar soluções práticas para a diversificação da oferta turística de São Cristóvão, através do incentivo ao consumo turístico da culinária identitária do município e difusão da diversidade de práticas alimentares locais pelos instrumentos de comunicação turística, visando dar bases para integrar a culinária na marca do destino. Almejou-se com isso, possibilitar maior participação social na atividade turística e estimular a adoção de ações inovadoras e planejadas para valorização e preservação do patrimônio alimentar do município através de iniciativas público-privadas.

Para tal, a categorização deste trabalho seguiu a proposta de Gil (2008), que subdivide o estudo quanto aos objetivos e quanto aos procedimentos técnicos. Quanto aos objetivos, esta pesquisa se enquadrou como exploratório-descritiva (Quadro 2), por ter o intuito de propiciar maior familiaridade com a temática investigada, detalhando os elementos que compõem o fenômeno e as relações nele existentes.



Quadro 2 – Delimitação das etapas exploratória e descritiva da pesquisa

Tipo de Pesquisa	Objetivos	Questões Norteadoras
<b>Exploratória</b>	Compreender os aspectos histórico-culturais, socioeconômicos e ambientais que influenciaram na construção das identidades alimentares e memórias gustativas do município	Quais são os aspectos histórico-culturais, socioeconômicos e ambientais que contribuíram para a construção das identidades alimentares e memórias gustativas de São Cristóvão/SE?
	Identificar as comidas e bebidas identitárias que são produzidas em São Cristóvão/SE	Quais são as comidas e bebidas identitárias produzidas em São Cristóvão/SE?
	Levantar as representações sociais que a culinária identitária do município têm para seus produtores	Quais são as dimensões simbólicas que circundam a culinária identitária na visão de seus produtores?
<b>Descritiva</b>	Avaliar as representações identitárias da culinária identitária são-cristóvense presente nos instrumentos de comunicação turística do município	Como esses produtos culinários são apropriados e representados nos instrumentos de comunicação turística do município?
	Conceber instrumentos para comunicação turística das representações sociais atreladas às comidas e bebidas identitárias de São Cristóvão/SE	De que forma a comunicação turística pode contribuir para a valorização e fomento ao consumo dos produtos culinários representativos de São Cristóvão/SE?

Fonte: Elaboração própria, 2021

Cervo, Bervian e Silva (2007, p. 61) explicam que a pesquisa exploratória “[...] é recomendada quando há pouco conhecimento sobre o problema a ser estudado”. Em outras palavras, a pesquisa exploratória permite maior intimidade entre o pesquisador e o objeto de estudo, de modo a contribuir para uma maior compreensão do fenômeno.

De tal modo, a pesquisa exploratória deu suporte à pesquisa descritiva ao fornecer dados e informações preliminares que serviram de base para uma investigação mais detalhada a respeito do objeto de estudo. Diante do exposto, Cervo, Bervian e Silva (2007, p. 61) dissertam que a pesquisa descritiva “[...] ocorre quando se registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos, sem manipulá-los”.

A pesquisa descritiva procura analisar as características e variáveis do fenômeno, além das relações que o permeiam, de modo a compreender os seus efeitos. Nessa conformidade, por meio dos aspectos levantados por intermédio da pesquisa exploratória, este estudo pretendeu apontar a conexão entre turismo, culinária identidades, representações e comunicação, determinando a importância de agregar a culinária à marca do destino turístico São Cristóvão/SE.

Quanto aos procedimentos metodológicos, este estudo configurou-se como um estudo de caso que se valeu de pesquisa bibliográfica e pesquisa documental na fundamentação da base conceitual e, pesquisa de campo, história oral e pesquisa-ação na execução de suas premissas. A pesquisa figurou como um estudo de caso frente ao intuito de possibilitar uma vasta percepção acerca da memória gustativa local e dos alimentos identitários de São Cristóvão/SE, correlacionando-os com a sua relevância para o desenvolvimento local através da contribuição do turismo.

Este procedimento metodológico abrange uma investigação exaustiva, o que permite um amplo e detalhado conhecimento sobre o modo como o fenômeno pesquisado se desenvolve em uma realidade particular, além dos aspectos e relações que o permeiam. Utilizando-se dessa argumentação, Marujo (2016, p. 116, tradução nossa) aponta que o estudo de caso trata de “[...] uma análise rigorosa de uma situação específica e, portanto, ele tem como principal objetivo a preservação do caráter unitário do objeto estudado pelo investigador”.

Seja dito, o estudo de caso delineia a pesquisa, enquadrando a realidade social e buscando sistematizar a teoria, de modo a possibilitar a sua comprovação ou refutação através de uma visão holística e pontual do fenômeno estudado. Em vista disso, esta investigação incidiu em uma análise aprofundada acerca da comida como produto turístico e bem cultural de São Cristóvão/SE, atentando à necessidade de enquadrar a comercialização da culinária identitária às tendências de mercado, as quais demonstram um interesse crescente da demanda turística em experienciar a imaterialidade da cultura popular e sua autenticidade.

Logo, o estudo de caso também contribuiu para a compreensão dos aspectos histórico-culturais e socioeconômicos que colaboraram para a formação e possíveis transformações dos hábitos alimentares em São Cristóvão/SE, além de cooperar para a proposição de mudanças no paradigma vigente. Nesse sentido, esse procedimento metodológico não somente ocasionou a compreensão do fenômeno turístico, mas também serviu de referência para o entendimento de outros fenômenos intrínsecos à cultura alimentar como as memórias gustativas, a representação

sociocultural e o sentimento de pertença que incide sobre os residentes, em tempo de contribuir para a salvaguarda e perpetuação desses saberes e fazeres.

De forma abrangente, este estudo de caso pretende ensinar na compreensão do processo de produção e comercialização turística da culinária identitária são-cristóvense, identificando ações e intervenções que podem ser adotadas com vistas à diversificação da oferta turística de A&B em São Cristóvão/SE, bem como oportunizar a valorização dos saberes e fazeres sob posse dos pequenos produtores locais, fornecendo, portanto, bases para a construção de uma marca para o destino turístico “Cidade Mãe de Sergipe” associando o patrimônio material a culinária.

Desse modo, a investigação perpassou pela apreensão da relação entre os autóctones e a culinária identitária, bem como a percepção destes acerca dos hábitos alimentares que os representam, na conformidade de propiciar impactos positivos para a comunidade local e o destino turístico, os quais irão derivar da apropriação da produção culinária local pelo turismo.

Assim, inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica a partir das categorias de análise – culinária identitária, comunicação turística, representação social, identidades-consumo, memória gustativa, identidades alimentares e culinária como produto turístico a fim de embasar as discussões que nortearam esta pesquisa. Cumpre pontuar que, as pesquisas relativas à culinária identitária e sua relação com o turismo compreendeu-se o uso do termo “gastronomia” para tal fim, uma vez que muitos estudos tratam as duas categorias como sinônimos. Nessa pesquisa, conforme já explanado, vislumbramos distinções e adotamos o termo “culinária”.

Este procedimento metodológico foi relevante para construir o referencial teórico do estudo. A aplicação desse tipo de pesquisa se deu através de investigações em fontes bibliográficas, como livros, periódicos, monografias, dissertações e teses que se apresentaram de suma importância para (re)validar cientificamente as conclusões e críticas desenvolvidas durante o estudo (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007).

Para tanto, a seleção dessas fontes foi estruturada por meio de uma revisão bibliográfica narrativa e leitura seletiva com vistas a compor o referencial teórico do estudo, o qual compõe o segundo capítulo deste trabalho de conclusão de curso e é destinado à fundamentação teórica da pesquisa. Essa seleção ocorreu de modo arbitrário, não sendo definidos critérios sistemáticos para a sua execução, provendo a pesquisadora de critérios subjetivos para tal intento (CORDEIRO *et. al.*, 2007).

Convenientemente, nesta pesquisa foram priorizadas as fontes bibliográficas que apresentavam estudos de autores considerados como marcos teóricos para suas respectivas áreas de conhecimento, assim como pesquisas mais recentes, de modo a possibilitar a seleção de informações mais relevantes para esta investigação. À vista disso, a fundamentação teórica da pesquisa perpassou por um arcabouço teórico-conceitual interdisciplinar, ante a contribuição de áreas que se inter-relacionam com o turismo, a exemplo da Sociologia, História e Antropologia.

No tocante à relação entre culinária e turismo, por este fenômeno se integrar à área de conhecimento deste mestrado, e nesta pesquisa ser tratado como o ponto de congruência entre as categorias de análise anteriormente apresentadas, a seleção de suas fontes bibliográficas ocorreu de modo mais aprofundado, através da leitura crítica, visando analisar essas interações e servir de embasamento teórico para as propostas de ações e intervenções aqui apresentadas.

Para a construção desse estudo, foi consultado o banco de dissertações do Programa de Pós-graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe (PPMTUR/IFS), no qual foram identificadas 03 dissertações acerca da relação entre culinária e turismo: Brito (2017) propõe a criação de um cluster gastronômico para o sertão sergipano contemplando a Rota do Cangaço; Lima (2018) sugere a realização de um evento gastronômico na cadeia hoteleira de Aracaju/SE; e, Soares (2018) aponta o potencial dos produtos agroalimentares da região do Velho Chico Sergipano para a aquisição do selo de Indicação Geográfica.

Isto posto, essas pesquisas foram relevantes para coadjuvar nas discussões acerca do uso turístico da culinária identitária. Por outro lado, torna-se conveniente mencionar que nenhum desses estudos aborda especificamente as identidades-consumo e sua representação pela comunicação turística, sobretudo, no município de São Cristóvão/SE. Diante disso, esta pesquisa apresenta caráter inédito e poderá servir como embasamento de novos estudos sobre a culinária identitária sob um viés primordialmente socioantropológico.

Ainda, no âmbito deste estudo, foram consultadas fontes bibliográficas acerca da história, economia e cultura de São Cristóvão/SE, com vistas a contribuir para o resgate do processo histórico-cultural de formação e transformação da culinária são-cristóvense, além de remontar aos hábitos alimentares locais e as produções de alimentos identitários ainda vigentes. Para tanto, foram consultados os acervos das bibliotecas institucionais do Instituto Federal de Sergipe e da Universidade Federal de Sergipe, com o intuito de congregiar informações relevantes para este estudo.

As pesquisas encontradas acerca das comidas e bebidas identitárias de São Cristóvão/SE detêm-se a abordar a gastronomia local como elemento do produto turístico e sua potencialidade para a competitividade dos destinos turísticos (AZEVEDO; SILVEIRA, 2016; SAMPAIO, 2018); com enfoque na doçaria são-cristóvense como fator de atratividade turística, inclusão social e reforço identitário (LEAL; MOURA; COSTA, 2010; COSTA, 2014; SANTOS, 2014; SANTOS; LEAL, 2012); e a relação da doçaria com as festas religiosas do município (LEAL; ARAGÃO, 2012).

As pesquisas também referenciam ao modo de saber/fazer alimentos tradicionais no município (JESUS, 2016); à indicação geográfica como estratégia mercadológica para promoção da cultura alimentar local e indução ao desenvolvimento local (MELLO, 2016; SANTOS, 2018); e ao uso da comunicação e da informação como ferramentas do turismo para dar visibilidade à cultura alimentar (SANTANA; LUCENA FILHO, 2018).

Nesse sentido, constata-se que apesar da culinária de São Cristóvão/SE já figurar como objeto de alguns estudos acadêmico-científicos desde 2010, os quais dão um vislumbre sobre a relevância e diversidade da produção culinária do município, poucas destas pesquisas apontam ações para evidenciá-la como marca do destino turístico, indutor de inclusão social e promotor de experiências turísticas autênticas, bem como ressaltar o seu papel estratégico para o resgate da memória gustativa, (re)construção das identidades alimentares e valorização dos saberes e fazeres locais. Com isso, este estudo visa sanar esta lacuna e servir de base para novos estudos.

Concomitantemente a este procedimento, foi realizada uma pesquisa documental recorrendo às instâncias governamentais, com o intuito de analisar documentos que respaldassem o processo de planejamento turístico, a apropriação dos aspectos culturais pela atividade turística e as ações empreendidas para valorização e preservação da culinária identitária são-cristóvense.

Kripka, Scheller e Bonotto (2015) ressaltam que a pesquisa documental e a pesquisa bibliográfica são distintas, apesar de ambas utilizarem os materiais gráficos como objetos de investigação. As pesquisas documentais são aplicadas em fontes primárias, as quais não receberam tratamento analítico, a exemplo de memorandos, atas, reportagens, cartas, materiais promocionais, gravações e fotografias; já, as pesquisas bibliográficas são efetuadas em fontes secundárias, em geral, estudos publicados acerca da temática abordada.

Desta feita, para este estudo foram consultadas as fontes documentais do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), Fundação Municipal de Cultura e Turismo (FUMCTUR) e Ministério do Turismo (MTUR), a saber: relatórios, sites institucionais, e outros

documentos de acesso público que impactem na relação entre turismo, culinária, representações, identidades, comunicação e experiência.

Visando perceber a produção do setor econômico primário no município, foram consultados também os dados estatísticos da Empresa de Desenvolvimento Agropecuário de Sergipe (EMDAGRO/SE), da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a fim de identificar os insumos agrícolas produzidos em São Cristóvão, no sentido de compreender como os mesmos são incorporados na culinária local.

Outrossim, foram analisados os cardápios dos equipamentos de A&B de São Cristóvão, de modo a perceber como se dá a oferta turística dos alimentos e bebidas identitários no município. Por demais, atendendo a prerrogativa de analisar as ações empreendidas pelo setor público com foco na comunicação turística da culinária de São Cristóvão/SE, foi efetuada uma investigação no site para informação e comunicação oficial, gerido pela FUMCTUR.

A pesquisa de campo também foi adotada na investigação científica por possibilitar o estudo dos fenômenos tal como ocorrem espontaneamente no ambiente real (GIL, 2008). À vista do exposto, esse procedimento metodológico foi aplicado no recorte espacial estabelecido nesta investigação, visando possibilitar um exame mais aprofundado sobre a oferta turística de A&B no município estudado, bem como o modo como se dá a produção e comercialização de seus alimentos identitários e os sentidos dados aos autóctones para eles.

Dando suporte à pesquisa de campo, foi empregada a história oral como procedimento metodológico por este contribuir para a investigação dos aspectos socioculturais dos autóctones são-cristóvenses, de modo a resgatar os saberes e fazeres culinários do município e a relação da comunidade com os alimentos. Nesse sentido, Thompson (2002, p. 9) aponta que a história oral busca a "interpretação da história e das mutáveis sociedades e culturas através da escuta das pessoas e do registro de suas lembranças e experiências".

Assim sendo, a história oral contribui para a compreensão mais abrangente da realidade social ao resgatar os hábitos, os saberes e fazeres da comunidade, sistematizando e perpetuando-os, no sentido de ampliar a difusão e salvaguarda da cultura popular. De tal maneira, a história oral faz uso das narrativas como fonte de informações para as pesquisas, concedendo voz às minorias, que costumeiramente não constam nas fontes históricas escritas e, conseqüentemente, tem suas experiências, costumes e modos de vida esquecidos em favor da ação do tempo.

As narrativas [...] são instrumentos importantes de preservação e transmissão das heranças identitárias e das tradições. [...] sob a forma de registros orais ou escritos são caracterizadas pelo movimento peculiar à arte de contar, de

traduzir em palavras as reminiscências da memória e a consciência da memória no tempo. São importantes como estilo de transmissão, de geração para geração, [...] são suportes das identidades coletivas e do reconhecimento do homem como ser no mundo, [...] integram a cultura de diferentes comunidades (DELGADO, 2003, p. 21-22).

A partir das narrativas presentes nas fontes escritas ou na oralidade dos sujeitos, os aspectos intangíveis que compõem, formam e transformam a sociedade são perpetuados e transmitidos hereditariamente, contribuindo para que a memória se mantenha viva através do tempo e as identidades sejam (re)construídas constantemente. Consequentemente, os sujeitos fazem uso das narrativas para expressar suas vivências e percepções, reforçando seu lugar no mundo.

A respeito disso, a narrativa se apresenta como um dos principais instrumentos para a preservação do patrimônio cultural imaterial. Com base no explicitado, percebe-se que o procedimento da história oral prioriza as fontes orais unindo as informações por ele levantadas com os dados constantes nas fontes escritas (DELGADO, 2003). Esta estratégia permite a análise dos fatos narrados, além de uma percepção mais abrangente do objeto de estudo, a ponto dos fatos que contribuíram para a formação das culturas e identidades serem (re)contados através das narrativas dos sujeitos que testemunharam os acontecimentos ou ouviram sobre eles.

As oralidades se vinculam à memória em um processo de lembrança e esquecimento, nos quais as percepções dos sujeitos se vinculam aos fatos dando-lhes contornos diferentes, repletos de subjetividades que explanam sobre vivências, modos de vida, crenças, dentre outros simbolismos, são as representações que explanam sobre suas identidades.

Por tratar-se de uma pesquisa aplicada, a qual buscou alternativas para solucionar uma problemática real, é imprescindível que ocorra a interação entre o pesquisador e os sujeitos que possuem relação com o objeto de pesquisa, para que de sorte a realidade social seja modificada através da participação coletiva. Em presença disso, este estudo adotou a pesquisa-ação como procedimento metodológico.

A pesquisa-ação consiste em acoplar pesquisa e ação em um processo no qual os atores implicados participam junto com os pesquisadores, para chegarem interativamente a elucidar a realidade em que estão inseridos, identificando problemas coletivos, buscando e experimentando soluções em situação real (THIOLLENT, 2009, p. 2).

É importante ressaltar que na pesquisa-ação a participação do pesquisador é secundária, este assume uma postura de escuta, orientando os sujeitos a identificarem suas problemáticas e buscarem coletivamente as resoluções para as mesmas. Nesse caso, o pesquisador utiliza sua

*expertise* como forma de auxiliar a população pesquisada. Destarte, nesta investigação os produtores de alimentos identitários são-cristóvenses foram os protagonistas da pesquisa, de modo que as ações aqui propostas consideraram sobremaneira seus discursos e vivências, além de buscarem ocasionar primordiais melhorias para esses sujeitos, como forma de possibilitar mudanças consistentes em suas realidades sociais.

À vista disso, os produtos técnico-tecnológicos aqui propostos apresentaram responsabilidade social à medida em que consideraram a todo momento a percepção dos produtores, consultando-os sobre suas percepções e privilegiando suas vozes. Logo, acreditamos que os produtos construídos a partir das narrativas dos produtores privilegiaram suas vivências, sensações e representações podendo possibilitar o fortalecimento das identidades alimentares do município.

Esse panorama pode impactar para que os residentes se reconheçam naquelas práticas e percepções retratadas, se orgulhem pelo seu legado e assumam a postura de seus protetores. Ao passo que, nos entrevistados, acreditamos que além da oportunidade de gerar transformações socioeconômicas, esses podem suscitar e fortalecer empoderamento social e orgulho pelo seu ofício.

## 6.2 DELIMITAÇÃO ESPACIAL DA PESQUISA

São Cristóvão, cidade histórica do estado de Sergipe, foi definida como recorte espacial desta pesquisa em decorrência da percepção de que as ações para valorização, perpetuação e comunicação turística da culinária identitária no município são incipientes, apesar de seu vasto patrimônio cultural material e imaterial. Não por acaso, a oferta turística de alimentos e bebidas no município é limitada, panorama ainda mais restrito quando se observam a culinária identitária comercializada no Centro Histórico, principal território turístico<sup>1</sup> do município.

Nesse contexto, os turistas de São Cristóvão são incentivados ao consumo de queijadas, bricelets, bolachas de goma, cocadas e licores que possuem destaque na oferta local, mas que apenas dão um vislumbre da diversidade culinária do destino. Isto posto, foram inicialmente demarcados como áreas de aplicação deste estudo, o Centro Histórico do município e a Ilha Grande, por se configurarem como territórios turísticos, espaços nos quais estão inseridos os atrativos e principais equipamentos turísticos voltados para a oferta de alimentos e bebidas do destino.

---

<sup>1</sup> Território turístico corresponde a uma porção espacial funcionalizada pelos atores sociais que desenvolvem nela determinados usos e lhe atribuem funções, nesse caso, o turístico.



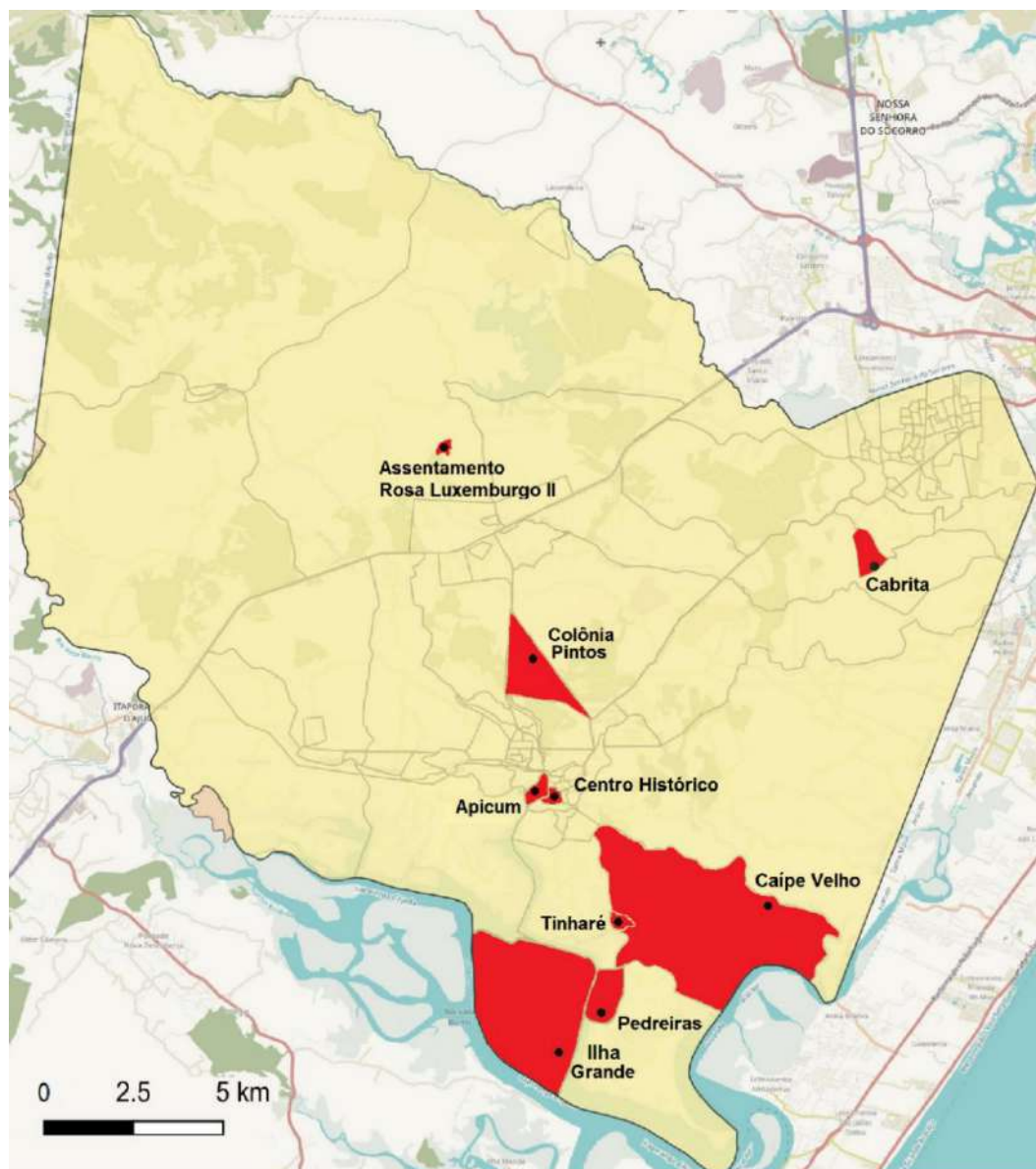
O Centro Histórico é o território que mais detém bens culturais tombados no município, como igrejas e casarios, muitos dos quais foram transformados em memoriais, museus e lojas de artesanato, atraindo sobremaneira o turista para este espaço. Ademais, nesse espaço estão inseridos espaços de A&B: Café São Francisco, Casa da Queijada, Casa dos Bricelets e restaurantes como Maddu, Seu Lima). Dentre os produtos da culinária identitária disponíveis nesse espaço é possível encontrar a venda de bricelets, queijadas, bolachas de goma e Pisa Macio (cachaça local), além da comercialização eventual de outros produtos alimentares pelas ruas da Cidade Alta (SANTOS, 2018).

Já o povoado Ilha Grande possui cerca de 90 moradores que se utilizam da pesca, agricultura de subsistência, venda de frutas, artesanato e produção de doces como fonte de renda (COSTA; SOUZA; ALVES, 2016). Esta comunidade tradicional possui características socioculturais que contribuíram para que no ano de 2017 fosse implementado o turismo de base comunitária (TBC) neste núcleo rural.

Ainda, a pesquisa abrangeu povoados, colônias e assentamentos do município em que foram identificadas a fabricação artesanal de alimentos com características atreladas ao território, as quais deveriam remeter às tradições locais e à relação da comunidade com a terra, rio e o mangue presentes no seu entorno.

Neste contexto, ante o disposto no Plano Diretor Participativo de São Cristóvão (SÃO CRISTÓVÃO, 2018a) e no Inventário Turístico do município (LIBERATO; 2019) também foram delimitados como área para aplicação deste estudo os povoados Pedreiras, Cabrita e Caípe Velho, assim como a Colônia Pintos e o Assentamento Rosa Luxemburgo II. Além destes, por intermédio da pesquisa de campo foram incorporados no recorte espacial deste estudo o povoado Tinharé e o bairro Apicum (Figura 8).

Figura 8 – Recorte espacial da pesquisa



Fonte: Elaborado por Cristiane Alcântara, a partir de dados do SRH e IBGE, 2021

O povoado Pedreiras é um dos ordenamentos rurais mais tradicionais de São Cristóvão (SÃO CRISTÓVÃO, 2018a), o qual mantém a tradição da pesca artesanal, da catação de mariscos e da doçaria local, visto que parte das marisqueiras do povoado complementam os seus rendimentos com a produção e venda de doces com representatividade social (LEAL; ARAGÃO, 2012).

O povoado Cabrita é um notório reduto da culinária doceira são-cristóvense. Este território é notadamente reconhecido pela produção artesanal de doces, a exemplo de compotas e balas de frutas, em decorrência da diversidade e abundância de árvores frutíferas na região (SANTOS, 2014). Já no Caípe Velho, mantém-se a tradição do cultivo da mandioca e de outras raízes, além do extrativismo da mangaba (SÃO CRISTÓVÃO, 2018a).

Na Colônia Pintos, são fabricados artesanalmente beijus, macasados, saroios e pés de moleque (JESUS, 2016); no Assentamento Rosa Luxemburgo II há a produção coletiva de bolos (LIBERATO, 2019); no Apicum e no Tinharé se dá a fabricação de moquecas na folha.

Inicialmente, a delimitação espacial deste estudo compreendia também os povoados Caípe Novo e Maria Ramos, nos quais ocorre o extrativismo da mangaba, a pesca e a catação de mariscos (SÃO CRISTÓVÃO, 2018a). Todavia, uma vez que não foi obtido contato com nenhum produtor destes territórios, estes foram retirados da investigação científica, ação já antecipadamente prevista no projeto desta pesquisa. Um dos motivos que contribuiu para a dificuldade de contato com produtores desses territórios deu-se em decorrência da sua distância da sede do município e inexistência de um amplo e sistemático cadastro desses atores sociais pela iniciativa pública.

### 6.3 SUJEITOS DA PESQUISA

No âmbito deste estudo foram considerados como sujeitos da investigação: 1) Produtores da culinária identitária de São Cristóvão; e, 2) Representantes do setor público das pastas de cultura e turismo que atuam no município. Nesse sentido, foram delimitados para participação nesta entrevista: produtores(as) de alimentos e bebidas tidos como identitários do município, diante de sua relação com a história, modo de vida e recursos endógenos da localidade; e, gestores do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e da Fundação Municipal de Cultura e Turismo “João Bebe Água” (FUMCTUR).

Tornou-se conveniente mencionar que, os benefícios para os participantes desta pesquisa serão indiretos, visto que, apesar dos produtos tecnológicos aqui propostos deterem potencial para estimular o deslocamento de turistas, apresentando-os a produtos e produtores, aguçando o interesse pelo consumo, o que pode representar transformações socioeconômicas para esses atores sociais de São Cristóvão, a presente pesquisa trata-se de um estudo que propõe caminhos para intervenções público-privadas, mas não as aplica.

Assim, essa figura como um instrumento para fornecer subsídios para novas pesquisas pela academia e a criação de projetos por entidades do terceiro setor que ocasionem benefícios diretos a estes. Diante disso, estima-se que este estudo contribua para fomentar a inclusão social pelo turismo, de modo que os produtores de comidas e bebidas representativas de São Cristóvão/SE sejam impactados positivamente pela atividade turística, através da diversificação da oferta turística de A&B no município.

Para tanto, este estudo busca, por intermédio da comunicação turística, dar visibilidade à produção de alimentos e bebidas identitárias do município, fornecendo bases para aumentar a participação dos participantes da pesquisa na atividade turística. Através do apoio à interiorização dos benefícios provenientes do turismo, esta investigação científica pode ajudar no fomento ao empreendedorismo na base local, além de agregar aos bens produzidos em pequena escala, o valor dos aspectos simbólicos e significantes a eles atrelados, o que pode propiciar o impulso ao consumo turístico da culinária identitária, além de fortalecimento do sentimento de pertença nos produtores de alimentos e bebidas identitários, empoderamento e outros benefícios socioeconômicos.

Vale salientar que, essa pesquisa não ofereceu riscos de cunho físico e/ou biológico para a saúde dos sujeitos consultados. Já o encontro com o estranho, apresentou-se como a cozinha da pesquisa, mesmo que eventualmente tenham ocorrido eventuais constrangimentos, por parte dos produtores, em responder algum questionamento, embaraço de interagir com estranhos, medo de eventuais repercussões, desconforto pelo tempo despendido para participar da pesquisa, além de circunstanciais temores relacionados à divulgação de imagens, através de filmagens ou registros fotográficos.

A pesquisadora buscou a todo momento evitar quaisquer danos aos atores sociais consultados, fossem eles imediatos e posteriores, no plano individual e coletivo, em decorrência de suas participações nesta pesquisa. De tal modo, foi assegurada a confidencialidade e privacidade dos mesmos, a proteção da imagem e a não estigmatização dos envolvidos, garantindo assim a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades, inclusive em termos de autoestima, de prestígio e/ou benefício econômico-financeiro.

Concedeu-se também o acesso antecipado aos resultados individuais e coletivos da pesquisa para apreciação dos resultados. No mais, a fim de minimizar ocasionais desconfortos, a pesquisadora buscou garantir a liberdade dos atores sociais em não responder quaisquer questões que considerassem constrangedoras, atentando-se aos sinais verbais e não verbais de desconforto.

Garantiu-se ainda, o respeito aos valores culturais, sociais, morais, religiosos e éticos dos sujeitos pesquisados, bem como aos hábitos e costumes da comunidade à qual fazem parte, asseverando que a divulgação pública dos resultados da pesquisa, na medida do possível, buscava possibilitar benefícios para a comunidade pesquisada, cujos efeitos poderiam continuar a se fazer sentir, sobretudo, após a conclusão do estudo.

Ademais, os registros imagéticos evitaram permitir a identificação dos envolvidos, detendo-se a captação dos fazeres culinários, por meio do foco em suas mãos, respeitando o sigilo referente aos saberes e fazeres, caso não fosse do interesse dos produtores a divulgação das receitas ou qualquer outra informação correlata.

Quanto ao desconforto pelo tempo despendido com a participação da pesquisa, buscou-se limitar o acesso aos sujeitos apenas pelo tempo e qualidade das informações específicas para a pesquisa, consultando sua disponibilidade antecipadamente, a fim de evitar, sobremaneira, interferências negativas em suas vidas e rotinas. Para tanto, em todas as visitas foram adquiridos produtos dos sujeitos pesquisados como forma de valorizar o tempo e energia disponibilizados para a pesquisa, assim como aclarar a relevância dos seus saberes e fazeres intrinsecamente atrelados aos produtos comercializados.

#### 6.4 MÉTODO E TÉCNICAS DE AMOSTRAGEM

Para possibilitar a aplicação dos instrumentos de pesquisa foram delimitadas parcelas amostrais dos universos elencados para esta investigação, perante critérios de representatividade. Nessa direção, este estudo fez uso de duas técnicas de amostragem: intencional e bola de neve, ambas pertencentes ao método de amostragem não-probabilística, as quais contribuíram para determinar os agentes sociais a serem submetidos à pesquisa, sem ensejar na generalização dos dados em virtude da subjetividade dos sujeitos.

Destarte, conforme anteriormente pontuado, este estudo apresenta dois universos de pesquisa, os quais obrigatoriamente deveriam estar presentes na área espacial delimitada para este estudo, a saber: 1) Cadeia produtiva de alimentos identitários; 2) Setor público. Não foram efetuadas consulta formal aos atores sociais atrelados ao setor privado, terceiro setor, Residentes, Turistas e consumidores em virtude das implicações da pandemia pelo COVID-19, o que limitava o acesso aos atores sociais, bem como em decorrência do tempo disponível para a pesquisa de campo.

A priori foi utilizada a técnica de amostragem intencional, visando estabelecer uma percepção acerca dos sujeitos que compõem o universo delimitado, ante a premissa da acessibilidade aos mesmos. Segundo Gil (2008), é por meio da técnica de amostragem intencional que os sujeitos da pesquisa são selecionados, de acordo com certas características específicas, as quais são tidas como relevantes pelos pesquisadores. Para esta pesquisa, foram

eleitos representantes dos produtores da culinária identitária e do setor público municipal, através do pressuposto da acessibilidade, a fim de contribuírem com a investigação.

Logo, por esta pesquisa tratar sobre os saberes e fazeres culinários de São Cristóvão, e por conseguinte, as comidas e bebidas identitárias deles provenientes, foram delimitadas premissas para a inclusão de participantes no estudo: autóctones contendo mais de 30 anos de idade, que preferencialmente tivessem nascido em São Cristóvão ou residissem ao menos há 20 anos no município, os quais deveriam produzir artesanalmente comidas e bebidas identitárias na localidade.

O critério inicial estabelecido para a seleção intencional dos produtores foi o cadastro, e consequente, liberação por parte da Prefeitura Municipal para venda dos produtos agroalimentares, no ano de 2019, durante as Procissões de Senhor dos Passos e Festival de Artes de São Cristóvão, principais eventos turístico-culturais do município. Todavia, somente foi disponibilizado pela gestão pública municipal o cadastro dos atores sociais autorizados a comercializar na edição de 2018 do Festival de Artes de São Cristóvão (FASC).

A lista continha 38 vendedores de alimentos e bebidas do município, o que incluíam produções de alimentos como doces, salgados e bebidas em geral. Para o âmbito desta pesquisa, nos detivemos naqueles assinalados como produtores de comidas típicas do Nordeste e de São Cristóvão, conforme disposto no quadro abaixo. Para garantir a privacidade dos mesmos apenas são disponibilizadas as iniciais de seus respectivos nomes.

Quadro 3 – Vendedores de alimentos e bebidas identitários no FASC/2018

Produtor	Tipo de comida
MAS	Comidas típicas de São Cristóvão
VMG	Comidas típicas de São Cristóvão
LAAA	Comidas típicas do Nordeste
MFJS	Comidas típicas do Nordeste
CPF	Comidas típicas do Nordeste
MLS	Comidas típicas do Nordeste
JSL	Cachaça artesanal
MSC	Comidas típicas do Nordeste
MIS	Comidas típicas de São Cristóvão
MCBS	Comidas típicas do Nordeste
RCJ	Comidas típicas de São Cristóvão
BPS	Comidas típicas do Nordeste
OML	Comidas típicas do Nordeste

Fonte: SEMAST, 2018.

A pesquisadora efetuou contato com os sujeitos supracitados e constatou que a lista disponibilizada se encontrava desatualizada, uma vez que muitos destes não possuem mais o contato disponibilizado. Percebeu-se também que alguns dos autóctones delimitados como produtores de comidas típicas nordestinas produziam alimentos identitários do município. Diante disso, foi necessário consultá-los para avaliar quais deles enquadravam-se nos critérios da amostragem.

Foi possível obter contato com 03 produtores que condiziam com os parâmetros estabelecidos para a participação na pesquisa. Esse número inicial diminuto deveu-se ao fato de alguns dos autóctones que ainda possuíam acesso ao meio de contato presente na lista disponibilizada, não responderem à solicitação de diálogo.

Por intermédio do acesso a estes e outros produtores presentes no Centro Histórico com os quais a pesquisadora já havia obtido contato prévio em decorrência da execução de outras pesquisas no município e/ou por indicação da Prefeitura Municipal, foi possível dar início ao estudo com uma amostra de 05 sujeitos, sendo 02 produtoras de queijada, 01 produtora de bricelet, 01 produtora da cachaça Pisa Macio e 01 produtora de compotas e balas de frutas.

No tocante aos órgãos do serviço público delineados para contribuir com essa pesquisa, foram selecionados aqueles que planejam e gerenciam a atividade turístico-cultural e culinária no município, a saber: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional e Fundação Municipal de Cultura e Turismo. Todavia, após variadas tentativas de contato com o IPHAN sem sucesso, a iniciativa pública foi representada apenas pela FUMCTUR.

Em concomitância com a amostragem intencional, foi aplicada a técnica bola de neve, também conhecida como *snowball* ou *snowball sampling*. Essa técnica de amostragem é aplicada com os sujeitos inicialmente selecionados para a pesquisa, os quais indicam novos integrantes para o estudo e assim sucessivamente, até que o objetivo da investigação seja alcançado ou as informações e indicações se repitam, sem acrescentar novidades (VINUTO, 2014).

A técnica bola de neve se apresenta como uma rede de referências, que permite maior abrangência nos estudos, diante da adesão de variados membros da comunidade que se apresentam como relevantes para a investigação e que, por meio da indicação de conhecidos, costumeiramente demonstram maior disponibilidade para participar da pesquisa. Dito de outro modo, esta técnica possibilita que atores sociais não identificados inicialmente sejam inseridos e consultados.

De tal modo, a técnica de amostragem bola de neve foi aplicada nesta pesquisa com os participantes iniciais aqui referenciados, ou seja, os produtores da culinária identitária e o representante do setor público, que deveriam indicar novos sujeitos para a investigação. No primeiro momento a técnica não surtiu o efeito esperado, visto que muitos sujeitos apontados não demonstraram interesse em aderir à pesquisa.

Diante disso, a pesquisadora passou a questionar os autóctones, com os quais obtinha contato durante a pesquisa de campo, se conheciam sujeitos que se enquadravam aos critérios definidos para a pesquisa. Desde então, a amostragem passou a se ampliar progressivamente, tornando-se mais significativa (Quadro 4).

Quadro 4 – Produtores participantes da pesquisa

Localidade	Nome	Produto
Cabrita	SLOL	Doces, compotas e balas de frutas
	TS	Doces, compotas e balas de frutas
Centro Histórico	MS	Queijada e bolachinha de goma
	VMG	Bricellet
	CRS	Pisa Macio
	CSLA	Pisa Macio
Pintos	JA	Beijus e correlatos
Rosa Luxemburgo II	MGA	Bolos
Apicum	MLS	Moqueca na folha
Caípe Velho	CVSS	Mangaba ameixa, licores
Tinharé	COSS	Moqueca na folha
Pedreiras	MVSA	Beijus e correlatos
	ISA	Bolos
	MPS	Pé de moleque de macaxeira
Ilha Grande	MS	Queijada, pé de moleque de macaxeira, licores

Fonte: Elaboração própria, 2022

A amostra contemplada compreendeu quase que a totalidade de alimentos e bebidas identitários levantados por meio das pesquisas bibliográfica, documental e de campo, haja vista a indisponibilidade de acesso a alguns atores sociais que produzem outros tipos de alimentos. Cumpre pontuar também que, muitos produtores se mostraram intimidados ante a necessidade de assinar os termos de consentimento para participação voluntária na pesquisa e de autorização para uso de imagem e depoimento que são solicitados pelo Comitê de Ética, o que contribuiu para a aceção de conversas que se mantiveram na informalidade, cujos dados, apesar de relevantes, não constarão neste estudo.

## 6.5 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS



As técnicas de coleta de dados servem para auxiliar no estudo da realidade pesquisada e fornecer bases para as intervenções que se pretendem executar no meio (GIL, 2008). Assim, a coleta de dados no âmbito deste estudo se deu em dois momentos complementares: o primeiro deles voltado ao levantamento de dados em fontes secundárias, nesse caso, na égide da pesquisa documental, e o segundo, dedicado à pesquisa em campo. Desta feita, para viabilizar a execução dos procedimentos metodológicos apresentados anteriormente no ambiente *in loco* foram utilizadas as técnicas de observação e entrevista.

A técnica de observação foi executada durante a pesquisa de campo realizada no município, com o intento de perceber a produção e comercialização de alimentos identitários em São Cristóvão, seja cotidianamente ou durante os eventos constantes no seu Calendário de Eventos Turístico-Cultural (Quadro 5), uma vez que muitas informações relevantes para a pesquisa somente podem ser obtidas através de observações ao objeto de estudo.

Quadro 5 – Principais eventos do município

Evento	Data	Tipo
Festa de Reis	6 de janeiro	Religiosa
Carnaval	Móvel	Cultural
Procissão de Senhor dos Passos	2º final de semana da quaresma	Religiosa
Procissão do Fogaréu (Semana Santa)	Quinta-feira Santa	Religiosa
Corpus Christi	Móvel	Religiosa
Festejos Juninos	Junho	Cultural
Festival de Artes	Móvel	Cultural
Festa de Nossa Senhora da Vitória (Padroeira da Cidade)	8 de setembro	Religiosa
Festividades natalinas	Dezembro	Cultural

Fonte: Elaboração própria a partir de informações obtidas em campo, 2021

Gil (2008) ressalta que a técnica de observação pode ser empregada aliada a outras técnicas ou de modo isolado, e consiste em mais do que escutar e ver os objetos pesquisados em campo. Esta técnica centra-se em analisar os fatos e fenômenos na realidade social, sem qualquer intermediação.

Quando aplicada em pesquisas que envolvem grupos sociais, a técnica de observação auxilia na identificação de aspectos que orientam e interferem no comportamento dos indivíduos, inclusive aqueles sobre os quais estes não têm consciência ou tentam ocultar. Vale salientar que, em decorrência disso, a coleta de dados por intermédio da observação precisa perpassar por sistematização, através de um processo de categorização para análise e

interpretação dos dados levantados, a fim de reduzir a incidência de subjetividades nos resultados da pesquisa (LAKATOS; MARCONI, 2010).

Para esse estudo foi empregada a técnica de observação sistemática, na qual o pesquisador estabelece um sistema de organização das visitas técnicas e registro das informações coletadas, tendo como base categorias de análise estabelecidas antecipadamente (GIL, 2008). Destarte, no cerne desta pesquisa foram visitados, durante os meses de agosto de 2021 a fevereiro de 2022, os espaços de produção e comercialização da culinária identitária são-cristóvense, tais como mercados públicos, feiras livres, casas dos produtores e fabriquetas (Quadro 6), visando identificar quais eram as comidas com representatividade social que são produzidas e comercializadas pela comunidade local.

Quadro 6 – Calendário de pesquisa de campo

Mês	Data	Local visitado	Recorte espacial
Agosto/2021	11	Casa dos Bricelets	Centro Histórico
		FUMCTUR	Centro Histórico
		Mercado Público Municipal	Cidade Baixa
	24	Casa da Queijada	Centro Histórico
		Casa de Produtora MS	Ilha Grande
		Casa Amarela	Centro Histórico
Setembro/2021	03	Casa dos Bricelets	Centro Histórico
	04	Feira Livre	Cidade Baixa
		Casa da Queijada	Centro Histórico
	10	Vinícola Possamai	
		Casa da produtora CSLA	Centro Histórico
	22	Casa da produtora TS	Cabrita
	24	Fabriqueta de Beijus	Colônia Pintos
		Casa da produtora MLS	Apicum
		Porto do Dedé	Pedreiras
		São Francisco Café & Bar	Centro Histórico
Outubro/2021	25	Fabriqueta de bolos	Rosa Luxemburgo II
	28	Fabriqueta de Beijus	Pedreiras
Novembro/2021	24	Feira Livre	Centro Histórico
		Casa dos Bricelets	Centro Histórico
	26	Casa da Queijada	Centro Histórico
		Casa da produtora CRS	Centro Histórico
	27	Feira Livre	Cidade Baixa
		Restaurante Pôr do Sol	Porto do Catamarã
		Evento em alusão ao dia da Consciência Negra	Centro Histórico

<b>Dezembro/2021</b>	03	Casa da produtora MLS	Apicum
	07	Fabriqueta de Doces	Cabrita
		Casa Amarela	Centro Histórico
		Fabriqueta de Beijus	Colônia Pintos
	08	Casa da produtora MPS	Pedreiras
	09	Fabriqueta de Beijus	Pedreiras
<b>Fevereiro/2022</b>	21	FUMCTUR	Centro Histórico
	07	Casa da produtora COSS	Tinharé
	09	Feira livre	Centro Histórico
	10	Casa da produtora CVSS	Caípe Velho

Fonte: Elaboração própria, 2022

Outrossim, através da pesquisa de campo na área delimitada, foi observada como se dá a produção de alimentos e bebidas identitários no município, a fim de identificar os saberes e fazeres presentes no território, bem como os atores sociais inclusos neste processo. A partir disso, a pesquisadora buscou interagir com os sujeitos analisados, a fim de obter aceitação e ganhar sua confiança. Para os registros imagéticos das observações foram utilizadas fotografias e vídeos, os quais tinham como foco as mãos dos produtores e os produtos por eles fabricados artesanalmente.

Por tratar-se de uma pesquisa atrelada aos saberes e fazeres culinários ligados ao cotidiano social era imprescindível ter acesso à realidade dos produtores a fim de captar as subjetividades e dimensões simbólicas que circundam a produção de alimentos e bebidas identitários são-cristóvenses. Destarte, as visitas aconteciam nos dias em que costumeiramente eram produzidos os alimentos e bebidas identitários por cada produtor, o que demandou constantes adequações no cronograma de pesquisa.

Diante do cenário pandêmico, percebeu-se, em um primeiro momento, receio de alguns sujeitos em ter contato presencial com a pesquisadora, mesmo diante do avanço da vacinação e garantia do uso de máscara, álcool em gel e distanciamento social, o que estendeu a pesquisa de campo por um período maior do que o estabelecido antecipadamente.

Ademais, a pesquisadora foi recebida com desconfiança por uma parcela representativa dos produtores da culinária identitária do município, haja vista tratarem-se de trabalhadores informais que possuíam o temor de uma fiscalização ou cobrança de impostos sobre a atividade comercial realizada. À vista desse cenário, muitos deles, quando interpelados, negaram seus ofícios, bem como interesse em participar da pesquisa.

Observou-se também uma preocupação, por parte dos sujeitos da pesquisa, com a presença da pesquisadora durante a produção dos alimentos e bebidas identitários, sendo,

portanto, assegurado aos mesmos que as receitas não seriam publicitadas, e aqueles que preferiram, foram entrevistados em outros espaços no qual se sentissem mais confortáveis.

Frente a estas questões, a pesquisadora precisou empreender mais de uma visita aos produtores e espaços de comercialização a fim de ir ganhando a confiança deles e ir sensibilizando-os sobre a importância da pesquisa e as contribuições que esta poderia trazer para eles. Nesses encontros, a pesquisadora figurava como cliente e empreendia conversas informais com os mesmos sobre seus ofícios.

A ocorrência de mais de uma visita aos produtores também foi necessária, em alguns casos, em virtude da metodologia adotada na pesquisa. Nem sempre era possível realizar a entrevista no mesmo dia e momento em que se dava a produção dos alimentos ou bebidas identitários, nesse caso, a pesquisadora na primeira visita apresentava a pesquisa e empreendia a entrevista e, em um segundo momento, quando liberada para tal, ia acompanhar a produção dos produtos culinários identitários e efetuar seu registro imagético.

No âmbito desta pesquisa, a técnica de observação foi adotada também para identificar os equipamentos de A&B, sobretudo aqueles voltados para o uso turístico, nos quais foram analisados seus cardápios, de modo a perceber se a oferta ao turista incluía alimentos e bebidas identitários do destino e como se dava a comercialização destes produtos alimentícios durante os eventos do município. A este respeito, em virtude da pandemia não foi possível observar nenhum evento no município, com exceção da última edição do Festival de Artes de São Cristóvão, ocorrida em 2019, e o evento festivo em alusão ao Dia da Consciência Negra, em 2021.

Essas visitas técnicas, visando a análise da realidade social, foram imprescindíveis para o conhecimento prévio dos aspectos que deveriam ser observados com maior critério e os atores sociais a ser consultados no cerne desta pesquisa. Perante isso, foram delimitadas categorias de análise para a observação sistemática, a saber: os alimentos e bebidas com representação social presentes nos espaços de comercialização; os utensílios e técnicas utilizados durante a produção; e, o perfil dos produtores. A pesquisa também se deteve a observação das corporalidades, no manusear das matérias-primas, nos olhares, sorrisos e silêncios.

No mais, dando suporte à pesquisa de campo, foi utilizada a técnica de entrevista com o intuito de possibilitar a ocorrência de um contato mais direto entre o pesquisador e os sujeitos da pesquisa, no sentido de contribuir para a compreensão das relações e opiniões destes acerca do fenômeno estudado (VEAL, 2011).

Desta feita, esta técnica de pesquisa foi empregada com os produtores de alimentos e bebidas identitários de São Cristóvão/SE, visando identificar os sabores e saberes locais, além

de perceber a relação destes com os alimentos identitários do município, traçando um paralelo com suas memórias afetivas e gustativas, as quais evocam à transmissão dos saberes e fazeres, além de entender suas respectivas visões sobre a apropriação turística da culinária local.

Igualmente, foi entrevistada uma representante do órgão público municipal responsável pela gestão do turismo e da cultura em São Cristóvão/SE – FUMCTUR, visando identificar as ações empreendidas no município para dar suporte à valorização, preservação, comunicação e oferta turística dos alimentos identitários, pautados no fortalecimento da produção associada ao turismo e na inclusão social.

## 6.6 INSTRUMENTOS PARA COLETA DE DADOS

Para a aplicação das técnicas de pesquisa, foram delimitados como instrumentos para coleta de dados o formulário, o diário de campo e o roteiro de entrevista. Logo, de modo a possibilitar a execução da técnica de observação foi utilizado o formulário, o qual foi elaborado antecipadamente e norteou o trabalho de campo, delimitando as variáveis e elementos a serem observados.

Assim, atrelados aos registros iconográficos, que se apresentaram como um instrumento de suporte à investigação, o formulário possibilitou o agrupamento das informações observadas durante a pesquisa de campo. Segundo Lakatos e Marconi (2010), este deve ser preenchido pelo próprio pesquisador, permitindo a sistematização das informações coletadas.

Para tanto, o formulário foi utilizado durante as visitas aos espaços de comercialização de alimentos no município, tais como mercados públicos e feiras livres, visando identificar quais eram os produtos da culinária identitária inseridos cotidianamente no cardápio da comunidade local (Apêndice 1). O instrumento de pesquisa também foi adotado para a identificação dos alimentos identitários ofertados aos turistas nos equipamentos de A&B constantes no território turístico do município, nos quais foram analisados seus cardápios conforme já pontuado (Apêndice 2).

Em paralelo ao uso do formulário, nesta pesquisa foi adotado o diário de campo como instrumento para a execução da técnica de observação. Diante da imprescindibilidade da sistematização das informações coletadas durante a observação e a ocasional incidência dos aspectos subjetivos e fatos não previstos nos demais instrumentos de pesquisa, o diário apresenta-se como instrumento complementar por meio da coleta de dados de ocorrência espontânea que podem ser considerados relevantes durante a pesquisa (MINAYO, 2008b).

O diário de campo, em virtude de não possuir uma estrutura rígida, possibilita o registro das características físicas do entorno e as percepções do pesquisador acerca dos comportamentos e falas dos sujeitos durante a execução do estudo, bem como descreve eventuais conversas informais, de modo a servir como fonte descritiva e reflexiva da pesquisa (MINAYO, 2008b). Além disso, este instrumento permite a descrição e deliberação das relações entre os atores sociais e o entorno, suas posturas nos momentos pré e pós-entrevista, dentre outros aspectos que não seriam captados por outros instrumentos metodológicos, mas que são tidas como importantes para a pesquisa.

Deste modo, o diário de campo dá suporte não somente à técnica de observação, mas também à entrevista, principalmente quando esta se apresenta como um instrumento para permitir o resgate da memória, através da história oral (FAJER; ARAUJO; WAISMANN, 2016). Neste contexto, os aspectos captados pela pesquisadora serviram para possibilitar o conhecimento mais aprofundado dos autóctones entrevistados, inclusive as contradições e hesitações, as quais se configuravam como perspectivas importantes a serem consideradas na pesquisa.

Visando possibilitar a execução da técnica de entrevista, foram elaborados roteiros semiestruturados para a mesma, os quais continham perguntas abertas e fechadas pré-estabelecidas, de modo a permitir ao pesquisador o acesso a uma gama maior de informação, mantendo-se o foco no fenômeno estudado, além de facilitar a tabulação dos dados, através da comparação entre as entrevistas (VEAL, 2011).

Este roteiro de entrevista propiciou maior diálogo com os entrevistados, permitindo respostas mais completas e maior aprofundamento em assuntos relevantes à pesquisa. Desta feita, as entrevistas foram gravadas e ocorreram individualmente, face a face com produtores de alimentos identitários de São Cristóvão (Apêndice 3) e representantes do setor público (Apêndice 4).

Vale ressaltar, que as entrevistas com os produtores de alimentos identitários foram amparadas pela história oral como procedimento técnico, o que ensejou em número reduzido de perguntas, de modo a possibilitar maior liberdade para o entrevistado explanar acerca de suas lembranças, ocasionando diálogos mais extensos, com necessidade de maior atenção aos comportamentos e falas dos entrevistados por estes demonstrarem a sua relação com os eventos rememorados (BEDIM; PAULA, 2007).

Desta feita, o roteiro de entrevista para os autóctones envolvidos com a produção da culinária identitária foi elaborado em consonância com o instrumento de entrevista

individualizada do Inventário de Referências Gastronômicas Culturais – IRGC (Anexo A), metodologia criada por Muller (2012), a qual congrega as premissas contidas no Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC) e na certificação de Especialidade Tradicional Garantida (ETG).

O INRC é uma metodologia adotada pelo IPHAN para identificar os bens culturais imateriais do país e o ETG é uma certificação concedida pela União Europeia para o produto agrícola ou gênero alimentício que possui especificidades que os diferenciam frente a outros similares ou é tido como tradicional, sendo transmitido pela hereditariedade. Logo, visando efetuar o levantamento das tradições alimentares locais, a autora percebeu a importância de unir a abordagem histórico-cultural do INRC com a abordagem técnica-tecnológica do ETG para estruturar um instrumento mais completo e eficaz na captação das subjetividades inerentes à cultura alimentar.

Nesta pesquisa, a coleta de dados foi efetuada com a parceria da Diretoria de Turismo, vinculada à FUMCTUR, a qual despendeu apoio logístico para dar suporte à aplicação dos instrumentos de pesquisa, visto que este estudo se encontra em consonância com as premissas para o turismo cultural constantes no Plano Municipal de Turismo e ensejaram em dados importantes para auxiliar no planejamento da atividade turística em São Cristóvão/SE.

## 6.7 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS

Para a análise dos dados levantados durante todas as etapas desta pesquisa foi utilizada a história oral como método, que visa não somente compreender a mensagem transmitida, como também, o seu alcance e impacto, as hesitações, os silêncios e as contradições, além de apreender o contexto no qual a mesma está inserida e as características do seu emissor e receptor (ALVES, 2016). A história oral oportuniza que os sujeitos tenham voz e que suas vidas sejam transformadas pelo passado que suas próprias narrativas lhes concedem.

Dito de outra forma, a história oral possibilita que os dados coletados em fontes escritas e orais, sejam analisados de modo holístico, considerando não somente o seu conteúdo, mas também as subjetividades que o permeiam, admitindo assim a análise de aspectos explícitos e implícitos à mensagem. A história oral restitui sujeitos sistematicamente excluído e oprimidos de um passado e de sentidos por eles mesmos construídos que são invisibilizados e marginalizados por terceiros, contribuindo para o seu empoderamento através da sua história.

Desta feita, após a coleta das informações, por intermédio das pesquisas bibliográfica, documental e de campo, os dados foram transcritos, interpretados, analisados, categorizados e comparados, de modo a serem dispostos nos materiais elaborados como produtos desta pesquisa, através de textos, quadros, figuras e mapas que serviram para elucidar a temática trabalhada.

Tendo como base as dimensões materiais, mas sobretudo, os universos simbólicos que circundam os alimentos e bebidas identitários, esta pesquisa possibilitou a criação de produtos tecnológicos destinados a contribuir para a valorização, perpetuação e comunicação das produções culinárias são-cristóvenses. De tal modo, foi confeccionado um selo, com foco na culinária identitária, de modo a ampliar a oferta de *souvenirs* gastronômicos no território turístico do município, bem como em outros mercados.

Este conterá um *QR Code*, o qual será atrelado a uma página que pode estar atrelada ao site da FUMCTUR, por expemplo, e servirá como um instrumento para (re)contar a memória gustativa local e as representações que essas comidas têm para seus produtores, oportunizando que os turistas tenham acesso às dimensões simbólicas que circundam a materialidade da culinária identitária, transformando-os em produtos com alto valor turístico.

Ainda, é apresentada a propositura de uma exposição fotográfica contemplando a diversidade de sabores, saberes e fazeres culinários de São Cristóvão, a partir de narrativas imagéticas que expressam os ofícios constantes na cadeia produtiva de alimentos e bebidas em São Cristóvão/SE, de modo a possibilitar que turistas, são-cristóvenses e sergipanos em geral conheçam as identidades alimentares da Cidade Mãe de Sergipe, as mãos que plantam, colhem, pescam, produzem e vendem, além das dimensões simbólicas que os circundam.





Ensacamento de bolachinhas de goma – Povoado Colônia Pintos, São Cristóvão/SE  
Foto: Cecília Paes (2021)

## 4 A CULINÁRIA IDENTITÁRIA DE SÃO CRISTÓVÃO/SE

Nessa seção será apresentado um vislumbre da culinária identitária de São Cristóvão, a partir do que foi levantado nessa pesquisa. Para tanto, são evidenciados os elementos formadores da cultura alimentar são-cristovense, bem como as comidas e bebidas que compõem a culinária identitária do município e os sentidos dados por seus produtores a essas. Esse levantamento foi salutar para fundamentar as propostas de intervenção e produtos técnico-tecnológicos sugeridos na próxima seção.

### 7.1 ELEMENTOS FORMADORES DA CULTURA ALIMENTAR SÃO-CRISTÓVENSE

Iniciamos essa subseção trazendo uma breve contextualização sobre o município de São Cristóvão/SE, focando nos aspectos históricos, socioeconômicos e ambientais, que direta ou indiretamente impactam na formação e transformação da cultura alimentar local. Isto porque, conforme já salientado, os hábitos e práticas alimentares são determinados pelas ações e representações sociais, assim como pelos alimentos-base disponíveis no território, sejam eles autóctones ou inseridos nesse espaço.

São Cristóvão/SE configura-se como a quarta cidade mais antiga do Brasil. Situado no estado de Sergipe, o município está localizado na região Metropolitana de Aracaju, composta pelos municípios de Aracaju, Barra dos Coqueiros e Nossa Senhora do Socorro. O município de São Cristóvão tem por limites: Aracaju, a leste; Nossa Senhora do Socorro, Laranjeiras e Areia Branca, ao norte; e, Itaporanga, a oeste e sul (Figura 9).

Figura 9 – São Cristóvão - Localização Geográfica



Fonte: IBGE, 2019.

O município dista 26 km da capital sergipana e pode ser acessado através das BR-101 e SE-065, esta mais conhecida como Rodovia João Bebe Água, a qual assim é denominada em homenagem a uma importante personalidade são-cristovense. No mais, São Cristóvão apresenta-se como uma das cidades sergipanas com patrimônio cultural mais expressivo do estado, de modo que, a partir da instituição da Lei Estadual nº 8.824/2021, à cidade de São Cristóvão foi concedido o título de Cidade Mãe de Sergipe (SERGIPE, 2021).

De acordo com o IBGE (2021), São Cristóvão possui área de 438,04 km<sup>2</sup>, com população estimada de 92.090 habitantes e densidade demográfica de 180,52 hab/km<sup>2</sup>. As bacias hidrográficas nas quais o município está situado são Sergipe e Vaza-Barris, com afluição dos rios Poxim Mirim, Poxim Açú, Pitanga, Comprido, Santa Maria e Paramopama. O estuário do rio Vaza-Barris possui algumas ilhas ou croas em meio aos manguezais. A vegetação do município é composta por segmentos de floresta tropical e mata atlântica em áreas particulares, além de restinga, vegetação hidrófila e manguezais.

Os aspectos ambientais foram fator de considerável relevância para o povoamento e desenvolvimento do território. Segundo o documento para proposição da Praça São Francisco como patrimônio mundial, São Cristóvão foi fundada no século XVI pelo capitão português Cristóvão de Barros (1590), em uma estreita faixa de terra formada pelo Rio Poxim, sendo a primeira cidade de Sergipe e a quarta surgida no Brasil, depois de Salvador (1549), Rio de Janeiro (1565) e João Pessoa (1585) (IPHAN, 2010).

À época da fundação, São Cristóvão era conhecida como Freguesia de Nossa Senhora da Vitória, sede da Capitania de Sergipe Del Rei, a qual fazia parte da Capitania da Baía de

Todos os Santos. Nos anos seguintes à fundação, a localização do povoamento foi transferida duas vezes, instalando-se, por fim, em 1607, no alto do Monte Una e às margens do Rio Paramopama (afluente do Vaza-Barris), onde até o presente dia se localiza.

A escolha do lugar se deu em virtude da garantia de acesso aquático e terrestre ao povoamento, visibilidade e defesa, motivada pela altura do local escolhido e pelas terras férteis com abundância de água, madeira, caça e pesca (SÃO CRISTÓVÃO, 2018a). Em virtude da baixa capacidade de navegabilidade de grandes embarcações no rio Paramopama, essas aportavam no Porto das Pedreiras e os produtos eram transportados em barcos menores ou em carroças para a sede da Capitania.

Decorrente do meio na qual estava inclusa, a economia da Capitania se baseava na criação de gado, no cultivo de cana-de-açúcar e no desenvolvimento de culturas de subsistência. Dentre essas atividades econômicas, a mais representativa para a constituição do município foi o cultivo da cana-de-açúcar, o que contribuiu para a formação de engenhos de açúcar às margens dos rios Poxim e Vaza Barris, além da expansão do tecido urbano do centro histórico (SÃO CRISTÓVÃO, 2018a). Apesar de menos desenvolvida que as capitanias vizinhas, Bahia e Pernambuco, Sergipe possuía uma produção açucareira significativa, a qual era produzida por engenhos de pequeno e médio portes e enviados para os portos da Bahia (MENEZES, 2014).

A cana-de-açúcar era voltada à exportação e foi a base da economia provincial por séculos. Todavia, outros produtos agropecuários desempenhavam papel salutar na economia da Capitania, a exemplo da mandioca, que era tida como cultura de subsistência, e em comunhão a outros insumos, entre frutas, legumes e hortaliças contribuíam para abastecer o recôncavo baiano e zona da mata pernambucana (MENEZES, 2014).

Tendo como parâmetro relatos históricos, o autor supracitado aponta que a Capitania de Sergipe D'El Rei era abundante em farinha de mandioca, feijão, milho, arroz, porcos, aves, peixes e mariscos. A mandioca era o produto mais importante da Capitania, depois do açúcar. Entendida como “pão da terra” (MENEZES, 2014), era amplamente consumida pelas diversas classes sociais, inclusive pelos escravizados, para os quais era destinada uma determinada quantidade de farinha, visto a saciedade e energia que essa proporcionava, mesmo que em pequenas porções.

Desta feita, o autor referenciado aponta que a mandioca era um importante gênero alimentício de suporte à lavoura canavieira, afirmativa ratificada por Farias, Seixas Filho e Miranda (2019, p. 44), os quais frisam que “para aumentar a produção da cana de açúcar na

Colônia, foi preciso trazer os negros africanos, escravizados, para trabalhar nas lavouras e engenhos açucareiros [...], com o aumento cada vez da população a mandioca era a base da alimentação deste povo”.

No ano de 1820, Sergipe é emancipado da Bahia, de modo que São Cristóvão é elevada a capital da Província de Sergipe, a qual é transferida em 1855 para Aracaju, em virtude da proximidade desta com o litoral, o que facilitaria o escoamento dos produtos exportados pela Província. Com isso, São Cristóvão passa por um período de declínio até o início do século XX, quando o município experimenta um crescimento econômico relevante no setor agroindustrial com a construção de uma linha férrea que ligava Salvador, Aracaju e São Cristóvão, propiciando o escoamento de produtos acabados e abastecimento de matéria-prima (IPHAN, 2010).

Cumprе ressaltar que, a construção de São Cristóvão ocorreu durante a unificação das coroas portuguesa e espanhola, fato que determinou a estruturação do traçado urbano em cidade alta composta pelo centro do poder e da religião, onde a elite residia, e a cidade baixa onde se localizavam os portos e morava a plebe (IPHAN, 2010). Com a construção da ferrovia e o crescimento do sistema industrial na década de 1990, a ocupação na cidade baixa é dinamizada, ocorrendo o incremento do comércio, dos serviços e das habitações para atender aos novos trabalhadores. Desta feita, este contexto solidificou a divisão da cidade em dois níveis: a cidade alta voltada para a tradição e a cidade baixa focada no cotidiano popular.

A economia de São Cristóvão foi baseada, durante décadas, na agricultura, com destaque para o cultivo de cana-de-açúcar e sua industrialização, conforme mencionado. Todavia, com o declínio da economia açucareira no Brasil, outras atividades econômicas passaram a figurar como prioritárias no município.

Na agricultura, os principais insumos produzidos no município são mandioca, feijão, amendoim, abóbora, coco-da-baía, cana-de-açúcar, milho e mangaba. Na pesca, destacam-se o camarão, tambaqui e tilápia; na pecuária, os rebanhos bovino, suíno, ovino e equino, além das galináceas, patos, gansos, marrecos, perdizes e faisões (CAMARGOS; GÓIS; NOBREGA, 2017; IBGE, 2017b).

Ademais, há extração vegetal de lenha e lenha de eucalipto para o mercado local. Entretanto, apesar da variedade de insumos produzidos por esta atividade econômica, a contribuição de receitas por ela gerada para a economia são-cristovense é pouco expressiva,



visto esta ser formada essencialmente por pequenos produtores, com baixa escala comercial (SÃO CRISTÓVÃO, 2018a).

O PIB *per capita* do município em 2018 era de R\$ 10.196,55, o qual vem apresentando quedas sucessivas nos últimos anos, a ponto de influenciar diretamente no poder de compra dos residentes, além de limitar suas condições de vida e diminuir o recolhimento dos impostos municipais (SÃO CRISTÓVÃO, 2018a). Dentre os aspectos que contribuíram para este panorama, destaca-se o encerramento das atividades de diversas empresas no setor comercial e de construção civil, ensejando no aumento do desemprego e diminuição na arrecadação de tributos.

Este cenário ecoa em um cenário de descontinuidade dos estudos por parte da população são-cristovense, a qual acaba priorizando a subsistência à manutenção dos estudos, visto que 41,6% dos domicílios possuíam, em 2010, rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa. Diante disso, São Cristóvão possui índice de Gini em 0,42, sendo considerado como um município com desigualdades socioeconômicas atenuadas, em tempo que metade da população é considerada em estado de pobreza (IBGE, 2010).

Segundo dados do IBGE (2017c), São Cristóvão possuía cerca de 790 negócios atuantes, nos quais apenas 13.800 habitantes desenvolviam sua ocupação laboral formal no município, o que correspondia a 15,7% da população total. Além do baixo nível de instrução da mão de obra local, visto que cerca de 57,7% da população não possuía instrução ou detinha apenas ensino fundamental incompleto, ao passo que apenas 3,4% dos habitantes detinham ensino superior completo (IBGE, 2010), outro aspecto que contribui para este panorama é a proximidade do município com Aracaju, ensejando na busca de muitos residentes por oportunidades de trabalho na capital.

Entretanto, é importante salientar que nos últimos anos a população rural de São Cristóvão aumentou de 2% para 15%. Conforme disposto no Plano Diretor (SÃO CRISTÓVÃO, 2018a), este panorama pode ser justificado pelo crescimento no número de loteamentos irregulares na área rural, em virtude da abundância de água, além de terras férteis, baratas e bem localizadas. Acredita-se que esse contexto é resultado do panorama apresentado, o qual enseja no crescimento pelo ambiente rural e ampliação da agricultura familiar no município.

A população são-cristovense é predominantemente composta por jovens, visto que mais da metade dos habitantes possuía até 29 anos de idade, com predomínio para a faixa etária entre

20 e 24. Trata-se de uma população majoritariamente parda e negra, as quais compreendem, juntas, cerca de 42,9% do total da população, e feminina, visto que as mulheres representam, em média, 51,3% dos residentes. A expectativa de vida local era de 73 anos (IBGE, 2010).

Essa caracterização é salutar para amplificar o conhecimento acerca da culinária identitária do município. Durante a pesquisa de campo, constatou-se, por exemplo, que a produção de comidas e bebidas representativas é primordialmente efetuada por mulheres, pardas e negras, inseridas no ambiente rural do município, as quais se valem, em sua maioria de insumos presentes no próprio território e receitas hereditariamente transmitidas. Porém, sobre esses aspectos, ampliaremos nossas discussões a seguir.

## 7.2 CULINÁRIA IDENTITÁRIA DA CIDADE MÃE: IDENTIDADES ALIMENTARES E MEMÓRIAS GUSTATIVAS

A culinária se apresenta como referência de versatilidade e pluralidade ao congregar aspectos diversos que remetem a história, geografia, cultura e economia na qual os autóctones encontram-se inseridos. A cultura alimentar possibilita o discernimento de informações relevantes acerca dos aspectos formadores de uma sociedade. Não por acaso, a culinária de São Cristóvão foi inspirada sobremaneira pelas influências alimentares dos ameríndios, africanos escravizados e portugueses, além da sua localização geográfica no nordeste brasileiro e às margens do Rio Paramopama, além das atividades econômicas desenvolvidas no município (SANTOS, 2018).

Neste sentido, as identidades alimentares são-cristóvenses remetem às especificidades locais, como os aspectos ambientais, a exemplo do clima, vegetação e recursos hídricos constantes no entorno, as técnicas de extração dos insumos, os modos de preparo e os hábitos alimentares de consumo que concernem singularidade à cultura alimentar do município. Assim, a culinária local referencia aos ofícios dos pescadores, marisqueiras e pequenos agricultores do município, os quais se utilizam de técnicas artesanais transmitidas pela hereditariedade e que são até hoje utilizadas como meio de subsistência, a partir do cultivo e extração de insumos que são utilizados como ingredientes para os preparos culinários.

Essa conjuntura é perceptível através do emprego do açúcar, coco, mandioca, peixes e mariscos como alimentos-base das receitas constantes na culinária local (SANTOS, 2018). Em meio a pesquisa de campo esse cenário se revelou verídico, de modo que esses alimentos-base compõem a dieta alimentar do município.

Durante conversas informais empreendidas com residentes, estes costumeiramente pontuavam a influência da mandioca, dos peixes e mariscos, sobretudo, na alimentação cotidiana do município, além da galinha de capoeira, que em geral é servida cozida e o feijão de coco, que se difere do baiano por ser salgado.

As moquecas, catados de mariscos e peixes fritos na brasa circundam a memória gustativa popular e retrata a forma como muitos são-cristóvenses se identificam, por meio do paladar, com o seu território. As comidas oriundas da tapioca, também foram muito salientadas como presentes nas refeições matutinas ou noturnas.

Apesar dessa abordagem não ser o foco deste estudo, esse cenário possibilitou que a pesquisadora percebesse que as comidas e bebidas identitárias aqui apresentadas representam a dieta alimentar cotidiana do município, assim como comidas e bebidas que somente são consumidos em períodos festivos, e ainda, aqueles que são destinados, quase que exclusivamente, para o consumo turístico. À medida que os apresentarmos salientaremos essas distinções.

Essa pesquisa contempla como comidas e bebidas da culinária identitária são-cristóvense: 1) queijadas; 2) bricelets; 3) doces de frutas; 4) bolachas de goma; 5) cachaças artesanais; 6) bolos, beijos e correlatos; 7) moqueca na folha, todos com produção artesanal, mas alguns deles apresentando adaptações e inovações tendo como base saberes e fazeres ancestrais. Estes encontram-se espacialmente distribuídos em (Figura10):

- **Assentamento Rosa Luxemburgo II:** bolos;
- **Povoado Cabrita:** Doces e balas de frutas;
- **Colônia Pintos:** bolachas de goma, bolos, beijos e correlatos (pé de moleque de puba, saroio, macasado, beiju molhado);
- **Apicum:** Moqueca na folha (peixe, camarão, aratu);
- **Centro Histórico:** queijada, bricelet, bolacha de goma, cachaça Pisa Macio;
- **Povoado Caípe Velho:** Doce, geleia e licor de mangaba;
- **Tinharé:** Moqueca na folha aratu
- **Pedreiras:** Queijada, bolos, pé de moleque de macaxeira, bolacha de goma, beijos e correlatos (pé de moleque de puba, saroio, macasado, beiju molhado);
- **Ilha Grande:** Queijada, pé de moleque de macaxeira, bolacha de goma.



Figura 10 – Mapa da culinária de São Cristóvão/SE



Fonte: Elaboração própria, 2022

### 7.2.1 Queijada

Ao verificarmos o legado cultural do município de São Cristóvão constata-se que a iguaria gastronômica mais representativa do município é a queijada, doce registrado como patrimônio cultural imaterial do estado de Sergipe, por meio do Decreto nº 27.720, de 2011 (MELLO, 2016). A queijada (Figura 11) é um doce de origem portuguesa, fabricado em forno de barro à lenha, que foi modificado pelas negras cozinheiras da casa grande que substituíram o queijo pelo coco, ingrediente abundante no Nordeste brasileiro.

Figura 11 – Queijadas



Fonte: Autoria própria, 2022

Não há consenso quanto à origem do doce português. Os primeiros registros sobre a queijada datam de meados de 1227, pontuando sua serventia como forma de pagamento de foros. Tratava-se de um doce conventual, criado no Convento da Penha Longa, em Linhó, tendo como ingrediente-base gemas de ovos, haja vista o uso das claras para engomar as vestes dos religiosos, que posteriormente, em meados do século XVIII passa a ser apreciado pela aristocracia portuguesa (CASCUDO 2004).

No início do século XIX, a queijada passa a ser produzida e comercializada na cidade de Sintra, em Portugal. É um doce tradicional da região do Alentejo, com maior destaque para a cidade de Évora, mas também é encontrado em cidades como Montemor-o-Velho, Ilha Graciosa, Ilha da Madeira, em Oeiras, Pereira e Açores (ANGELO, s/d). O doce apresenta variações em sua receita, a exemplo de algumas usarem queijo de leite de cabra, ao passo que outras usam queijo de leite de vaca como ingrediente-padrão, assim como algumas usam farinha de trigo, enquanto outras são feitas com farinha de aveia.

A queijadinha foi trazida ao Brasil pelos portugueses no período colonial, junto com outras comidas e hábitos alimentares, a exemplo do conceito de comer por prazer, mesmo sem

fome, uma vez que os ameríndios e os africanos escravizados possuíam como cultura alimentar ingerir comidas visando saciedade (CASCUDO,2004). Desta feita, em São Cristóvão/SE, as negras escravizadas que serviam nas cozinhas da Casa Grande foram ensinadas a preparar a doçaria portuguesa, e ante a escassez de queijo e farinha de amêndoas para a produção de queijadas, incorporaram na receita o coco e a farinha de trigo. Corroborando com tal afirmação, uma das doceiras entrevistadas relembra a origem do quitute:

A minha bisavó, escrava, veio, ninguém sabe de onde veio, num navio de farinha do reino [trigo] pro Brasil, acorrentada pelos pés, aí foi pra senzala, sabe?! Lá na senzala viram que ela era uma preta boa, daquelas do jeito que os brancos gostavam, aí ela foi pra casa dos brancos [casa grande]. Lá a dona da casa era portuguesa e fazia queijada, só que a queijada de Portugal era com queijo, ovos, farinha do reino, manteiga e coco, e na senzala eles queriam comer e não tinham. Aí quem aprendeu na casa grande fazia na senzala. A minha bisavó fazia. Nossa avó dizia que a mãe dela fazia pro português, na casa grande, com queijo, e quando chegava na senzala fazia de coco com ovos e farinha de mandioca, já que os escravos não tinham queijo, mas tinham coco, farinha de mandioca e ovos, porque eles criavam galinhas. Abria a capinha com garrafa e botava em cima do caco de coco, botava a cocada e saía fechando, assava no forno de barro. Quando terminou a escravidão... não foi terminar, jogaram, né?! Mas a minha vó continuou no engenho, e quando ela saiu, que já estava velha, não prestava mais. Quando a pessoa não presta mais, se joga, né?! Aí ela começou a fazer queijada. Quem sabia fazer queijada ficou vivendo dela. Ficou pra minha vó, ficou pra minha mãe, ficou pra mim<sup>2</sup> (Produtora MS).

De acordo com o relato da doceira, fica claro que após a abolição da escravatura, a venda de queijada configurou-se como principal, se não única fonte de renda das escravizadas forras. Não por acaso, a produção e comercialização desse produto culinário ainda desempenha o mesmo papel relevante na economia doméstica de uma parcela da população são-cristovense. Durante a pesquisa foram identificadas seis produtoras de queijadas, das quais conseguimos contato com quatro. Todas estas apontam que a queijada foi aprendida em ambiente familiar ou com amigas e vizinhas, e que, desde então, esse produto culinário tem sido importante para os rendimentos familiares.

Aqui apresentaremos as transformações histórico-sociais do município mesclando-as às histórias de vida de duas dessas produtoras, pois estas têm a queijada como principal produto culinário, ao passo que as outras duas tem como foco os beijos. No mais, o modo que essas

---

<sup>2</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.

beijuzeiras produzem queijada é diferente, assemelhando-se mais a um bolinho de coco do que um doce de cocada.

Segundo a produtora MS<sup>3</sup>, muitas mulheres no passado sabiam produzir queijadas, mas com o passar do tempo, esse saber/fazer foi se perdendo ou sendo modificado em virtude da dificuldade de perpetuar essa tradição entre os mais jovens, bem como o fato de muitas doceiras não passarem a receita. Essa informação foi confirmada pela produtora MA<sup>4</sup>: “Ficou todo mundo fazendo. 90% do povo de São Cristóvão sabia fazer queijada, da minha geração, agora mais não”.

A maioria das mulheres da Cidade Baixa, sobretudo, das comunidades ribeirinhas, comercializavam, no passado, mariscos e doces, dentre eles a queijada. Esse processo de aprendizagem e produção, em geral, tinha início na infância, como é o caso da produtora MS<sup>5</sup> que aprendeu o ofício aos 5 anos, sob influência da mãe, e sustentou a criação de irmãos e filhos, basicamente, com os proventos oriundos da venda desse produto culinário. Ou seja, são 73 anos vivendo da produção e venda de doces, dentre os quais, o carro-chefe é a queijada.

Eu morava em um engenho em Itaporanga. A tia da minha mãe foi levada para lá e a minha mãe foi junto. Ela era de Capela, de um lugar dos escravos lá. Quando saiu de lá, a tia dela foi fazer beiju, ela sabia fazer muito bem. Fazia para os brancos tomar café da tarde lá. Tivemos que sair da nossa localidade porque era um engenho, tivemos que vim pra São Cristóvão. E aqui foi Deus que mandou. Começamos a fazer[queijada]. Eu morava lá embaixo, perto da maré. Eu fiquei fazendo [queijada], criei meus irmãos, porque minha mãe já estava uma pessoa acabada, ela pegou uma doença de chorar. Eu tive que criar meus irmãos fazendo queijada, criei os meus filhos e já estou nos netos. Nossa primeira casinha era na beira da maré, no fundo de uma fábrica. Saímos da maré e arranjamos um lugar onde hoje é a rodoviária, ali era um mato onde o povo de Itabaiana e Lagarto trazia a feira nos cavalos. Aí, meus irmãos ia tomar conta dos cavalos, botar água, botar comida. Eu disse: ‘mamãe vamos fazer um barraco para sair daqui dessa casa na beira da maré?’ Tinha muito mosquito. Pronto. Fomos para lá. Começamos a vender, os meninos ali. Devagarzinho fomos vendendo. Vendemos água no trem, eu com meus irmãos. Daqui a pouco Deus mandou a rodoviária. Agora aí você viu. Mudei de nome. Aí começamos a trabalhar dia e noite, dia e noite. A primeira coisa que fiz quando deixei de passar fome foi colocar os meus irmãos para estudar. Dia e noite vendendo siri, camarão, queijada e água na estação. E meus fizeram concurso e todos arranjaram emprego, assim como meus filhos (Produtora MS).

<sup>3</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.

<sup>4</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.

<sup>5</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.

Já a produtora MA<sup>6</sup> aponta que aprendeu a fazer queijadas quando se casou e mudou para o povoado Pedreiras, onde a produção de queijadas era ampla. Uma vez que a receita não era repassada, esta observava a montagem do doce, já que as doceiras não permitiam a presença de outras pessoas durante o modo de preparo da cocada e da capinha usada como base para o doce. Há mais de 40 anos essa doceira produz e comercializa queijadas, além de fazer outros produtos como beijos, pé de moleque, cocada, geleia, licor, quebra-queixo, dentre outros.

Aprendi a queijada quando fui morar nas Pedreiras, procurei família, aí fui pras Pedreiras. Aí eu via o pessoal fazendo e ficava olhando, meio que nem uns sem-vergonha investigando. Mas aí elas num ensinava a fazer. Aí quando cheguei e vimimbora praqui [Ilha Grande], aí pensei: “Vou fazer queijada”. Aí passei um mês tentando. Mas aí fazia e vendia, viu?! Todo mundo aqui gostava. E ficava gostosa, só não ficava bonita, porque não acertava o ponto. Aí quando foi um dia, uma amiga me disse assim: “eu vi madinha fazendo e o segredo é esse”. Aí me disse como era. O povo lá (Pedreiras) cozinhava cocada o dia todo. Aí fiz do modo que ela disse e acertei. Não perdi mais o ponto. O doce ajudava a pagar as conta de casa, eu vivia da maré. Sou marisqueira, aposentada, mas ainda sou marisqueira. Não vou porque não guento mais ir. Eu me separei, fiquei com oito filho de menor, nunca pedi um centavo e meus filho, graças a Deus, foram criados tudo certinho.

O que se percebe, ante o exposto, é que a queijada era um produto amplamente produzido e comercializado pelas mulheres do Povoado Pedreiras, cuja receita remete a aspectos singulares da localidade, o que apresenta muita coerência com os aspectos histórico-geográficos do entorno, tanto pela abundância de coqueiros na localidade, como por ser um território no qual se dava um fluxo intenso de portugueses e escravizados, haja vista a presença, nesse território, do principal porto da Colônia: Porto das Pedras (TORRES, 2014).

A queijada apresenta-se como um doce de coco cremoso sobreposto por uma massa fina crocante preparado com coco, ovos, farinha do reino, manteiga, leite, açúcar e especiarias, assada em forno de barro à lenha (Figura 12). As matérias-primas para produção das queijadas são basicamente provenientes de extratores locais, aspecto que preceitua o desenvolvimento endógeno, visto que as divisas oriundas da comercialização do produto ocasionam movimentação real na balança comercial do município.

Figura 12 – Produção artesanal de queijadas

---

<sup>6</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.



Fonte: Autoria própria, 2021

O saber fazer queijadas configura-se como uma herança familiar, transmitida de mãe para filha, repleta de memória e identidade, gerando benefícios socioeconômicos durante décadas. Segundo a produtora MS<sup>7</sup>, a receita apenas foi repassada para a filha, sob a alegação de que esta ainda se vale desse saber/fazer para sua subsistência. Ao passo que a produtora MA<sup>8</sup> aponta que ensinou para várias mulheres do povoado onde reside, inclusive uma delas produz e comercializa habitualmente o doce, enquanto as demais somente o fazem durante a Festa de Senhor dos Passos, principal festividade religiosa do município.

Conforme disposto no estudo de Leal e Aragão (2012), e confirmado através das entrevistas com as doceiras, a Festa de Senhor dos Passos ocasiona grande movimentação da cadeia produtiva dos doces no município, demonstrando a representatividade da queijada e dos demais produtos da doçaria para a cultura alimentar da localidade, inclusive podendo-se afirmar que a doçaria são-cristóvense é a culinária característica da Festa de Passos.

---

<sup>7</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.

<sup>8</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.

Além do comércio formal durante a celebração, a principal via para o comércio dos doces e biscoitos é a Rua Tobias Barreto (rua em linha reta que começa em frente à Igreja Matriz da Nossa Senhora da Vitória e termina no antigo Largo do Carmo). Nas calçadas das casas localizadas dentro do perímetro entre a Matriz e as Igrejas Carmelitas é possível encontrar doceiras vendendo as Queijadas, Bolachas de Goma, Sequilhos e Cocadas. Tais iguarias são adquiridas tanto para o consumo no local quanto para serem levadas para casa ou presenteadas como lembrança da festa (LEAL; ARAGÃO, 2012, p. 392).

A produtora MS<sup>9</sup>, além da queijada, produz cocadas, bolachinhas de goma, doces de frutas, licores. A produção da queijada ocorre a cada dois dias, a partir das 05:00 h da manhã, entretanto a doceira inicia os preparativos acendendo o forno a lenha às 03:30 h, em virtude do tempo para esquentá-lo. Nessas ocasiões são produzidas entre 400 e 450 queijadas por dia, e para tanto, a quituteira conta com o apoio da filha na confecção das bases, e de duas auxiliares, suas sobrinhas, que colaboram com o processo de descascar e retirar o leite de coco, entretanto somente a mesma produz o doce de coco cremoso e monta a queijada.

Enquanto isso, a produção de queijadas da produtora MA<sup>10</sup> habitualmente ocorre toda sexta-feira, haja vista que essas são comercializadas no sábado, na feira livre do município de Itaporanga D'Ajuda. Em geral, com exceção de eventuais encomendas, a produção semanal circunda em torno de 50 queijadas e 100 bolachinhas de goma. A produtora aponta que recebe também encomendas de beijus e pé de moleque, além de ofertar almoço para visitantes, com, em geral, pratos à base de peixes e mariscos, como fritada, omelete, escabeche e moqueca de massunim, ostra, sururu, aratu, tilápia, tainha, além de galinha de capoeira (Figura 13).

Figura 13 – Tainha frita e moqueca de aratu

---

<sup>9</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.

<sup>10</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.





Fonte: Elaboração própria, 2021.

Voltando para as queijadas, a produtora MA<sup>11</sup>, pontua: “quando eu comecei a fazer [queijada], tinha muita mandioca aqui, aí eu fazia a farinha aqui”. Desse processo surgiu a queijada de apara, que segundo a doceira é feita com a farinha de mandioca produzida pelos autóctones do município, cuja produção se dá a partir da secagem da mandioca no sol, a qual posteriormente é moída no pilão e depois passada na peneira fina. Segundo a produtora, essa é a melhor queijada.

Ao longo da pesquisa, constatou-se que as queijadas comercializadas nos estabelecimentos turísticos não são consumidos pelos moradores, por essas serem de tamanho reduzido e valor mais expressivo do que aquelas vendidas nas panificações ou feiras livres do município. Atualmente, existem três pontos fixos de comercialização da queijada na Cidade Alta do município, a saber: Casa da Queijada, Casa dos Bricelets e Panificação Colonial.

Apesar disso, no imaginário popular é muito viva a imagem da queijada de D. Geninha, doceira famosa de São Cristóvão que faleceu há cerca de 15 anos. Em conversas informais com autóctones, muitos referenciam a queijada dessa doceira como “a queijada das queijadas”, não somente pelo tamanho expressivo e baixo custo, mas, sobretudo, pelo sabor. Muitos residentes salientam que nenhuma das queijadas atualmente comercializadas são tão saborosas quanto as queijadas dessa doceira de outrora. Maria Eugênia Sobral, popularmente conhecida como D. Geninha passou cerca de 70 anos produzindo e comercializando doces em seu próprio domicílio, no Centro Histórico.

Segundo o Blog Coisas de São Cristóvão (2021), a queijada de D. Geninha era enviada para Brasília semanalmente, durante as décadas de 1970 e 1980, até o governo Sarney, uma vez

---

<sup>11</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.



que o doce era amplamente apreciado pelos altos escalões do governo militar. Segundo o autor supracitado, “as queijadas de Dona Geninha era diferente de tudo que existe hoje, primeiro pelo tamanho, era muito grande, só uma tinha o tamanho de três das atuais um sabor inesquecível, um verdadeiro manjar dos céus” (COISAS DE SÃO CRISTÓVÃO, 2021, n.p).

Diante disso, há cerca de 10 anos existia um ponto de venda das queijadas na Cidade Baixa e outro na Cidade Alta. Assim, o ponto de comercialização das queijadas situada próximo à rodoviária do município (Cidade Baixa) possuía como principal público os moradores locais, enquanto o ponto de venda localizado à Praça da Matriz (Cidade Alta) atendia prioritariamente os visitantes do Centro Histórico. Entretanto, com a morte da doceira que residia na Cidade Alta, a Prefeitura fechou o ponto da Cidade Baixa e transferiu a doceira que ali residia para o Centro Histórico. Acerca disso a produtora MS<sup>12</sup> conta que:

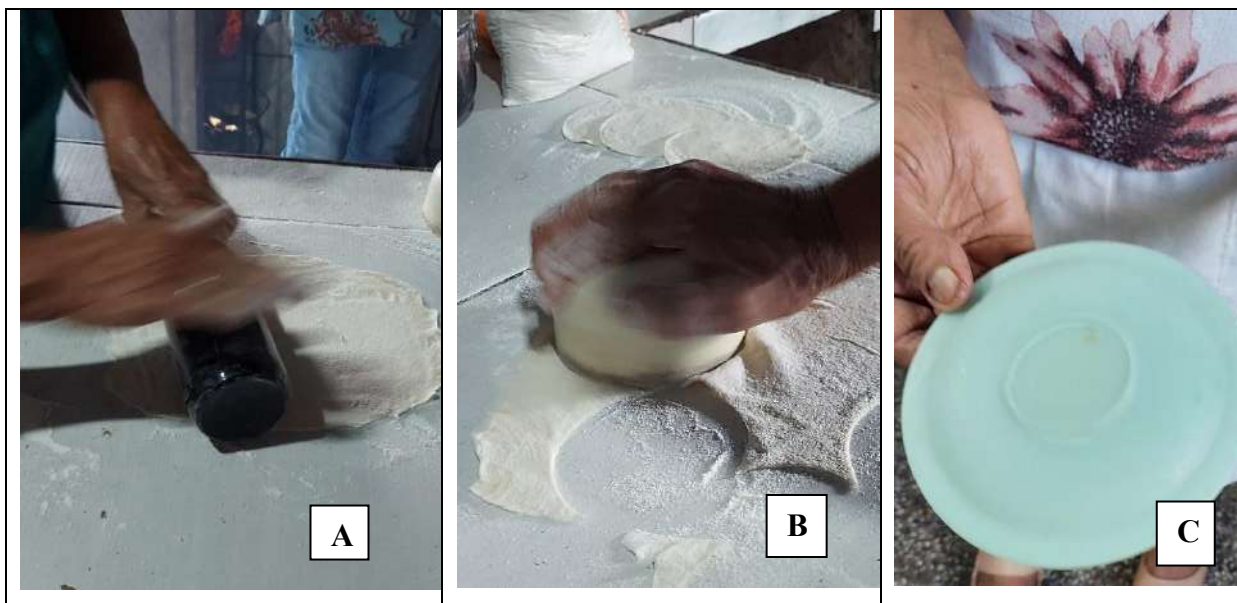
Eu não morava aqui [casa atual]. O povo chega e pensa que eu morava aqui. Não. Eu morava lá embaixo [Cidade Baixa]. Há um tempo atrás havia uma doceira aqui no Centro Histórico que era a melhor queijada de São Cristóvão. Eu só vendia as minhas quando as dela terminavam. Aí quando ela morreu, o Patrimônio [IPHAN] fez um concurso da melhor queijada do município, aí a minha ganhou. Com isso, o Patrimônio me trouxe aqui pra cima [Cidade Alta] para vender queijada. Hoje eu desafio quem faça melhor queijada que eu.

No que concerne aos utensílios e técnicas adotadas na produção do alimento percebe-se que as duas produtoras mantêm um modo de produção essencialmente artesanal, com uso do fogão e forno de barro à lenha, colher de pau, bacias de plástico e alumínio. As técnicas de produção são similares assim como os utensílios: enquanto a produtora MS<sup>13</sup> utiliza o rolo para abrir massa e um pires de plástico para sustentar a massa-base da queijada enquanto esta é recheada. Ao passo que a Produtora MA, abre as massas com garrafa de vidro e ampara a queijada na palma da mão enquanto a recheia (Figura 14).

Figura 14– Utensílios utilizados na preparação das queijadas: (A) Garrafa de vidro como rolo de abrir massa; (B) Tampa de garrafa térmica como cortador de massa; (C) Pires de plástico para apoiar a queijada durante o recheio

<sup>12</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.

<sup>13</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.



Fonte: Autoria própria, 2021

Quando questionada acerca do consumo turístico da queijada no município, a produtora MS<sup>14</sup> foi enfática ao afirmar que a venda para turistas ocorre prioritariamente nos meses de junho e janeiro, assim como nas Festa de Senhor dos Passos e FASC. Durante o resto do ano, a comercialização é direcionada para visitantes, sobretudo, de Aracaju. A produtora MA<sup>15</sup> percebe menos a influência do turismo, exceto nos eventos do município, quando muitas doceiras se dirigem para o Centro Histórico para comercializar seus produtos.

Sobre o significado que a queijada tem para elas, a produtora MS<sup>16</sup> se emociona ao afirmar: “Consegui quebrar as correntes da escravidão. Saí da senzala, hoje estou na Casa Grande. Graças a Deus. Com trabalho. Graças a queijada. É luta, é guerra. É herança da escravidão, é herança da minha vó. Queria que minha mãe e minha vó tivessem aqui para ver onde a queijada me levou”. Em tempo, a produtora MA<sup>17</sup> salienta que: “Eu dou tudo que tem na minha casa, mas esse forno não dou, é a minha vida. Se eu ficar sem dinheiro agora, mais tarde eu tenho. O forno foi meu marido”.

### 7.2.2 Bricelet

<sup>14</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.

<sup>15</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.

<sup>16</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.

<sup>17</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de agosto de 2021.

Os bricelets são biscoitinhos de origem suíça, aprendidos pelas irmãs missionárias do Lar Imaculada Conceição com as freiras beneditinas, quando estas foram a São Cristóvão. A renda com a comercialização dos biscoitos era utilizada para cobrir os custos com o orfanato que funcionava no antigo Lar da Misericórdia, anexo à igreja Santa Izabel (Figura 15), haja vista que através da extinção das ordens religiosas, em 1834, a culinária conventual tornou-se um elemento relevante para a sobrevivência econômica dos conventos (BLOG EXPRESSÃO SERGIPANA, 2018).

Figura 15 - Igreja e Casa da Misericórdia



Fonte: Autora, 2018.

Tanto a igreja Santa Izabel quanto a casa de caridade foram fundadas pela Irmandade da Misericórdia, no século XVII, para assistir aos necessitados da região. Durante anos, o prédio foi utilizado como hospital, mas no século XX foi transformado em asilo até 1911, quando passou a orfanato. A partir de 1922, ficou sob guarda das irmãs Missionárias da Imaculada Conceição da Mãe de Deus (FRAGATA, 2011). Atualmente funciona como sede administrativa do município de São Cristóvão. Em 1944, a igreja e a antiga Casa da Misericórdia foram tombadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN.

A partir do fechamento desta instituição o saber/fazer bricelet foi transmitido aos antigos funcionários que perpetuam o legado e atualmente se sustentam nos lucros provenientes da produção e comercialização desses produtos. A esse respeito, a produtora VG<sup>18</sup> conta que:

---

<sup>18</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 11 de agosto de 2021.

Há muitos anos atrás as irmãs conseguiram uma máquina, né?! As irmãs daqui [Lar da Misericórdia] porque quem fazia era as irmãs beneditinas, que ficavam lá no Convento do Carmo. E aí uma freira beneditina veio ensinar a alguns funcionários, e eu era uma das funcionárias. Aí ela ensinou e a gente aprendeu. Aí as irmãs foram embora, deixou as máquina para as irmãs daqui [Lar da Misericórdia], que quando foram embora deixaram essa máquina pra seis funcionários. Dois arrumou emprego logo na Prefeitura, aí pegou sua parte em dinheiro e foi simhora. Depois mais duas não estavam gostando da sociedade, acha que estava ganhando muito pouco, aí foram embora também. E aí, ficou eu e meu marido. Pronto, e nós dois estamos até hoje. E a história é essa.

A produtora fabrica bricelets há 25 anos. O bricelet é um biscoito fino, doce, com notas cítricas de limão e laranja, o qual é produzido em uma chapa quente que além de assá-lo, imprime nele símbolos católicos. (Figura 16). Trata-se de um Patrimônio Cultural Imaterial do Estado de Sergipe, sancionado pelo Governo do Estado através da Lei 8.931/2021. No estado, apenas a produtora e seus familiares produzem os biscoitos, visto a necessidade de maquinário para tal.

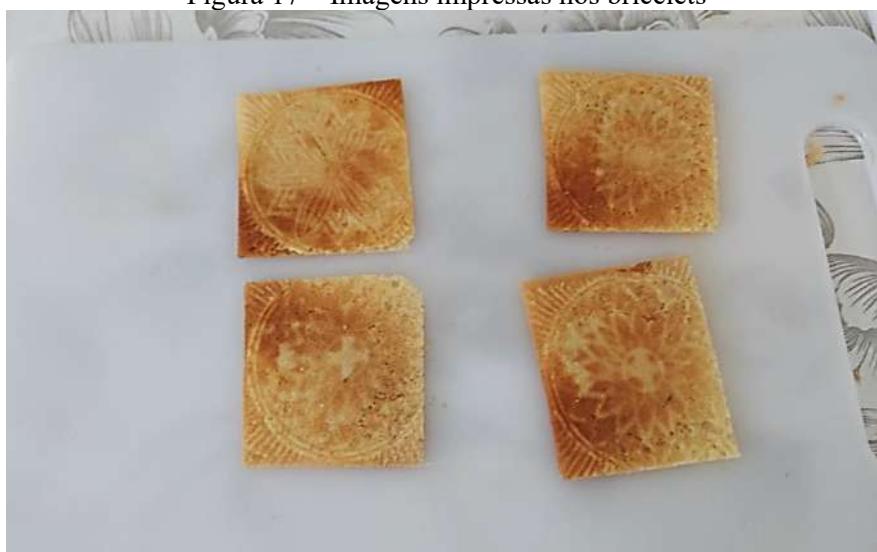
Figura 16 – Produção de bricelets



Fonte: Autoria própria, 2021

Trata-se de uma tradição relativamente recente em São Cristóvão/SE, com registros a partir do século XIX, mas a receita remonta do século XVI, e no Brasil, há registros dela desde o século XVII, em Olinda/PE, no Convento de Nossa Senhora do Monte. A ordem Beneditina foi responsável por trazer essa receita da Suíça e adaptá-la com a adição do toque cítrico proveniente do suco de laranja e das raspas de limão inseridas na receita. O biscoito é fino e delicado como uma hóstia, para muitos, lembra uma casquinha de sorvete mais frágil, e possui diferentes impressões relativas a temas religiosos, além de brasões (Figura 17).

Figura 17 – Imagens impressas nos bricelets



Fonte: Autoria própria, 2021.

Em São Cristóvão/SE, a produção é diária e rendem cerca de 150 biscoitos, os quais são vendidos no Centro Histórico do município e em Aracaju, em restaurantes, panificações, lojas de produtos regionais e minimercados. A produtora demonstra muito orgulho de ser portadora desse saber/fazer: “Não quero que acabe porque o biscoito é uma tradição daqui [São Cristóvão] e pra mim é um orgulho ser a pessoa que mantém a tradição, mas é difícil. Sabe quanto tá a máquina agora? Dez mil reais. E eu só tô com uma máquina funcionando bem”.

A produtora salienta as dificuldades enfrentadas para continuar a produção dos biscoitos, as quais perpassam por problemas econômicos, mas sobressaem-se na questão referente ao maquinário, que é importado e de valor expressivo, o que impede a aquisição de novos aparelhos pela produtora. A doceira ainda ressalta que faz a sua parte para contribuir com a difusão do saber/fazer ao repassar a receita para familiares e amigos.

Todo mundo já. Só não aprende quem não quer. Passo a receita pra todo mundo, já ensinei pra todo mundo da família. Aqui, de homem a mulher, apareceu, eu chamo: ‘venha, vamos aprender’. Não vou morrer com esse segredo não. Inclusive, eles me ajudam aqui, mas como eu não tenho dinheiro pra pagar, entendeu?! Porque cada um precisa de um pouquinho e o q a gente ganha já é tão pouquinho que o aluguel atrapalha. Cê tem que tirar pro aluguel, pra energia. Oi, agora com a pandemia a coisa ficou ruim mesmo. Eu tive que tirar mil reais por mês pra pagar as contas, isso porque a freira baixou, senão era mil reais só do aluguel. Então, eu estava de um jeito... Mesmo assim eu chamo: ‘Fulano, venha me ajudar’. E todos vem. mas aí a gente se sente mal porque não pode ajudar eles também. Às vezes eles vêm, passam aqui o dia todinho, e a gente não vende quase nada, então como vou me virar pra dar?<sup>19</sup> (Produtora VG).

A produtora aponta que as mídias sociais tem contribuído para a comercialização dos produtos culinários, apesar da entrega ser um problema salutar, haja vista, que muitas vezes é necessário se deslocar de São Cristóvão para fazer entregas em Aracaju, com frete em um valor tão baixo que não cobre os custos, tornando-se, em muitas ocasiões, um prejuízo. Diante da pouca habilidade de manuseio dessa ferramenta de comunicação, esta é gerenciada por uma amiga da produtora, a qual é responsável de gerenciar esse canal de informações e vendas. Assim como explanado pelas produtoras de queijada, a venda se dá, prioritariamente para visitantes de Aracaju e turistas.

Para a produtora, o bricelet representa mais do que um meio para subsistência, é um símbolo que representa sua história de vida, encontros, desencontros, vivências, lutas e

---

<sup>19</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 11 de agosto de 2021.



conquistas. “O bricelet me deu tudo o que tenho. Ele me liga ao meu passado, ao tempo em que fiquei trabalhando aí [Casa da Misericórdia], onde conheci meu marido e construí minha vida. Eu sei da importância do bricelet pra história de São Cristóvão. É um orgulho manter essa tradição”. Percebe-se, na fala da produtora a relação de afetividade traçada entre ela e o bricelet, assim como um orgulho do seu ofício e do reconhecimento que recebe por meio dele.

### 7.2.3 Doces de frutas

A culinária são-cristovense, conforme já percebido, possui um amplo uso do açúcar como ingrediente-base, mediante a influência dos africanos escravizados nas práticas alimentares portuguesas, assim surgindo uma variedade de doces que referenciam à história e transformações socioculturais do município, aliando-se às características geográficas e ambientais de cada território. À vista disso, a doçaria do município, além dos doces supracitados, possui um expressivo contingente de geleias, compotas e balas de frutas (Figura 18).

Figura 18 - Doces de frutas em calda



Fonte: Cecília Paes, 2021

Em São Cristóvão, o doce está presente em diversos territórios do município, dentre os quais destaca-se o povoado Cabrita, onde atualmente resiste o legado da produção artesanal de doces de frutas. A produção dos doces nesse espaço teve início há quase 70 anos, sob influência

de uma doceira chamada D. Salu, a qual, ante a fartura de frutas, impulsionou outras mulheres a se valer dos rendimentos oriundos da produção desses para seu sustento e de sua família.

Nasci e me criei aqui. Quando era criança aqui era abundância de frutas e tinha uma pessoa que veio morar aqui, uma mulher bem escura chamada D. Salu. O marido dela era administrador da Companhia de Água e Esgoto aqui na Cabrita. Não tinha essas casas, era mais fruteiras. As poucas casas que tinha era do Estado, e ela vendo muita fruta, a abundância de fruta, começou a fazer doce de goiaba, doce de caju e ali ela foi convidando as mulheres do povoado para fazer doce. E aí, foram fazendo, fazendo e vendia em Aracaju. Veja só, saía daqui três horas da manhã um rebanho de mulheres, cada um com sua cesta ou sacola, para o Castelo Branco, em Aracaju, para vender de porta em porta. Foi assim que as mulheres aqui começou a trabalhar e fazer doce a partir dessa senhora. Porque foi ela que fez a ponte dos doces, através de um projeto humanitário dela, que Deus abriu a mente dela para convidar as mulheres e as mulheres foram aderindo. Aí veio o doce de banana, batata, araçá, caju ameixa, dedinhos de jenipapo<sup>20</sup> (Produtora TS).

Conforme dissertado pela produtora, percebe-se que a produção de doces no município é antiga, servindo como meio para subsistência, mas também empoderamento feminino. Esse processo teve início com 10 mulheres do povoado, para as quais foram transmitidas receitas de doces cremosos e compotas de frutas da região, cujo uso dava-se em conformidade com a temporada do insumo. Nessa época, a produção de doces ocorria no domicílio de cada doceira, a partir dos materiais com os quais tinha-se acesso, sendo também, uma iniciativa individual a sua comercialização.

Cerca de 30 anos depois desse cenário, houve um movimento no povoado voltado ao fortalecimento do ofício das doceiras, pautado no trabalho cooperado e colaborativo, que suscitou na criação da Cooperativa de Agricultura Familiar e Fabricação de Doces (COOPERUNIDOCE Santa Salu), criando assim uma instalação comum e mais adequada para a produção de doces, sem descaracterizar os saberes e fazeres atrelados ao processo de preparo dos produtos. A Ccooperativa detinha mais de 30 pessoas, todas do povoado, trabalhando em funções diversas, iniciativa que gerou maior visibilidade para uma cadeia produtiva de doces do povoado.

Aí D. Salu se foi daqui, foi morar em Aracaju, mas continuou fazendo doces e saindo na rua com o tabuleiro vendendo. E aí ela faleceu, minha mãe adotiva tomou a frente e começaram a fazer os doces para não deixar morrer a tradição. Daí quando minha mãe também faleceu, eu tomei a frente e fiz uma reunião, porque tava cada um fazendo doce na sua casa e aí a gente fez um centro social

---

<sup>20</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 22 de setembro de 2021.



que não existe mais, aí a gente fez um projeto pro Governo que nos doou uns equipamentos e aí a gente começou a trabalhar junto. Depois fiz outras reunião, convidei as mulher e disse: “Minha gente bora fazer uma associação ou cooperativa”. Fizemos a associação, e da associação, fizemos a cooperativa que era a COOPERUNIDOCE. Aí começamos a trabalhar, foi muito bom a cooperativa, as pessoas não tinham conhecimento aprendeu a ter mais conhecimento, fizemos projetos com a Petrobrás, tivemos projeto com a Universidade, com a economia solidária. E aí até agora ainda faz doces nas casas aí. Porque também as mulheres que tavam junto comigo, a maioria, elas tavam dentro do assentamento e aí elas disseram que não iam mais participar porque o INCRA [Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária] disse que a gente não pode sair de dentro do barraco, tem que ficar aqui. Aí ninguém poderia me ajudar. A manutenção era alta, na época era quinhentos, em 2015, aí luz trezentos e tanto, água por duzentos e pouco. Aí a cooperativa está desativada (Produtora TS).

Percebe-se, por intermédio da fala da produtora que, apesar da cooperativa ter ampliado o mercado de atuação das doceiras, premissas-bases do cooperativismo como gestão democrática e intercooperação eram incipientes entre as cooperadas. Assim sendo, a ausência dessa consciência colaborativa contribuiu para que a produção voltasse a ser realizada de forma individual, em ambiente doméstico. Com a suspensão das atividades da cooperativa, os maquinários foram transferidos para o Assentamento Rosa Luxemburgo II, para a associação de bolos lá existente.

Uma das doceiras em atuação no município, a produtora SL<sup>21</sup> produz doces desde os 13 anos de idade, conhecimento aprendido com a mãe e avó, esse saber/fazer é perpetuado até os dias atuais. A produtora faz doces há 30 anos e possui como fonte de rendimentos os proventos oriundos da venda dos doces. Segundo ela:

Quando me casei logo, minha mãe e minha vó fazia doce, aí depois que mãe ensinou a gente a fazer, aí eu comecei a fazer e vender doces e aí de lá pra cá eu venho trabalhando com os doces, desde nova, dos 13 anos. Tem semana boa, tem semana ruim e a gente vai levando, sempre aí na luta. Quando tive menino, eu acordava às cinco da manhã, tinha dias que até mexia uma tachada com ela no braço chorando, nunca parei (Produtora SL).

A produção é feita às segundas e terças-feiras e os produtos culinários preparados pela doceira são doce de batata, caju, jaca, mamão, leite, queijo, além de balas de jenipapo, caju e banana (Figura 19), dentre os quais são mais vendidos o caju em calda e caju ameixa, este último sendo cozido por cerca de 8 dias, no fogo baixo. Os doces, primordialmente, são

---

<sup>21</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 28 de setembro de 2021.

comercializados em Aracaju, nos mercados municipais, CEASA, empórios, restaurantes. A doceira percorre esses estabelecimentos deixando uma mostra de seus produtos e telefone para contato, caso surja o interesse em aquisição do produto para revenda.

Figura 19 – Balas de jenipapo



Fonte: Cecília Paes, 2021

Dentre as dificuldades encontradas pela doceira para a perpetuação desse saber/fazer está a baixo interesse dos jovens nesse ofício, uma vez que suas filhas e sobrinhas possuem outras profissões, o que se apresenta como uma preocupação de ambas acerca do futuro dessa tradição: “ói fia, eu tenho vontade de parar, já tô ficando véia e cansada, dá dor nas perna, dor nos braços. As meninas que ajudam aqui [doceiras ajudantes] não querem continuar a produção se eu parar, as minhas filhas também não”<sup>22</sup>, salienta a produtora SL. o interesse em continuar

A incipiência de frutas nesse território também se apresenta como um elemento desafiador, haja vista o custo expressivo com a aquisição de frutas, de modo que a produtora SL tem investido no cultivo de algumas árvores frutíferas para dirimir custos. “Fia, ói, antes aqui tinha muita fruta, mas hoje em dia não tem mais. 90% das frutas são compradas”<sup>23</sup>. Cenário que demonstra os impactos que a falta de responsabilidade ambiental pode suscitar em suas vidas e ofícios.

---

<sup>22</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 28 de setembro de 2021.

<sup>23</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 28 de setembro de 2021.

As doceiras apresentam consciência do valor dos seus produtos e do papel deste como meio não somente de subsistência, mas também como mote de empoderamento feminino, sendo, na visão destas, necessário mobilizar os donos de restaurante de São Cristóvão e Aracaju a comprar doce da cooperativa, bem como em pensar possibilidades que oportunizem a comercialização dos doces diretamente para hotéis.

A produtora CV<sup>24</sup>, do povoado Caípe Velho, possui uma produção de doces, geleias e licores de mangaba. A partir da plantação de mangaba em uma propriedade, a doceira decidiu iniciar a produção de doces a fim de escoar o excedente dos frutos (Figura 20). Em específico, nesse cenário, se destaca o doce de mangaba, popularmente conhecido como mangaba ameixa por apresentar o mesmo processo de preparo do caju ameixa. Segundo a produtora: “eu gosto de receitas novas. Aí eu vi a mangaba e pensei ‘será que dá pra fazer um doce com mangaba parecido com o caju ameixa?’ A receita de caju ameixa eu havia aprendido com minha mãe e é bem típica aqui, aí resolvi testar e deu certo”.

Figura 20 – Doce de mangaba



Fonte: Cecília Paes, 2021

#### 7.2.4 Cachaças e licores artesanais

---

<sup>24</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 10 de fevereiro de 2022.

Atrelada a cultura do açúcar, apesar de não haver um registro preciso sobre o surgimento da cachaça, acredita-se que o destilado de cana de açúcar tenha surgido no Brasil por volta do século XVI (CASCUDO, 2006), tornando-se uma bebida amplamente consumida e apreciada no país, consagrando-se como patrimônio nacional. A partir desse destilado, compostos alcoólicos são elaborados, a exemplo do licor, o qual trata-se de uma bebida alcoólica de frutas e/ou ervas criada por monges.

Em São Cristóvão/SE, a cultura canavieira influenciou sobremaneira a culinária identitária do município, não somente pela doçaria, mas também pelas bebidas alcoólicas à base de cana de açúcar. Nesse sentido, o Pisa Macio (Figura 21) é uma cachaça cuja receita remonta aos anos 80 (1980), com o pai da produtora CS<sup>25</sup>, que já gostava muito de beber cachaças em infusão de ervas, e detinha o costume de criar suas próprias bebidas com ervas diversificadas.

Figura 21 – Cachaça Pisa Macio



Fonte: Cecília Paes, 2021

---

<sup>25</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 28 de setembro de 2021.

Assim como a entrevistada supracitada, a produtora CR<sup>26</sup> aponta que o Pisa Macio foi criado por seu pai, um exímio produtor de cachaças que criou a bebida para beber entre amigos durante o Carnaval. Com o passar do tempo, a cachaça foi sendo produzida em outras épocas do ano, tornando-se popular no município, através da divulgação boca a boca.

Papai já fazia umas cachacinhas pra beber com os amigos. Eles colocavam cidreira, pau d'água, milone na infusão e criava várias misturas pra beber. Aí depois ele criou essa receita, essa mistura e deu ao médico da cidade. Só que como ele não sabia o nome que colocá-la. Aí o médico provou e papai disse: “eu só não sei o nome, dê uma sugestão aí. Aí ele apurou, apurou, apurou, aí botou o nome. “Ói, coloque o nome de Pisa Macio”. Aí pronto. E daí pra cá ficou como Pisa Macio. Aí a galera jovem começou a beber (Produtora CR).

Ao cair no gosto popular, a cachaça passou a ser comercializada, e para maior aceitação, precisou ser reformulada, apenas em seu teor alcoólico, tornando-se mais leve para se adequar ao paladar das mulheres e jovens, mudança essa que perdura até os dias atuais. A cachaça foi nomeada de Pisa Macio por um famoso médico da cidade, conhecido como Dr. Raimundo, contumaz apreciador de bebida, que era amigo do pai da produtora CR<sup>27</sup>, e foi apresentado a essa nova cachaça. Logo após a aprovação, o médico sugeriu chamá-la de “Pisa Macio”, haja vista a sensação por ela suscitada. A cachaça é produzida por processo de imersão em toneis (Figura 22).

Figura 22 – Tonel em que é armazenado o Pisa Macio

---

<sup>26</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 10 de setembro de 2021.

<sup>27</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 28 de setembro de 2021.



Fonte: Autoria própria, 2021

A produtora CR apesar de aqui ser assim referenciada, na verdade não é responsável pela produção da bebida, apenas a engarrafando e comercializando a bebida. A produção atual fica por conta do seu irmão e sobrinho que aprenderam a receita com o pai, o qual hoje possui 98 anos, e por isso, não mais produz. Ao passo que a produtora CS perpetua o legado do pai, sendo responsável por todo o processo de produção da bebida.

Para a produtora CS<sup>28</sup>, o Pisa Macio significa a base do sustento familiar, enquanto que para a produtora CR<sup>29</sup>, a cachaça criada como uma “brincadeira” por seu pai, voltada mais para o próprio consumo e diversão do que a comercialização. A bebida tornou-se tão representativa no município que é tida por muitos residentes como símbolo do FASC, a ponto de existir uma música da banda são-cristovense The Baggios sobre a mesma. Apesar disso, a família não apresenta muito interesse em manter a produção, inclusive por isso, não há sequer uma ideia da quantidade de garrafas produzidas mensalmente.

---

<sup>28</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 10 de setembro de 2021.

<sup>29</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 28 de setembro de 2021.

Acerca dos licores, constatou-se que vários desses produtores fabricam licores de sabores distintos, em geral, de frutas da região como jenipapo, tamarindo, mangaba, e caju, além de amendoim, laranja, castanha, entre outros. O processo de produção dessas bebidas no município se dá através de infusão e maceração. As produtoras salientam que, essas são receitas familiares, transmitidas hereditariamente, e para tanto, adota o uso de cachaça provinda de Capela.

### **7.2.5 Beijus e correlatos**

A bolachinha de goma, o pé de moleque, o beiju, o macasado e o sarioio foram registrados como patrimônios culturais imateriais do estado de Sergipe, por meio do Decreto nº 27.720, 24 de março de 2011, visando à salvaguarda dos sabores, saberes e fazeres intrínsecos a estes alimentos com elevado poder representativo para a comunidade local (SERGIPE, 2011).

No momento da pesquisa de campo, observou-se a presença de uma pluralidade de gêneros e corporeidades, que representam a diversidade representativa de São Cristóvão. Isto se torna mais evidente ante o contato com as fabriquetas e beijus, onde homens e mulheres exercem em uníssono atividades produtivas, relacionadas à confecção do beiju e derivados, dentre estes, o pé de moleque de puba. É válido ressaltar também, que há ramificações familiares dessa mesma família de produtores em ambientes distintos de São Cristóvão. Uma delas, residente na colônia Pintos, é bastante conhecida no centro histórico do município, haja vista a qualidade diferenciada de sabores, dos seus produtos, como também, por ser a única produtora que comercializa numa feira livre, no Centro Histórico da cidade.

Cumprir observar ainda a figura de uma outra produtora e beijus e seus derivados, na comunidade Pedreiras, que possui uma fabriqueta, em parceria com o filho e o marido, onde cada um destes exerce uma função operacional, acordada entre eles. Neste local, percebeu-se a presença masculina dividindo funções com a presença feminina, funções estas relacionadas com o ato de produzir os derivados de mandioca.

Figura 23 – Produção de pé de moleque





Fonte: Cecília Paes, 2021

Com relação ao papel da comida na vida desses produtores, percebeu-se uma forte ligação afetiva com relação ao seu ofício por uma, contrapondo-se ao pensamento da outra produtora ouvida, que sinalizou seu descontentamento com a falta de valorização dos seus produtos, perante à comunidade local e à governança. Mesmo assim, esta salienta que “deve tudo que tem ao beiju e não saberia fazer outra coisa da sua vida, visto que apesar de ter o ofício também de pescadora não mais o desempenha, em virtude de problemas de saúde. A feitura do beiju e dos outros produtos sustentam, condignamente a vida dessas pessoas, dando a elas subsídios para existirem e serem protagonistas de sua própria e valorosa história.

Ainda, observou nesta pesquisa uma inovação culinária, conhecida como pé de moleque de macaxeira, que vem a era uma alternativa ao tradicional pé de moleque de massa puba. Assim, identificou-se que apenas duas doceiras da mesma família o produzem atualmente. Entende-se que a receita desse insumo é ancestral e já deve existir há cem anos, segundo os relatos de uma das produtoras do pé de moleque de macaxeira. No entanto, com relação à autoria da receita, há controvérsias, porém, as teorias ouvidas durante a pesquisa de campo, seja da produtora das Pedreiras ou de produtoras familiares desta, residentes na Ilha Grande, convergem no fato de que a receita ascende da mesma família, como também esta foi criada para agradar alguém, que não consumia nenhum produto à base de massa puba.

Por seu turno, é uma herança familiar produzida apenas para consumo da família, o que demonstra um alto grau de afetividade e denota um certo grau de intimidade, até mesmo pela escolha das pessoas que vão provar da iguaria. Além do que, trata-se de uma receita sazonal, ofertada em ambiente doméstico, sendo produzida apenas na época das festas juninas.



O sentido do pé de moleque para a produtora MP é afetividade, pois o alimento é um instrumento de memória afetiva e gustativa para a produtora e de certa forma, um presente para sua família, devido justamente à baixa frequência na qual é produzido.

#### 7.2.6 Moqueca na folha

Segundo Cascudo (2004), a palavra moqueca advém do tupi *pokenka*, que significa embrulho de peixe em folhas assado na brasa. Por intermédio dessa técnica de cozimento, o alimento é cozido em seu próprio líquido, a esse processo, os africanos escravizados adicionaram insumos, a exemplo do coco. Em São Cristóvão/SE, trata-se de uma comida miscigenada, muito representativa para as comidas ribeirinhas.

Foram identificadas duas autóctones que produzem a moqueca na folha, uma residente no bairro Apicum e outra presente no povoado Tinharé, cada uma detendo especificidades. É possível encontrar no Apicum a oferta das moquecas de peixe, camarão, aratu, sururu e ostra, cozidas na folha de bananeira (Figura 23), ao passo que no povoado Tinharé apenas é produzida moqueca de aratu na folha de patioba (Figura 24).

Figura 23 – Moqueca de peixe na folha de bananeira



Fonte: Autoria própria, 2022

Figura 24 – Moqueca de aratu na folha de patioba



Fonte: Autoria própria, 2022

A moqueca produzida nesse povoado provém de uma receita ancestral guardada a sete chaves pela mãe da produtora CO<sup>30</sup>, a qual foi ensinada apenas a ela. É uma produção também ancestral, mas a apreensão desta receita pela produtora deu-se fora do território de São Cristóvão, sendo posteriormente perpetuada por ela, no município, em virtude deste apresentar características similares ao local onde ela aprendeu. “Minha mãe fazia pras pessoas revender na praia, mas não ensinava pra ninguém, até porque ela precisava, né?! Vivia disso. Aí nem todo mundo sabe fazer, aí ensinar ia fazer ela perder venda”.

Enquanto a produtora ML, proveniente de uma família de pescadores e marisqueiras aprendeu essa receita ancestral com a mãe, no decurso do tempo, há 30 anos. A tradição se perpetuou para as 3 irmãs e a filha da produtora, na atualidade, duas residentes no Apicum e outra no povoado Arame. “Nós aprendemo com minha mãe e minha vó. Aí elas foram embora e nós ficamo fazendo. Nada não, nada não, já tem uns 30 anos que eu produzo e na rua tem 20 anos”, relata a produtora<sup>31</sup>.

---

<sup>30</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 07 de fevereiro de 2022.

<sup>31</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de setembro de 2021.

O início das vendas da moqueca pela produtora ML ocorreu nas feiras livres de outras cidades, como Itaporanga e Estância, mas após 10 anos se estabeleceu como vendedora ambulante por toda Cidade Baixa e Cidade Alta de São Cristóvão. Os peixes usados para a produção das moquecas são vermelha, robalinho, carapeba, sardinha, catana e pescada (Figura 23). Quanto à transmissão de saberes e fazeres, a produtora é enfática: “Eu ensino pra qualquer uma pessoa. É só suber fazer e ter paciência no assar. O fazer, o temperar, todo mundo sabe temperar uma comida, o amarrar todo mundo sabe, agora o assar... nem todo mundo vai saber”.

Para a produtora ML<sup>32</sup>, a moqueca se tornou sua única fonte de subsistência, entretanto, ela não aprecia o alimento tanto quanto antes, por ser um trabalho diário. Somente o degusta de vez em quando, e tem como sua fonte de predileção a moqueca de peixe-espada, conhecido como catana na localidade. Todavia, detém muito orgulho do que produz e também por ter se tornado uma figura conhecida na cidade, ao ponto de ter sua história de vida mostrada numa exposição sobre cidadãos são-cristovenses, realizada no Museu Histórico de Sergipe, em 2021.

Embora apresente uma forte relação identitária com o alimento, até mesmo pelo seu ofício de marisqueira e pescadora, para a produtora CO<sup>33</sup> atualmente as pessoas não valorizam as comidas representativas, sobretudo, aquelas provenientes da maré. Assim, percebe-se que a produtora não tem a consciência do valor simbólico e econômico do seu produto para os são-cristovenses. “Nunca vendi em São Cristóvão. Sempre vendi no CEASA, no mercado em Aracaju. Acho que as pessoas daqui não vão comprar, principalmente os jovens. Quem gosta disso é os veios. Tem gente que acha que é comida de pobre, desorganizada”.

Percebeu-se na produtora uma relação ambígua com a comida por ela produzida. A moqueca, além de refletir seus gostos alimentares, também reflete suas vivências enquanto marisqueira, de certa forma, oportunizando a valorização do seu ofício por intermédio da comida, de modo que o foco no aratu suscita orgulho como representação do seu trabalho. Entretanto, ela demonstra muita desilusão no que concerne à importância desse produto culinário para terceiros por não abranger tanta valorização do seu produto por parte dos habitantes de São Cristóvão. A todo momento esta ressaltava tratar-se de uma marisqueira e pontuou que seu ofício foi responsável por moldá-la como indivíduo, assim “minha caneta é a vara da pesca e o caderno é o balde”

---

<sup>32</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 24 de setembro de 2021.

<sup>33</sup> Informações colhidas durante entrevista realizada no dia 07 de fevereiro de 2022.

Diante da relevância dos aspectos simbólicos e culturais inerentes ao saber fazer, a valorização da culinária são-cristovense, a qual se apresenta como um fruto da memória gustativa local constitui-se como uma importante iniciativa para a perpetuação do conhecimento culinário e o fortalecimento da identidade alimentar.

Vale salientar que os modos de saber fazer os alimentos identitários são-cristovenses são passados de geração em geração, através das narrativas orais, da observação e da participação nos preparos culinários. Estes conhecimentos referenciam a herança familiar, uma tradição passada de mãe para filha, de modo que a fabricação destes produtos culinários costumeiramente é realizada por membros da família (JESUS, 2016).

Diante do exposto, fica clara a relevância da memória para a perpetuação desta manifestação cultural, visto que a partir das memórias gustativas, olfativas e, sobretudo afetivas, a herança cultural é mantida no seio familiar e o sentimento de pertencimento é fortalecido. Nesse sentido, a fabricação artesanal de comidas e bebidas identitárias em São Cristóvão encontra-se intrinsecamente atrelada à tradição do seu consumo pelos autóctones.

Com isso, a fabricação artesanal e o consumo dessas comidas e bebidas denotam sua representatividade social para São Cristóvão, não somente por se relacionarem à identidade cultural do município e reforçarem a memória dos autóctones, mas também por se configurarem como fonte de renda para uma parcela significativa da população local (COSTA, 2014; LEAL; MOURA; COSTA, 2010; SANTOS, 2014; SANTOS; LEAL, 2012).

Entretanto, apesar destas comidas e bebidas constarem no repertório cultural de São Cristóvão, as ações para valorização e perpetuação das intangibilidades constantes nestes produtos culinários são incipientes. O desconhecimento pelos autóctones do valor simbólico da culinária identitária inserida no cotidiano contribui para o seu diminuto enaltecimento.

Este panorama deflagra imperícias na institucionalização da culinária como legado coletivo, visto que a relação dos autóctones com estas comidas e bebidas identitárias ainda se mantêm muito restrita aos ambientes familiares, de modo que estes hábitos alimentares se transformam e são esquecidos à revelia de qualquer ação pública para sua preservação e perpetuação.

Logo, muitos são-cristovenses não percebem este legado culinário como um patrimônio cultural, o qual caracteriza o modo de vida e os costumes alimentares da comunidade, a ponto de não reconhecerem que alguns alimentos da culinária local os caracterizam como sociedade e singularizam o município. Isto se dá, principalmente, entre as gerações mais jovens que em

decorrência do uso crescente da tecnologia tornam-se cidadãos globalizados com poucas referências dos aspectos locais.

Com isso, os aspectos simbólicos que permeiam a culinária local são desprestigiados, uma vez que os residentes não compreendem a importância das tradições alimentares retratadas através das técnicas de extração dos insumos, escolha dos ingredientes usados nas receitas, técnicas de preparo e apresentação da culinária identitária são-cristovenses, apenas percebendo-os como produtos para mero consumo e atendimento às necessidades vitais.

Esta premissa contribui para a descaracterização dos modos de fazer em favor dos gostos dos consumidores e da busca pelo aumento e agilidade na fabricação destes produtos culinários, ensejando em transformações nos seus sabores e nas técnicas artesanais de produção (JESUS, 2016). Estas mudanças podem ser irreversíveis quando estes saberes tradicionais são esquecidos ao longo do tempo.

Isto posto, fica clara a importância da gestão pública no processo de valorização e preservação da cultura alimentar são-cristovenses. Através de um trabalho pautado no levantamento e identificação da culinária local e dos aspectos simbólicos que a permeiam é possibilitada a adoção de ações que permitam aos autóctones não somente conhecer suas tradições alimentares, mas também valorizá-las, preservá-las e perpetuá-las.

Ante estudos já realizados no município não foram encontrados inventários e diagnósticos acerca da sua culinária, além de ações institucionalizadas para resgate e fortalecimento da memória gustativa local bem como estratégias para a consolidação da identidade alimentar são-cristovense, o que contribui para que a culinária local seja preterida frente a outras manifestações culturais de São Cristóvão (SANTOS, 2018).

Este panorama reforça o pouco destaque que os alimentos identitários têm junto às políticas de planejamento provenientes da gestão pública do município. Nesse sentido, frente a uma análise prévia à programação do Festival de Artes de São Cristóvão, evento no qual as manifestações culturais do município são enaltecidas, se percebeu a diminuta ênfase dada à culinária são-cristovense, visto que a mesma apenas figurava como um mero produto para consumo em um espaço de pouca circulação.

A inexistência de oficinas, workshops, eventos e demais práticas ativas e lúdicas no município, as quais buscam propagar e enaltecer o conhecimento culinário local e os demais elementos simbólicos que o permeia, acabam por limitar a difusão dos saberes e fazeres que

referenciam à memória e às tradições são-cristovenses, tanto entre os próprios residentes quanto para os consumidores, o que dificulta o reconhecimento e preservação deste patrimônio cultural.

É importante ressaltar que a culinária de São Cristóvão desempenha um papel relevante na economia doméstica de uma parcela da população são-cristovense, configurando-se como principal, se não única fonte de renda. Para outras famílias do município, os rendimentos provenientes da comercialização da culinária local contribuem para o complemento da renda. Desta feita, o turismo apresenta papel de destaque na comercialização da culinária identitária no município.





Produção de beijus - Povoado Pedreiras, São Cristóvão/SE.  
Fonte: Cecília Paes (2022).

## 5 CENÁRIOS E PERSPECTIVAS DA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DA CULINÁRIA IDENTITÁRIA DE SÃO CRISTÓVÃO

Essa seção apresenta um breve diagnóstico sobre o processo de produção e comercialização turística das comidas identitárias do município, apontando sugestões de melhorias para o cenário. Dentre estas, destacam-se duas propostas: o selo “Comidas da Cidade Mãe” e a exposição fotográfica “Mãos da Cidade Mãe”, ambas pautadas no impulso ao consumo turístico desse legado sociocultural, valorização da cultura alimentar do município, fortalecimento das identidades alimentares e enaltecimento dos ofícios de marisqueiras, pescadores, agricultores familiares, doceiras, beijuzeiras, boleiras e outros(as) produtores artesanais de comidas e bebidas de São Cristóvão/SE.

### 8.1 DIAGNÓSTICO DA CULINÁRIA IDENTITÁRIA DE SÃO CRISTÓVÃO

A culinária identitária de São Cristóvão apresenta significativa diversidade de itens, como apresentado na seção anterior, inclusive, sendo alguns deles patrimônio cultural de Sergipe. Todavia, quando analisada a oferta turística dessas comidas constata-se que esta dá-se focada em poucos produtos, os quais costumeiramente são incorporados como *souvenires* culinários do município (Figura 18).

Figura 18 – Souvenires culinários São Cristóvão



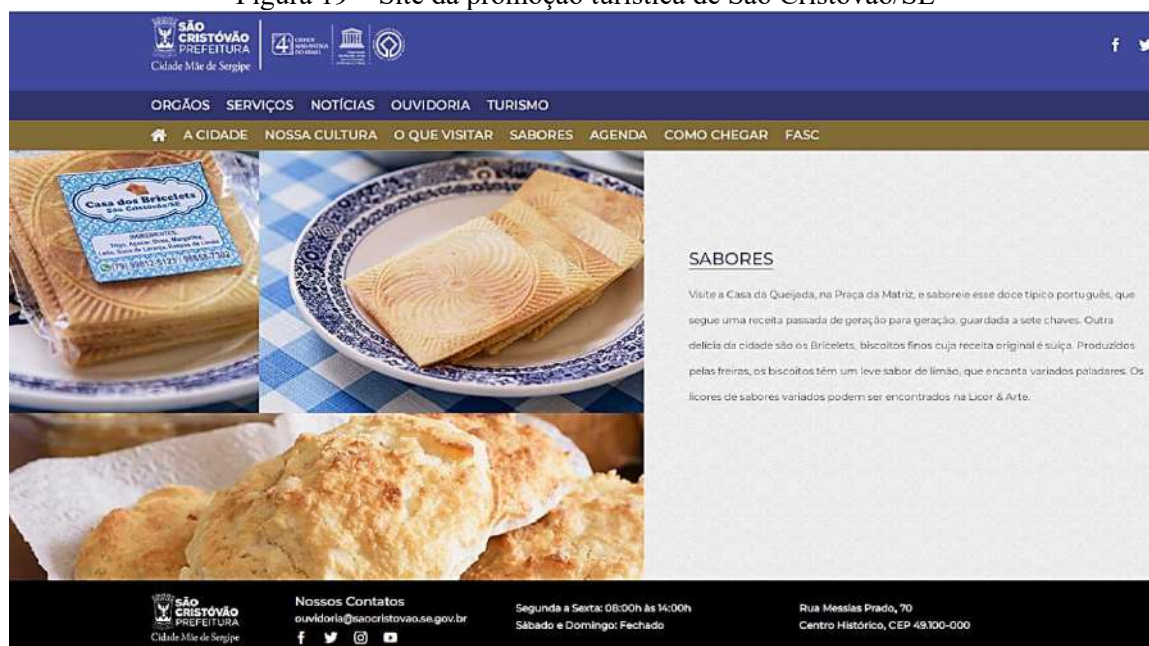
Fonte: Autoria própria, 2019



A primeira problemática percebida deve-se a boa parte dos *souvenirs* culinários do município não possuírem marcas próprias e embalagens adequadas para identificação e transporte. De tal modo, este panorama enseja na diminuição da atratividade desses produtos identitários para o consumo turístico em São Cristóvão, visto que é imprescindível que os *souvenirs* culinários contenham não somente marcas que remetam aos destinos de origem, como também embalagens que sejam adequadas para o transporte e possuam uma estética que cause interesse no consumidor (PAULA, 2006).

Como segundo ponto temos, ante uma análise acerca dos discursos sobre os *souvenirs* culinários do município nos instrumentos de informação e comunicação turística (Figura 19) o enfoque na comida emblemática (queijada) e identidade-consumo (bricelet). Estes são apresentados como comidas típicas de São Cristóvão, os sabores da cidade, em discursos que pouco explanam sobre a relação íntima entre estes e o território, bem como com as pessoas lá inclusas.

Figura 19 – Site da promoção turística de São Cristóvão/SE



Fonte: São Cristóvão, s/d

Acerca da sua dimensão simbólica, explana-se sucintamente sobre sua ascendência. No caso da queijada fala-se: “[...] doce típico português, que segue uma receita passada de geração para geração, guardada a sete chaves” (SÃO CRISTÓVÃO, s/d). Enquanto que, sobre os bricelets é dito que são “[...] biscoitos finos cuja receita original é suíça. Produzidos pelas freiras, os biscoitos têm um leve sabor de limão, que encanta variados paladares” (SÃO CRISTÓVÃO, s/d).

Percebe-se, então, que os sentidos impostos pelos gestores e promotores do turismo para as comidas identitárias de São Cristóvão divergem daqueles que lhe são concedidos pela comunidade local, sobretudo, por seus produtores que tem esses elementos como fonte de orgulho, empoderamento e luta. Apesar da gestora municipal de cultura e turismo<sup>34</sup> apontar que a culinária de São Cristóvão representa afetividade, a comunicação turística não apresenta essa imagem consolidada, assim como inspira a criação desse imaginário no turista.

A comida daqui é uma comida muito afetiva, que tem uma relação com a história de vida das pessoas. Então, se eu chego nas Pedreiras para comer Aratu em D. Vania, eu entendo que o contexto ali é da vida dela, os pais foram pescadores, os irmãos são pescadores. Eles pescam, catam, e ela produz e vende. A mesma coisa na fábrica de beiju. Se você chega lá e pergunta quem é quem, você vê que é avó, neta, sobrinho, irmão, primo, tias. E aí você vê que tem toda uma questão de envolvimento social e econômico. É uma comida que você senta e come ela, vai conversando com as pessoas e vai te remetendo a várias coisas. Inclusive, o perfil do turista que vem a São Cristóvão, ele busca isso, ele quer ouvir conversas. Eu tenho percebido um perfil de turistas desses aqui, que quer comer algo do lugar e saber sobre ele, as pessoas querem ter uma relação afetiva com São Cristóvão<sup>35</sup>.

Nota-se, que os turistas do destino não são apresentados às dimensões simbólicas que dão valor e significado às comidas e bebidas representativas do município, perante a visão dos autóctones, e caso os viajantes tenham interesse em apreendê-las, encontrarão dificuldades em congregar estas informações, visto que os gestores do turismo na localidade, ao longo dos anos, não desenvolveram soluções técnicas e tecnológicas que possibilitassem a apreensão desse conhecimento popular, assim como não incentivam uma maior participação ativa da comunidade na atividade turística.

A gestora percebe essa demanda crescente em São Cristóvão e reconhece que a comunicação turística não apresenta essa imagem da comida afetiva de São Cristóvão, mas alega que, em decorrência da pluralidade de públicos para os quais “vende” o município, os quais possuem, por conseguinte, interesses distintos, torna-se difícil articular tantos sentidos para um mesmo produto. A ação amais aproximada a esse respeito foi uma campanha institucional falando do orgulho de ser são-cristóvense, se valendo, para tanto, de pessoas do município para expressar esse “jeito de ser são-cristóvense”, a fim de despertar identificação e pertencimento (Figura 20).

<sup>34</sup> Informações colhidas por meio de entrevista no dia 21 de dezembro de 2021.

<sup>35</sup> Informações colhidas por meio de entrevista no dia 21 de dezembro de 2021.

Figura 20– Outdoor localizado na rodovia entre Aracaju e São Cristóvão



Fonte: Autoria própria, 2021

Essa iniciativa surtiu o feito pretendido, em maior ou menor grau, uma vez que, durante as pesquisas, alguns produtores pontuaram terem se sentido vistos ao verem representações de seus ofícios nos *outdoors* espalhados pela cidade. Percebe-se também, ser esta uma ação pautada na instituição de uma identidade criada, ditada pelo governo, haja vista que a imagem da doceira se encontra muito distante da realidade cotidiana: maquiagem acentuada, cabelo escovado, unhas pintadas, roupas novas, o que passa uma visão de *status* e prestígio para o ofício, que muito se distancia da luta e resistência enfrentada pelos produtores de comidas e bebidas identitárias do município.

Assim sendo, vê-se também uma incipiência de ações público-privadas direcionadas à valorização e promoção turística dos sabores, saberes e fazeres culinários do município, haja vista o enfoque diminuto dado aos ingredientes, utensílios, hábitos e práticas culinárias locais nos instrumentos de comunicação e promoção turística do destino, os quais se restringem no incentivo ao consumo de *souvenirs* culinários da doçaria local, excluindo comidas e bebidas identitárias que possuem uma ligação mais íntima com a localidade.

A gestora do turismo no município salienta a relevância de agregar outras comidas à oferta da cidade, com o intuito de consolidar a imagem de São Cristóvão à outras comidas representativas, para além das queijadas e bricelets, visto a potencialidade da culinária

identitária são-cristóvense para o turismo. Nas palavras dela: “a gente tem uma produção muito grande de doces de coco, a gente tem as fábricas de beiju daqui que vende beiju para Sergipe inteiro, por exemplo, distribui para grandes padarias de Aracaju. A gente precisa associar esses elementos a mais na culinária daqui<sup>36</sup>”.

Entretanto, ações efetivas de planejamento e gestão para inserção dessa diversidade culinária na oferta turística ainda são pouco desenvolvidas. Quando apreendemos que a gestão pública desconhece grande parte de seus produtores de comidas e bebidas, bem como não possuem uma dimensão realista da diversidade culinária identitária do destino, fica clarificada a impossibilidade de promover o que sequer se tem conhecimento da existência.

À vista disso, é salutar a realização de inventário turístico-culinário, diagnósticos situacionais e prospectivos, além de banco de cadastro dos produtores para se ter uma dimensão real da potencialidade desse elemento cultural para o consumo turístico.

A gestora aponta a existência de um levantamento dos produtores culinários do município, o qual não obtivemos acesso, mas não há registro das comidas por eles produzidas em fichas técnicas com receitas, fotos e histórias, estando prevista essa ação para 2022. A ideia é construir, a partir dessas informações, um catálogo a fim publicizar e salvaguardar esses saberes e fazeres.

No mais, ante uma análise à capacidade institucional instalada, percebemos que a governança do destino não é articulada, propositiva e de monitoramento das políticas públicas, ainda possuindo a postura inerte de aceitar passivamente as ações advindas do poder público. Por outro lado, quando observamos a estrutura do FUMCTUR percebemos tratar-se de um quadro de profissionais muito enxuto para atender a diferentes frentes relacionadas ao turismo, o que contribui para a incidência de ações pontuais ou sazonais, mas desconexas e difusas.

Um exemplo percebido a esse respeito são os cursos de capacitação, que em geral, apenas são realizados como preparação para o FASC, e por conseguinte, impacta aos mesmos autores, haja vista que muitos dos produtores pesquisados nunca comercializaram em algum evento promovido pela prefeitura, consequentemente, nunca foram capacitados formalmente ou impactados diretamente por qualquer outra ação da FUMCTUR destinada à culinária, bem como pelos benefícios provenientes do turismo.

A respeito disso, o turismo pode contribuir para o fomento do desenvolvimento local ao ser estruturado de modo a propiciar maior participação social de grupos naturalmente excluídos ou relegados pelas demais atividades econômicas, bem como o uso sustentável dos aspectos

---

<sup>36</sup> Informações colhidas por meio de entrevista no dia 21 de dezembro de 2021.

culturais e ambientais do entorno. Corroborando com o exposto, Scheyvens e Biddulph (2018, p. 4) ressaltam a importância dos destinos adotarem uma abordagem mais inclusiva no turismo, de modo que “[...] grupos marginalizados sejam engajados na produção ou consumo ético do turismo e na partilha de seus benefícios”.

Desta feita, é notório que o turismo precisa ser concebido com a colaboração dos autóctones para que o desenvolvimento local perpassa pela superação de problemas socioeconômicos inerentes à comunidade anfitriã, de modo que a mesma esteja envolvida diretamente com o planejamento e gestão dos aspectos relativos ao seu desenvolvimento. Para a gestora do turismo municipal, isso não ocorre porque “as pessoas não tem dimensão do poder que em nas mãos e da grandiosidade que é a gastronomia de São Cristóvão<sup>37</sup>”. Concordamos em parte como o exposto.

A falta de educação patrimonial e o contato com as alteridades contribuem para que esse olhar sobre as potencialidades do município seja limitado, todavia é salutar considerar também que os gestores municipais desconhecem a realidade, demandas e interesses dessas pessoas, e esses aspectos apenas podem ser percebidos ante o contato com os mesmos, o qual poderia ser iniciado a partir de uma conversa, e evoluir progressivamente para um processo de sensibilização e mobilização não somente para o turismo, mas também para o patrimônio, por meio da salvaguarda dos saberes e fazeres, fortalecimento das identidades alimentares, regate das memórias gustativas e valorização do ofício de produtor culinário.

Estes precisam ser vistos, ouvidos e validados em suas demandas e interesses, além de serem envolvidos na tríade que compõe a educação patrimonial “conhecer-valorizar-preservar”, de modo a perceberem o valor do que produzem, vendem e comem. A ação deve ser ampliada a todos os autóctones, a fim de não somente perpetuar esse legado cultural, mas também para ampliar a inclusão socioproductiva e econômica dos residentes na culinária identitária do município.

A gente tem uma dificuldade com os moradores de São Cristóvão, porque as pessoas da cidade têm dificuldade de perceber o espaço em que elas estão inseridas e a grandiosidade do universo onde ela está inclusa. De dois anos pra cá, a gente deu uma melhorada na noção de pertencimento e de propriedade das pessoas sobre São Cristóvão, mas a gente ainda não conseguiu descobrir como fidelizar o morador aos negócios locais. Por incrível que pareça, tem gente daqui do Centro Histórico que ainda não conhece o bricelet. Se você perguntar para alguns estudantes do ensino médio, muitos deles não tem nem noção de como é feito, nem o que é. Para amenizar isso, a gente inseriu na grade da educação básica a disciplina educação patrimonial, então dentro

---

<sup>37</sup> Informações colhidas por meio de entrevista no dia 21 de dezembro de 2021.



dessa matéria é contada sobre a produção da gastronomia são-cristóvense. Aí os alunos são apresentados a queijada, bricelet, beiju, aos mariscos. Mas a gente ainda não conseguiu uma ação maior (Gestora de turismo<sup>38</sup>).

No que concerne à oferta da culinária nos estabelecimentos de A&B, é constatado o uso de alimentos-base do território, sobretudo, peixes e mariscos (Figura 21), porém não há o uso das comidas e bebidas do município como insumos, com exceção de dois estabelecimentos localizados no Centro Histórico, que ofertam pratos e drinks que utilizam o Pisa Macio, a queijada e o bricelet como ingredientes (Figura 22).

Figura 21– Cardápio de restaurante de São Cristóvão

ALMOÇO		PETISCO	
<b>Peixes frito:</b>		<b>PASTEL:</b>	
Robalo	90,00	Aratu	7,00
Pescada	80,00	Carne	6,00
Carapeba	90,00	Camarão	7,00
Vermelha	80,00	Queijo	6,00
<small>(Acompanhar: Arroz, vinagrete, farofa peixe ou feijão)</small>		Misto	7,00
<b>Moquecas:</b>		Frango c/queijo	7,00
Moqueca de peixe	100,00	Carne c/queijo	7,00
Moqueca de arraia	70,00	Charque	7,00
Moqueca de camarão	120,00	Bacalhau	7,00
<b>Catado:</b>		Pizza	7,00
Catado de aratu	100,00	Batata frita	20,00
Catado de aratu no coco	110,00	Carangueijo	5,00
Catado de aratu com		Gualumum	
camarão no coco	120,00	Siri	3,50
<b>Peixe Recheado</b>		<b>Caldinho:</b>	
<b>Camarão alho e óleo</b>		Sururu com ostra	8,00
<b>Carne de sol</b>		Aratu	8,00
<b>Peito de frango</b>		Bobô de camarão	8,00
<b>Galinha de capoeira</b>		charque	8,00
<small>(Acompanhar: Arroz, vinagrete, farofa peixe ou feijão)</small>		Manscada	8,00
<b>Valores das porções</b>		Feijão	8,00
<b>extra:</b>		<b>Calabresa acebolada</b>	
Feijão	5,00	<b>Frango a passarinha</b>	
Arroz	4,00	<b>Peixes:</b>	
Vinagrete	4,00	Pescada	70,00
Pirão	6,00	Robalo	80,00
Farofa	3,00	Carapeba	80,00
		Vermelho	70,00
		Camarão alho e óleo	40,00
		Peito de frango	40,00
		Carne do sol	40,00

Fonte: Autoria própria, 2020

<sup>38</sup> Informações colhidas por meio de entrevista no dia 21 de dezembro de 2021.

Figura 22 – Drink feito com cachaça Pisa Macio



Fonte: Denio Azevedo, 2021

Frente a uma análise dos produtos da culinária local com os quais o turista tem acesso, percebe-se que a maioria desses produtos são comercializados na Cidade Alta, seja na feira livre ou por meio de ambulantes, mas é necessário a ampliação dessa oferta, seja através da inserção desses atores sociais no Centro Histórico, seja levando os turistas à Cidade Baixa. A esse respeito, a gestora municipal de turismo aponta:

Nós estamos em um processo de apresentar a Cidade Baixa pro turista, tentando associar o centro comercial com o centro histórico [...] e quando o turista vai à estação [ferroviária] costumamos indicar um restaurante que existe a mais de 50 anos e tem catado de aratu, fritada de aratu, moqueca de ostra, moqueca de camarão, e não fica atrás de nenhum grande restaurante de Aracaju, com comida muito boa e barata<sup>39</sup>.

---

<sup>39</sup> Informações colhidas por meio de entrevista no dia 21 de dezembro de 2021.

Em conversas informais com residentes, esses foram além e apontaram que além da comida, o estabelecimento permite um vislumbre do jeito de ser são-cristóvense, visto ser um espaço de uso eminentemente local. De fato, os estabelecimentos da Cidade Baixa são mais simples do que aqueles presentes na Cidade Alta, porém esses expressam mais fidedignamente os sabores, modos de vida e movimentos cotidianos do município, oportunizando que se desvelando aos olhos do visitante duas dinâmicas sociais muito distintas: a bucólica da Cidade Alta e o dinamismo da Cidade Baixa.

É importante considerarmos que essas experiências somente são atrativas para aquele perfil de turista anteriormente citado, que busca conhecer intimamente o destino turístico, não somente degustar os sabores locais, mas também vislumbrar o modo de vida do destino. A vista disso, sugere-se aqui que, tendo como base o exposto por Valadão, Modesto e Hermann (2021), é necessário São Cristóvão ofertar produtos diversos para atender a interesses turísticos distintos.

Haja vista as condições de muitos espaços da Cidade Baixa, sejam elas sanitárias e/ou infraestruturais, é imperativo efetuar adaptações mínimas para possibilitar ao turista o acesso a essas comidas e bebidas com hospitalidade e segurança. Percebe-se a clara tentativa de manter o Centro Histórico como um território turístico que engloba todas as potencialidades do destino, ao invés de impulsionar a interiorização do turismo, inclusive com a criação de espaços para comercialização dessas comidas na Cidade Baixa.

Pontuamos isso, mediante a solução encontrada pela gestora municipal de turismo para a oferta turística de beijos: “a gente está em todo um processo de convencimento para trazer elas [beijuzeiras] aqui pra cima [Centro Histórico], montar uma fabricazinha para ficar como vitrine, como o quiosque que tem na Praia do Forte de tapioca. A gente quer fazer rodízio entre elas, mas tá difícil<sup>40</sup>”, em clara alusão, sobretudo, a necessidade de adequação às boas práticas para manipulação de alimentos e desconfiança desses produtores quanto às ações da gestão pública.

Ante o exposto, pode-se afirmar que a oferta turística de São Cristóvão/SE apresenta problemas basilares, uma vez que além do exposto, as experiências ligadas ao uso turístico da culinária são limitadas e superficiais, fundamentalmente inerentes a oferta turística de serviços de alimentação, mas pouco atreladas a produtos turísticos que tenham a cultura alimentar como atração. Esse cenário contribui para a baixa taxa de permanência e retorno dos turistas (SANTOS, 2018), mediante as tendências de mercado anteriormente apontadas aqui.

---

<sup>40</sup> Informações colhidas por meio de entrevista no dia 21 de dezembro de 2021.



Destarte, fica claro que o destino ainda se mantém atrelado a tendências ortodoxas de mercado que pautam as viagens em mera contemplação do entorno, nesse caso, o patrimônio de pedra e cal, os quais encontram-se centralizados no Centro Histórico do município, na Cidade Alta (SANTOS, 2013). Além disso, o consumo superficial dos aspectos intangíveis da cultura, através da culinária local, oportuniza o panorama de poucas interações e trocas autênticas entre turistas e residentes.

A propósito, reparou-se também, que um número restrito de produtores de comidas e bebidas no município, em seu cotidiano, é diretamente impactado pelos benefícios do turismo, contexto que contribui para o incremento das disparidades socioeconômicas e a descontinuidade ou descaracterização de muitos conhecimentos culinários. Isto porque, um quantitativo substancial desses produtores tem na comercialização dos produtos alimentares sua fonte de subsistência, mas muitos deles somente percebem os benefícios advindos da atividade turística durante os eventos festivos do município (SANTOS, 2018). Nessa direção, a gestora municipal de turismo apresentou a proposta de um evento gastronômico que será realizado em agosto/2022:

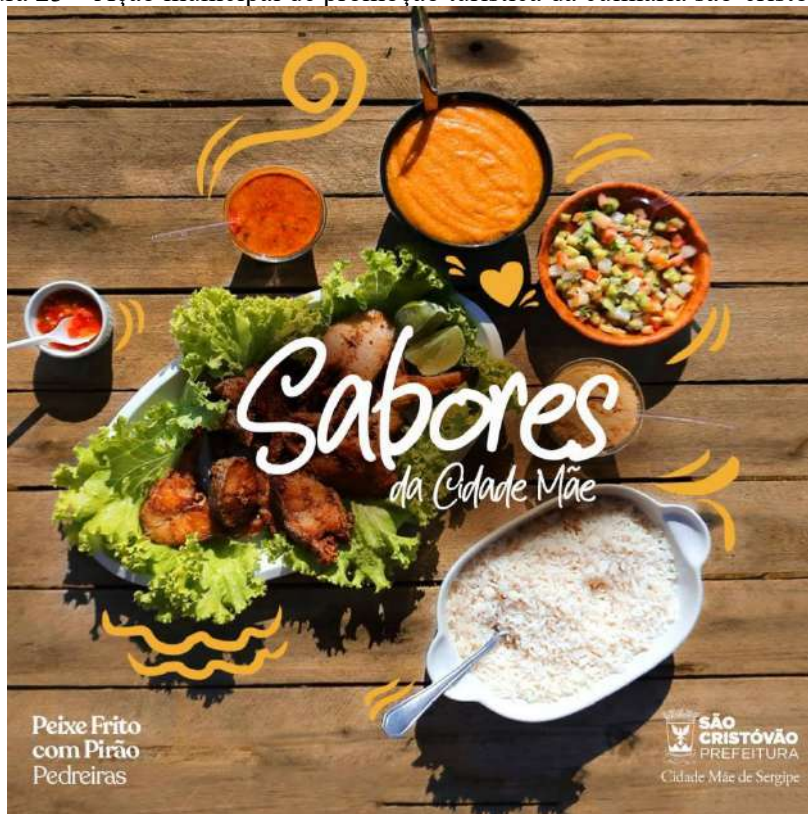
São Cristóvão é o terceiro maior produtor de camarão, então a gente vai fazer um festival de camarão. Vamos abrir um edital para chamar grandes restaurantes para ocupar a praça, haverá um espaço para os restaurantes do município e outro para os de Aracaju, vamos montar alguns stands, dar a estrutura básica para os produtores comercializarem o camarão. As pessoas daqui de São Cristóvão não sabem que nós produzimos camarão, pouquíssimas pessoas sabem. Aí a ideia desse festival é estartar no sentimento das pessoas pra deixar de sair daqui para comprar camarão em Aracaju e ligar e comprar em Rita Cacete, na Colônia, nas Pedreiras, e nos restaurantes da capital, já que temos uma facilidade que poucos lugares tem do produtor entregar o camarão fresco em até 3 horas. Então a gente quer vender essa celeridade para o comércio de Aracaju, que está tão próximo da gente (gestora municipal de turismo<sup>41</sup>).

Essa iniciativa se junta a um conjunto de ações desenvolvidas no município voltadas a promoção turística dos sabores locais (Figura 23), em coerência aos elementos da culinária local identificados pela FUMCTUR como representativos da cultura alimentar de São Cristóvão, cujo processo para delimitação e escolha aparentemente não contou com participação popular. Para o órgão oficial de turismo do município, as comidas e bebidas mais representativas são os peixes e mariscos, queijadas, bricelets e a cachaça Pisa Macio.

---

<sup>41</sup> Informações colhidas por meio de entrevista no dia 21 de dezembro de 2021.

Figura 23 – Ação municipal de promoção turística da culinária são-cristóvense

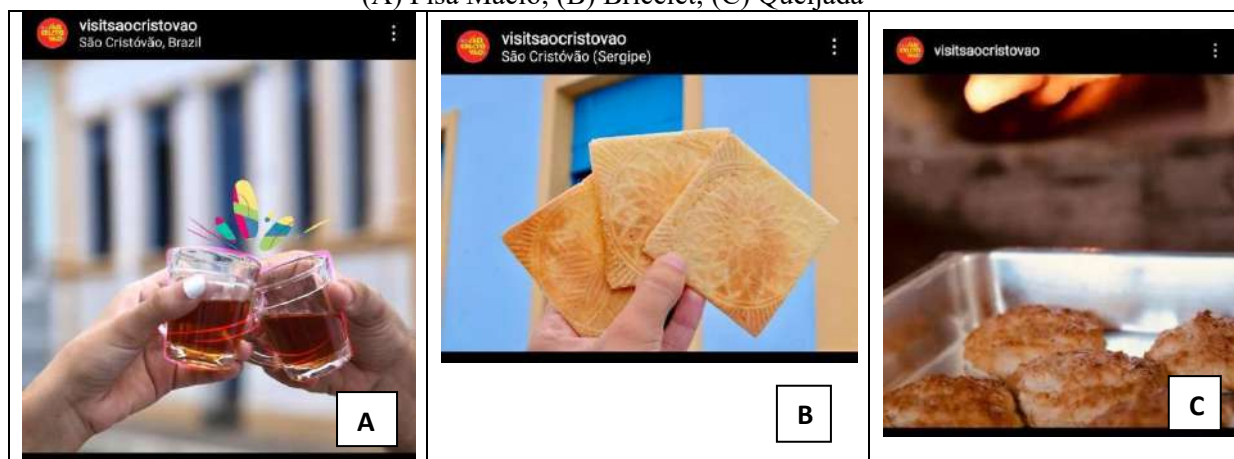


Fonte: São Cristóvão (2021)

Porém, constatou-se, no âmbito dessa pesquisa que, as iniciativas público-privadas desenvolvidas no município, voltadas para a culinária, tanto sob o viés turístico quanto cultural. Isso é percebido ante a inexistência de ações direcionadas, em específico, para esse elemento cultural, inclusive durante o FASC, evento no qual as manifestações artísticas e culturais do município são enaltecidas e publicizadas, por meio de oficinas, exposições, cortejos, espetáculos e shows.

No mais, as ações desenvolvidas no município ainda são restritas e pontuais, focadas em comidas, bebidas e produtores específicos, os quais detêm maior visibilidade por estarem inseridos no território turístico (Centro Histórico), bem como por terem suas imagens constantemente reproduzidas nos instrumentos de comunicação e promoção política e turística do município (Figura 24), o que invisibiliza as diferenças e pluralidades culturais do município.

Figura 24 – Promoção turística da culinária identitária de São Cristóvão em mídia social digital:  
(A) Pisa Macio; (B) Bricelet; (C) Queijada



Fonte: São Cristóvão (2021; 2022)

Esse panorama contrapõe-se ao contexto vigente, no qual a produção culinária da Cidade Baixa apresenta maior diversidade, abundância e pungência do que na Cidade Alta, além de estar mais atrelada às práticas socioculturais cotidianas, de modo que muitos residentes possuem uma relação mais íntima e identitária com estas. Apesar disso, as comidas e bebidas produzidas nesse espaço são invisibilizadas em seu simbolismo e valor para o mercado turístico, de modo que os visitantes acabam não tendo acesso a elementos que representam de modo mais fidedigno os hábitos alimentares do município.

Perante o cenário apresentado, fica claro que a culinária identitária de São Cristóvão não é plenamente tratada como um bem cultural e produto turístico por gestores e demais atores sociais do município, o que contribui para que o olhar de muitos produtores sobre as comidas e bebidas que produzem sejam exclusivamente direcionados ao papel utilitário desses como fonte de subsistência. Percebe-se uma movimentação recente para fortalecer a representatividade da culinária no destino, mas as ações desenvolvidas parecem ser mais pautadas no consumo turístico do que no bem-estar social, premissa primária do Estado.

É importante ampliar essa análise para os demais atores sociais que também contribuem para esse cenário, uma vez que os gestores privados dos estabelecimentos turísticos de A&B, por exemplo, poderiam agregar esses produtos às refeições vendidas em seus equipamentos de alimentação e hospedagem, desde os beijos e correlatos no café da manhã ou café da tarde, aos

doces como sobremesa, os pescados e mariscos no almoço ou jantar, bem como bricelets e queijadas no lanche.

Através dessa cooperação é possibilitada a dinamização da cadeia produtiva local, suscitando benefícios para os envolvidos. Se considerarmos, por exemplo, que o caldo do caju ameixa, a rebarba (beiradas de massa pré-cozida cortadas) dos bricelets, e os pedaços torrados de tapioca e coco que se desprendem dos beijus, são descartados por seus produtores, figurando como perda, ao comprar esses insumos, os gestores de outros empreendimentos podem reaproveitá-los em outras receitas, como transformar as rebarbas do bricelet e/ou os pedacinhos torrados de tapioca e coco em uma farofinha crocante para colocar em sobremesas, sobretudo, sorvetes, criando-se formas inovadoras de apropriar-se da comida que singulariza o destino.

Em tempo, quando analisamos o contexto dos produtores de comidas e bebidas identitárias do município constatamos que esses não possuem um envolvimento colaborativo entre si e com as iniciativas público-privada do município, o que resulta em um trabalho individualizado com ações desarticuladas, impactando negativamente toda a cadeia turística local. Compreendemos que o pouco conhecimento deles sobre os benefícios que a organização social pautada na integração e colaboração enseja, contribui para que os problemas da maioria não encontrem soluções, visto não haver uma frente unida, sendo necessário, para mudar essa realidade, o estabelecimento de ações sistemáticas de articulação e sensibilização desses sujeitos.

Cabe pontuar aqui ainda, a dependência desses sujeitos ao poder público, inclusive, para que tenham suas vozes ouvidas e reconhecidas. Com o avanço tecnológico, tornou-se mais facilitada a difusão de ideias e abertura de novos mercados pelas mídias sociais, por exemplo. Esse contexto oportuniza que os produtores de comidas e bebidas identitárias de São Cristóvão se comuniquem diretamente com seu público, sem a necessidade de intermediários. Todavia, esses ainda são muito dependentes da iniciativa de outros sujeitos em representá-los e/ou difundir suas representações socioculturais em ambiente virtual, aspecto que os coloca à mercê de descontextualizações, distorções, apagamentos.

Diante disso, é imprescindível a realização de ações de capacitação para o uso de mídias sociais e de posicionamento de seus negócios em meio digital e virtual. É sabido que muitos deles não possuem habilidade para o trato tecnológico, sendo necessário, nesse sentido, sensibilizar e mobilizar a geração mais jovem para auxiliá-los nessa demanda, pois como percebido ao longo da pesquisa, muito desses saberes e fazeres possuem o perigo de se perderem por não haver interesse dos jovens em perpetuá-los.

Recapitulando o discutido até então, é importante salientar que, de modo abrangente, inexistem bens e serviços voltados para a experiência turística da culinária, assim como orientações sobre a cartilha de boas práticas de higiene para produtores, além de ações para valorização e preservação dessas comidas, seus saberes e fazeres. Diante disso, podemos inferir que a comunicação turística se dá focada na dimensão material da comida e descontextualizada dos sentidos dados aos produtores para a culinária identitária, mas, sobretudo, dos significados a ela atribuídos pelo grupo social do qual origina-se.

Isto posto, torna-se necessário pensar em alternativas que possam apresentar a diversidade de comidas e bebidas que compõe a culinária de São Cristóvão/SE, a fim de propiciar o estabelecimento de ações para sua valorização; (re)construção das identidades alimentares; salvaguarda dos saberes e fazeres; impulso ao empoderamento social, fomento econômico do setor de A&B, assim como, conseqüentemente, o fortalecimento da produção familiar e o estímulo às produções agrícolas, pesqueiras e de mariscagem artesanais.

Tendo como parâmetro o explanado por Gimenes-Minasse (2020) e as tendências para a valorização da culinária no turismo nacional em decorrência da instituição do Programa Nacional de Turismo, sugere-se o desenvolvimento de ações voltadas à qualificação dos produtores, criação de espaços para comercialização dos produtos culinários, diversificação da oferta turística pautada na culinária, realização de feiras e eventos culinários, instituição de espaços de memória para as comidas e bebidas identitárias.

Além da oferta de degustações e harmonizações, ampliação no quantitativo e diversidade de estabelecimentos de alimentação, visitas a locais de produção, criação de rotas, roteiros e circuitos turísticos. A seguir apresentamos algumas sugestões de produtos técnico-tecnológico para comunicar sobre os sabores, saberes e fazeres do município, com a prerrogativa de ser um mote impulsionador para a diversificação e interiorização do turismo em São Cristóvão tendo como fio condutor a cultura, nesse caso, por meio da culinária identitária.

## 8.2 PRODUTOS TECNOLÓGICOS: DAS POTENCIALIDADES À VALORIZAÇÃO

Dentre os resultados da pesquisa de campo que foi desenvolvido no município de São Cristóvão, têm-se a estruturação de dois produtos tecnológicos como alternativa para mitigar parte das problemáticas supracitadas: uma certificação para atestar a procedência e qualidade dos produtos culinários representativos de São Cristóvão, no qual encontra-se atrelado um site onde são dispostas informações sobre as comidas e bebidas identitárias do município; e, uma exposição fotográfica focada nos ofícios intrínsecos às etapas do processo de alimentação:

coleta, preparação e comercialização. A construção desses produtos se deu, prioritariamente, a partir das representações socioculturais dos produtores e produtoras acerca da culinária são-cristovense.

### **8.2.1 Selo Produtos Procedentes de São Cristóvão – SE**

A certificação de proveniência para as comidas e bebidas produzidas na Cidade Mãe visa o reconhecimento da culinária identitária de São Cristóvão/SE para fins turísticos. Busca-se, portanto, possibilitar a distinção dos produtos artesanais com representatividade social que devem expressar em seus saberes e fazeres e/ou alimentos-base, as singularidades culturais e territoriais do município, com vistas a inseri-las como produtos para o consumo turístico.

Essa certificação busca oportunizar que os produtos culinários de São Cristóvão obtenham excelência e maior visibilidade, contribuindo para que produtores e produtoras elevem a qualidade na preparação da culinária local, a fim de fomentá-la como um expressivo diferencial competitivo nos acirrados mercados turísticos local, regional e nacional. À vista disso, a certificação tem o intuito de servir como instrumento de apoio à comercialização de *souvenirs* no município de São Cristóvão/SE, com foco nas comidas e bebidas identitárias.

Essa iniciativa visa fomentar empoderamento para esses artesãos culinários, a partir da valorização de seus ofícios e reconhecimento a sua contribuição para perpetuação desses saberes e fazeres, bem como a indução ao desenvolvimento territorial por meio da geração de emprego e renda na base local, servindo, inclusive, para atestar a qualidade e origem do produto, a partir da prerrogativa do atendimento às normas diretivas para a concessão do selo “Comidas da Cidade Mãe”.

A ideia para elaboração desse selo decorre do cenário encontrado pela pesquisadora em campo, pertinente às condições sanitárias nos espaços de produção, bem como a existência de poucos produtos usando rótulos e marcas distintivas. À vista disso, buscou-se conceber um instrumento que possibilitasse a valorização da culinária identitária do município e delimitasse normas básicas a serem seguidas para assegurar a segurança alimentar e tornar esses produtos mais competitivos.

Propõe-se, portanto, que o selo “Comidas da Cidade Mãe” seja concedido pela Fundação Municipal de Cultura e Turismo (FUMCTUR), em conjunto com o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), a qual ficará responsável também pela fiscalização quanto ao cumprimento das normas previstas aqui.

Para tanto, sugere-se a criação de um comitê composto por representantes dos setores públicos e privados do município, ligados ao turismo, cultura e gastronomia, bem como emissários de instituições de ensino e terceiro setor para análise e deferimento dos pedidos de certificação. Esses devem considerar os critérios para concessão da certificação de produtos dispostos no quadro abaixo.

Quadro 7 – Peso dos critérios para concessão do selo

<b>Critério</b>	<b>Peso</b>
Identidade histórico-cultural	5
Qualidade sensorial	4
Boas práticas de preparação	4
Técnicas de fabricação artesanal	3
Alimentos-base característicos da localidade	3
Eficiência logística (embalagem)	2
Identidade visual	2

Fonte: Elaboração própria, 2022

O Comitê deve ser composto por profissionais com capacidade técnica para analisar e avaliar os produtos culinários passíveis de certificação, para os quais será concedida um nota entre 1 e 5, considerando a média da pontuação atribuída aos critérios supracitados. Para solicitar a certificação, produtores ou produtoras devem possuir cadastro ativo junto à Secretaria Municipal de Assistência Social e Trabalho, ser autóctone de São Cristóvão ou radicado(a) no município há pelo menos 05 anos.

No que concerne ao produto para o qual busca-se certificação, é necessário que este seja produzido no território do município de São Cristóvão/SE, possua rótulo com informações básicas do produto: data de fabricação (ou lote), vencimento, alergênicos e ingredientes, visto serem informações obrigatórias a constarem em qualquer produto alimentício, de acordo com normas da ANVISA.

Posto isto, esse instrumento regulatório poderá possibilitar a certificação da origem dos produtos culinários são-cristóvenses, e contribuir, a partir disso, para a valorização dos produtos culinários, reposicionamento da culinária identitária no mercado, salvaguarda dos saberes e fazeres, preservação do legado histórico-cultural, transformação da imagem do destino turístico, estímulo à qualificação dos processos produtivos, respeito aos métodos de produção artesanal e especificidades desse processo.



No mais, essa iniciativa deverá oportunizar a expansão de mercados, mediante a diversificação da oferta de produtos culinários qualificados, inclusive, nos eventos e espaços de comercialização promovidos pela Prefeitura Municipal de São Cristóvão, bem como o alcance de excelência mínima para inserção na merenda escolar do município.

O selo constará no rótulo dos produtos certificados, sendo vedado seu emprego para promoção de produtos que não tenham sido previamente submetidos ao processo de certificação. Este é composto pelos seguintes elementos (Figura 25): marca, QR Code, contornos da igreja São Francisco ao fundo, expressão “Comidas da Cidade Mãe: produto culinário artesanal” e denominação ao destino de origem, nesse caso, “São Cristóvão/SE, Brasil”.

Figura 25 – Selo Comidas da Cidade Mãe



Fonte: Luara Lázaro; Ylnah Melo, 2022

A logomarca criada para o selo foi elaborada tendo como fundamento aspectos comuns que representam a culinária identitária do município. Diante disso constatou-se que o ofício



feminino de produzir comidas no forno à lenha apresentam-se como símbolo comum dessa manifestação cultural (Figura 26). Assim sendo, inserimos esses elementos em uma janela, em clara analogia ao decurso do tempo, como uma janela do passado no presente.

Figura 26 – Logomarca do selo Comidas da Cidade Mãe



Fonte: Luara Lázaro; Ylnah Melo, 2022

A composição do logotipo buscou expressar um elemento identitário unificante, conforme citado, além de criar uma imagem que remeta a afetividade, à comida de família. Posto isto, os seguintes elementos compõem a imagem: o ícone de uma senhora cozinhando para simbolizar comida feita por matriarcas; o forno à lenha ao fundo, em alusão ao modo de saber fazer que se perpetua no interior de ambientes íntimos.

As raízes fazem alusão à tradição, à ancestralidade; e a faixa azul referencia às águas da Cidade Mãe. Cozinhar é ato de afeto, e ver alguém cozinhando na sua intimidade é um claro convite à partilha, afinal a cozinha é um espaço que costumeiramente só é acessado por quem é convidado. Na logomarca sobressai-se a cor marrom em respeito à corporeidade que predominantemente desenvolvem esse ofício no município: a etnia negra.

Ao fundo do selo foi inserido uma marca d'água com a imagem da igreja São Francisco, com o intuito de facilitar a associação com o município, haja vista esse ser o símbolo mais difundido de São Cristóvão (Figura 27).


Figura 27 – Marca d’água da Praça São Francisco



Fonte: Elaboração própria, 2021

A cor utilizada no selo foi o laranja (Figura 28), visto que, segundo Freitas (2007) essa cor desperta associação afetiva de prazer, tentação e apelação ao apetite, por isso costuma ser muito utilizada em imagens atreladas a comida, bem como por essa simbolizar o flamejar do fogo, elemento base da culinária. Santos (2017) complementa que o laranja é uma cor aromática, sendo tida como a cor da transformação, também atrelada ao instinto materno, ao passo que Favre e November (2006) apontam que se trata de uma cor de sabor doce (Figura 30). No tocante à tipografia, foi adotado no selo a combinação das fontes Modern nº 20 e Century Gothic

Figura 28 - Paleta de Cores: laranja (strong orange)

	Hex triplet	cc7000	#cc7000	CIE-LAB	56.514, 30.488, 63.963
	RGB Decimal	204, 112, 0	rgb(204, 112, ...	XYZ	30.697, 24.428, 3.099
	RGB Percent	80, 43.9, 0	rgb(80%, 43.9...	xyY	0.527, 0.42, 24.428
	CMYK	0, 45, 100, 20		CIE-LCH	56.514, 70.858, 64.515
	HSL	32.9°, 100, 40	hsl(32.9, 100...	CIE-LUV	56.514, 76.615, 53.354
	HSV (or HSB)	32.9°, 100, 80		Hunter-Lab	49.425, 24.369, 30.88
	Web Safe	cc6600	#cc6600	Binary	11001100, 01110000, 00000000

Fonte: colorhexa.com, 2022

A criação da marca e do selo visa conceber uma identidade visual unificada e sólida à culinária do município fortalecendo-a como um diferencial competitivo do destino turístico São Cristóvão/SE, de modo a estimular a percepção do mercado sobre a qualidade, singularidade e

valor agregado dos produtos sob essa seara, aumentando, assim, a credibilidade desses por meio da reconhecida excelência potencializada pelo atendimento à diretrizes do selo.

O selo possui também um QR Code para uso do consumidor, o qual direciona-o para um site onde é possível, não somente, atestar a procedência do produto, como também permitir o acesso e apreensão da dimensão simbólica que perfaz as comidas e bebidas identitárias de São Cristóvão/SE. Propõe-se, portanto, a criação de um site intitulado “Comidas da Cidade Mãe”, o qual deverá apresentar-se como um espaço que agrega imagens, sentidos e valores que compõem a culinária identitária do município, por meio do olhar de seus produtores.

Figura 29 - Site Comidas da Cidade Mãe



Fonte: Luara Lázaro, 2022

Trata-se de um espaço virtual no qual visitantes, residentes e sergipanos, em geral, podem ter acesso a informações sobre a história da comida, os alimentos-base que a compõem, bem como um vislumbre das técnicas e utensílios adotados durante sua preparação.

Acredita-se que essa ferramenta pode servir como instrumento para o setor cultural, assim como para o turismo, ao expressar sobre elementos culinários que são peculiares e se atrelam a um contexto histórico, ambiental e econômico característico do município, servindo como meio para a construção de imaginários sobre o destino turístico, o que impulsiona, portanto, o interesse dos turistas em consumir os produtos e serviços ofertados, inclusive a comida.

No âmbito da cultura, essa ferramenta comunicacional serve como mote para promover o fortalecimento de identidades; valorização dos ofícios atrelados ao sistema alimentar, como beijuzeiras, pescadores, marisqueiras, doceiras e agricultores; salvaguarda dos saberes e fazeres, além de possibilitar o reconhecimento desse patrimônio por parte dos autóctones.

O site “Comidas da Cidade Mãe” deverá conter, na página inicial, informações gerais sobre a culinária identitária do município, além de abas nas quais estarão dispostas informações turísticas sobre São Cristóvão, com foco na sua oferta turística de alimentos e bebidas, bem como janelas específicas para cada uma das comidas aqui delimitadas, a saber: queijadas, bricelets, moqueca na folha, Pisa Macio, pé de moleque de macaxeira, bolachas de goma, beijos, doces e bolos, nas quais essas comidas e bebidas serão melhor detalhadas e apresentadas em suas especificidades.

Para tanto, serão utilizadas fotografias e trechos de narrativas colhidas junto aos produtores das comidas, em união a informações sobre os aspectos histórico-geográficos que inferem na comida, e foram imprescindíveis, para a sua constituição, seja em decorrência dos alimentos-base que a compõe, técnicas de preparo ou utensílios adotados. Almeja-se que, assim como as comidas, os produtores possam, através desse produto tecnológico, alcançar maior visibilidade, contribuindo para a diversificação da oferta de alimentos e bebidas de São Cristóvão, a partir de um foco maior na culinária identitária.

A motivação para criar essa página *web* decorreu da constatação que não existem ferramentas para comunicação sistemática de informações sobre a culinária do destino, cenário que contribui para que esses produtos sejam exclusivamente adotados como lembranças de viagem, mas invisibilizados quando nos detemos aos serviços e atrativos turísticos do município, o que vai de encontro ao panorama mundial, no qual a oferta turística de experiências culinárias progressivamente se expande (Figura 30).

Figura 30 - Comunicação turística Comidas da Cidade Mãe



Fonte: Luara Lázaro, 2022

No mais, diante do fato de muitos produtores não possuírem habilidades com mídias sociais e internet, sobretudo, para a divulgação de seus negócios, esse instrumento poderá auxiliá-los nesse fim. Para tanto, serão disponibilizadas informações que viabilizem a aquisição dos produtos, servindo como um fio condutor para interligar fornecedor e consumidor. Trata-se, portanto, de um instrumento de informação turística e vitrine virtual para a culinária identitária são-cristóvense.

### 8.2.2 Exposição Fotográfica “Mãos da Cidade Mãe”

A proposta para realização da exposição fotográfica “Mãos da Cidade Mãe” surge a fim de enaltecer a produção alimentar de São Cristóvão/SE, a cidade Mãe de Sergipe. Nesse viés, ao sopesar a pluralidade de comidas e bebidas produzidas no município, notabiliza-se, por consequência, a relevância do fator sociocultural nesse processo. Os saberes e fazeres ancestrais do município se manifestam nos sabores cotidianos, os quais encontram-se inseridos nos ambientes das cozinhas familiares.

A concepção de uma exposição fotográfica temporária, parte do pressuposto de que as narrativas audiovisuais apresentam imagens que são incorporadas ao repertório cultural dos sujeitos, propiciando a construção de imaginários. Dito de outro modo, as mostras permitem a constituição de conhecimentos; informam sobre a área representada; despertam o interesse por novas experiências, ao passo em que se valem do viés artístico, cultural e emocional para tal. Nesse sentido, essa iniciativa pretende atestar que toda comida tem história, e na culinária de São Cristóvão, essas encontram-se intrinsecamente atrelada à história de vida de quem as produz.

A proposta aqui apresentada é de gerar o reconhecimento das práticas alimentares concernentes à culinária de São Cristóvão, a partir da valorização das produtoras e dos produtores, ao apreciar os diversos usos dados aos insumos alimentares pelas mãos de quem domina o ofício de transformar matérias-primas em produtos culinários, suscitando novos olhares sobre esse elemento da cultura e da economia, (re)contando seu passado, além de enaltecer os gostos dos habitantes locais e as escolhas, lutas e resistências das(os) praticantes culturais inseridos na cadeia produtiva das comidas e bebidas.

Isto porque, os saberes e fazeres compreendem, desde o ofício da pesca, agricultura e mariscagem, até sua comercialização e consumo. Tais práticas culturais servem como fonte de subsistência para uma parcela expressiva da comunidade local, cujo ofício tem contribuído para a perpetuação desse legado. Diante disso, é seguro afirmar que as comidas e bebidas representativas de São Cristóvão são permeadas por valores que ultrapassam sua materialidade e se amparam em um universo simbólico, mediante o qual estas se singularizam.

Ante a compreensão que as exposições fotográficas têm a premissa de mostrar, de forma lúdica e poética, a interpretação de mundo captada por meio de imagens, esta mostra lança olhares sobre o ordinário, despertando imaginários sobre a cultura alimentar do município. Tais práticas culturais são expressas em seu cotidiano, através do ofício de mulheres e homens que, em muitos momentos, são invisibilizados em suas potencialidades e habilidades.

O olhar fotográfico contemplado na exposição buscou apresentar a complexidade que há em volta dos cotidianos, exaltando o papel das(os) praticantes culturais nesse contexto. Posto isto, a prerrogativa foi em focar o olhar para as mãos que fazem e contam a narrativa de suas vivências, experiências e ancestralidades, trazendo memórias culinárias afetivas e identitárias do município. A partir dessas, é possível enxergar histórias de vida, corporeidades, organização social do trabalho, lutas e conquistas.



Desta feita, a exposição temporária aqui proposta, pretende dar visibilidade às comidas produzidas em São Cristóvão/SE que detêm elevado valor histórico, simbólico e social para o município, enaltecendo suas produtoras e produtores que constroem e promovem as identidades culturais sancristovenses. Destacam-se ainda, as relações destas e destes com as receitas que, em sua grande maioria, foram transmitidas hereditariamente e são meios de existência e resistência. Essa prerrogativa instigou a escolha do nome da exposição: Mãos da Cidade Mãe.

Por meio da identificação e promoção das comidas e bebidas com representação identitária do município, é oportunizado que as(os) turistas tenham acesso à diversidade alimentar de São Cristóvão/SE, sendo apresentadas(os) aos aspectos que tornam este patrimônio cultural imaterial tão singular, nesse caso, os sentidos provenientes do capital humano. Em vista disso, a referida exposição fotográfica terá como objetivo geral: promover a culinária enquanto bem cultural de São Cristóvão/SE, a partir da representação identitária de saberes e fazeres originários dos pequenos produtores de comidas e bebidas, agricultores, marisqueiras, pescadores e comerciantes.

Como objetivos específicos, a exposição pretende:

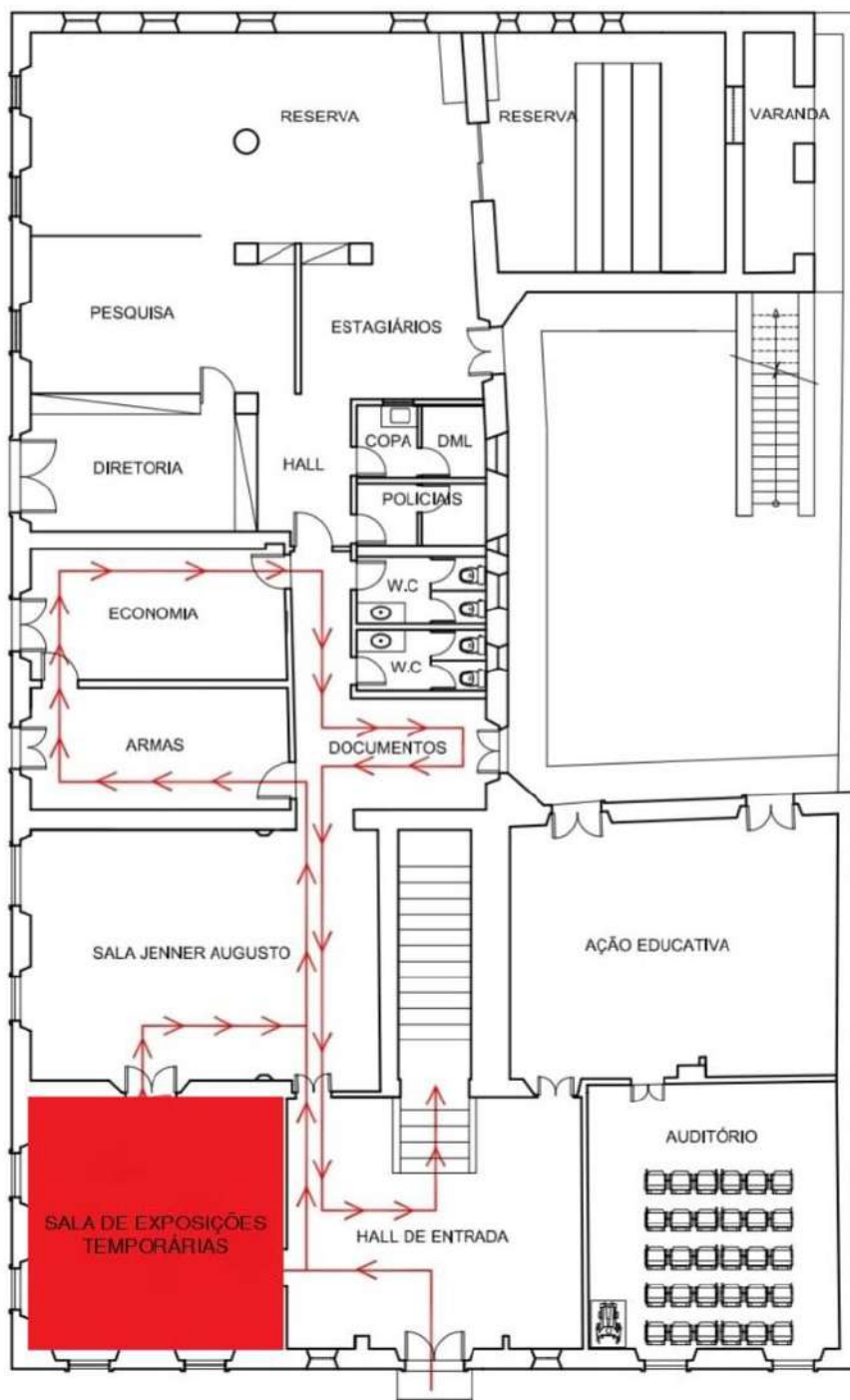
- Suscitar o estímulo à valorização da culinária são-cristovense enquanto elemento cultural e instrumento para inclusão produtiva, geração de renda e desenvolvimento local;
- Dar visibilidade aos atores sociais da cadeia produtiva de comidas e bebidas representativas de São Cristóvão/SE;
- Oportunizar o fortalecimento das identidades são-cristovenses por meio da culinária identitária praticada no município.

Para que a exposição fotográfica “Mãos da Cidade Mãe” transcorra de modo a atingir os objetivos para os quais foi concebida, assim como suscitar ações para impulsionar o valor simbólico da culinária identitária, serão dispostas fotografias que referenciem a todo o processo de produção da comida, desde a obtenção da matéria-prima até sua comercialização. Conforme já apontado, serão destacadas as mãos das(os) produtoras(es) para ressaltar o fator humano que é invisibilizado no produto, mas é indissociável nesse processo.

Propõe-se que a exposição fotográfica ocorra na sala de exposições temporárias do Museu Histórico de Sergipe (Figura 31), localizado na Praça São Francisco, no município de São Cristóvão/SE, mas essa pode ser adaptada para realização em qualquer espaço museal. No espaço delimitado para a exposição, propõe-se a reprodução de uma cozinha, com

características interioranas, com vistas a tornar o ambiente mais íntimo e aconchegante em clara alusão ao espaço onde a culinária identitária são-cristóvense existe e resiste: as cozinhas familiares.

Figura 31 – Planta baixa do Museu Histórico de Sergipe



Fonte: Adaptado de Museu Histórico de Sergipe, 2022



Para tanto, serão empregados utensílios culinários usados no cotidiano social, a exemplo de peneiras, raladores de coco, colheres de pau, bacias, formas de beiju, máquina de bricelet, assadeiras, pires utilizados na confecção de queijadas, além da referência aos insumos usados nessas preparações. No mais, serão utilizados elementos que se vinculam ao dia a dia nesse espaço que é o coração da casa de muitos produtores: filtro e panela de barro, calendário, dentre outros.

A exposição será composta por 19 fotografias, as quais estarão dispostas em painéis fotográficos feitos de material PVC, com espessura de 2mm e impressão UV direto na superfície, medindo 40x50cm (6 fotos) e 60x80cm (13 fotos), de direção vertical ou horizontal, a depender da fotografia. Será adotado 01 pôster fotográfico de tamanho 80x100cm na entrada da exposição, além de um banner contendo a ficha técnica da mostra, com tamanho 60x160cm. Na parte inferior de cada fotografia estará disposta sua ficha técnica, contendo informações sobre título, descrição, autoria e ano da imagem.

Com o intuito de disponibilizar aos visitantes maiores informações sobre a história dessas comidas e dar maior protagonismo a produtoras(es) do município, serão reproduzidas mídias auditivas contendo suas vozes dissertando sobre sentimentos, vivências, memórias que se encontram atrelados a comida e são invisibilizados no processo de comercialização e consumo, já que não existem instrumentos e experiências turísticas no município que permitam ao comensal apreendê-los.

Algumas frases significativas, que evocam ancestralidade, resistência, lutas e conquistas, serão dispostas no ambiente, a fim de reforçar o papel dessas comidas na vida de quem as produz e quão atreladas elas estão com as histórias de vida desses sujeitos. À vista disso, sugere-se a utilização das seguintes frases: “Tudo o que tenho é graças ao beiju”; “O forno é meu marido”; “A varinha [de catar mariscos] é meu lápis”; “Queria que minha mãe e vó tivessem aqui para ver aonde cheguei com a queijada”.

A exposição contará ainda, com um encarte contendo o programa da mostra (Figura 32), a fim de apresentar todas as obras e fornecer maiores informações sobre elas para os visitantes. Assim, além de constar as fotografias contempladas, esse encarte também procura estimular os visitantes, por meio de narrativas, a mergulhar no universo simbólico das comidas da Cidade Mãe, sobretudo considerando o viés sociocultural da alimentação, manifestado por meio dos autóctones inseridos nesse processo. Cumpre salientar que, as próprias fotografias figuram como logomarca da exposição.

Figura 32 – Capa do programa da exposição



Fonte: Elaboração própria, 2022

Este foi elaborado pela própria pesquisadora a partir das informações constantes no projeto da exposição (Apêndice B), o qual foi estruturado com base em conversas prévias com representantes da FUMCTUR e do MHS. A partir desse contato foi concebida a ideia de criar uma exposição fotográfica que apresentasse aos visitantes e residentes a diversidade e relevância da culinária identitária do município, respeitando as narrativas e representações culturais dos produtores a respeito desse legado.

O programa é composto por 4 partes, a saber: Apresentação, onde é salientado que a exposição é resultado desta pesquisa; Visão Geral da Exposição, onde é exibido um texto sobre a pesquisa e o encontro com as comidas e bebidas identitárias de São Cristóvão e seus produtores, bem como o impacto gerado por essa experiência; em seguida, são apresentados os 4 núcleos temáticos com as respectivas fotografias e narrativas; finalizando com um poema de mesmo nome da exposição “Mãos da Cidade Mãe” (Apêndice A).

Para tanto, conforme salientado anteriormente, buscou-se criar um espaço aconchegante e “vivo”, no qual todos os sentidos são estimulados, assim como é inerente à culinária e os processos que a contemplam. Logo, além do uso das fotografias foram inseridos elementos cênicos, bem como utensílios empregados pelos produtores com vistas a ampliar a percepção sobre o universo culinário são-cristóvense, o qual perpassa a comida e se vincula a fé, modo de vida, aspectos do território, dentre outros.

Estes foram distribuídos pelas paredes do espaço, considerando o fator estético e funcional, uma vez que oportunizam a utilização efetiva dos espaços defronte às janelas, as quais costumeiramente não são abertas. Localizado à esquerda da porta de entrada da exposição, está o núcleo temático 1, no qual serão inseridas placas de pvc plotadas em preto, as quais estarão suspensas e nelas serão dispostas folha de bananeira, muito utilizada em algumas comidas como pé de moleque, beiju molhado e moqueca na folha; e peneiras, utensílio usado na maioria dos preparos culinários (Figura 33).

Figura 33 – Visão panorâmica do núcleo temático 1



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

No núcleo temático 2, adotando o sentido horário, serão inseridos as formas que fazem beiju, raladores e panelas, além de outros elementos encontrados nas cozinhas visitadas durante a pesquisa (Figura 34): filtros de barro, potes com insumos, calendários, dentre outros elementos. No meio da sala, será inserida uma mesa contendo bacias, potes, colheres de pau, panelas de barro, nos quais estarão dispostos insumos não perecíveis como coco seco, farinha de mandioca e açúcar para representar os alimentos-base da culinária são-cristóvense (Figura 35).

Figura 34 – Visão panorâmica do núcleo temático 2



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

Figura 35 – Visão vertical da exposição, com foco na mesa central

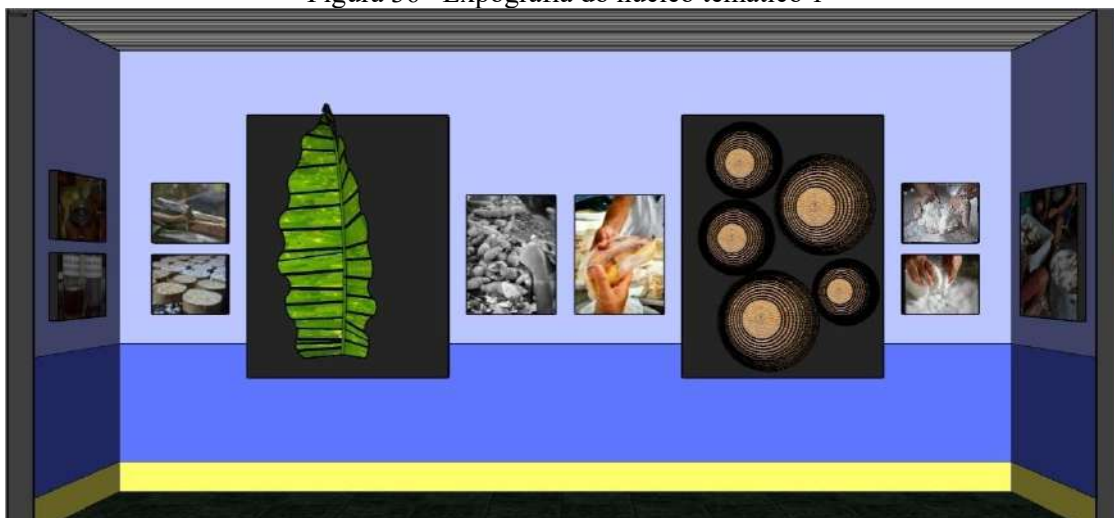


Fonte: Alysson Rodrigues, 2022



A expografia das imagens foi delimitada a partir de quatro alimentos-base: núcleo temático 1 – mandioca, núcleo temático 2 – coco, núcleo temático 3 – mariscos e peixes, núcleo temático 4 – açúcar. Diante disso, sugere-se que no núcleo temático 1 sejam inseridas fotografias que remetam ao processo de plantação e colheita do alimento-base, nesse caso, a mandioca, assim como preparo e comercialização da comida dele proveniente. No mais, serão inseridas imagens de produtos feitos com esse insumo, a saber: pé de moleque de macaxeira e beijus (Figura 36).

Figura 36– Expografia do núcleo temático 1



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

Propõe-se que no núcleo temático 2 sejam expostas fotografias atreladas ao uso do coco na culinária são-cristóvense, desde a quebra do coco, passando por sua ralação e inserção em receitas, aqui contempladas as bolachinhas de goma e queijadas (Figura 37).

Figura 37 – Expografia do núcleo temático 2



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

No núcleo temático supracitado, destacam-se ainda as frases ditas por produtoras (es) acerca da sua relação com a comida e a relevância destes em sua história de vida. É buscado, com essa ação, reforçar a importância do fator humano no processo de alimentação, em todas as etapas, com foco no potencial da comida como vetor de subsistência, a partir da geração de renda e inclusão produtiva (Figura 38), bem como fonte de memórias, afetividade, empoderamento (Figura 39).

Figura 38 – Frases dos produtores sobre a comida como vetor de subsistência



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

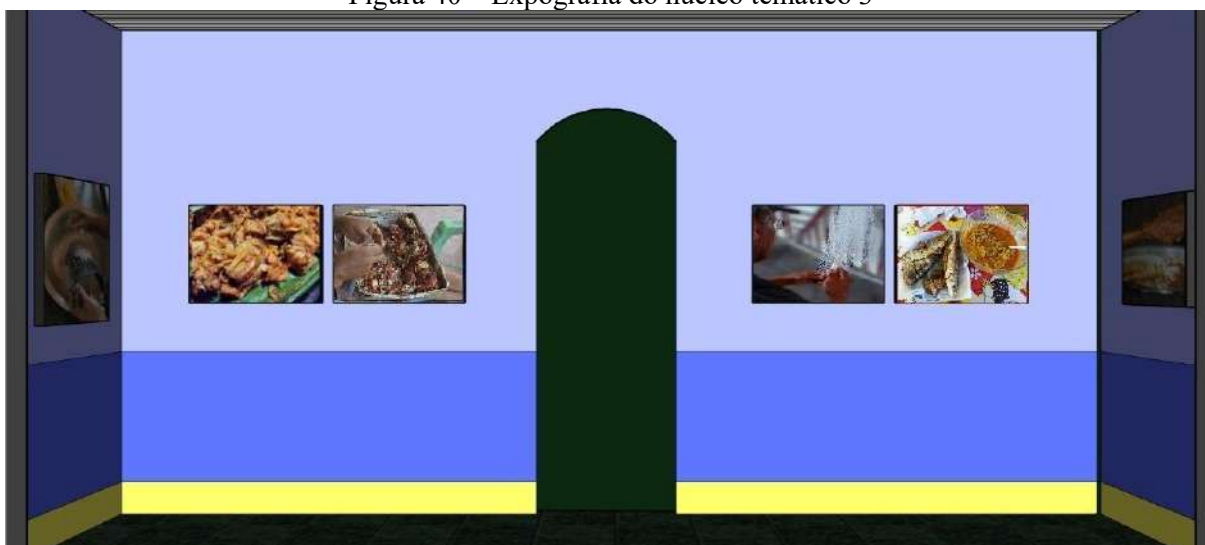
Figura 39 – Frases dos produtores sobre empoderamento e afetividade



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

O núcleo temático 3 contempla os pescados, entre peixes e mariscos, os quais são a base da alimentação de grande parcela da população local, bem como insumo decorrente da atividade produtiva de muitos são-cristóvenses. As imagens selecionadas para essa composição contemplam a pesca tradicional e a mariscagem, com foco na mão de quem a exerce. Como produto culinário proveniente do uso desse insumo tem-se a moqueca de aratu na folha de patioba e a tainha frita (Figura 40).

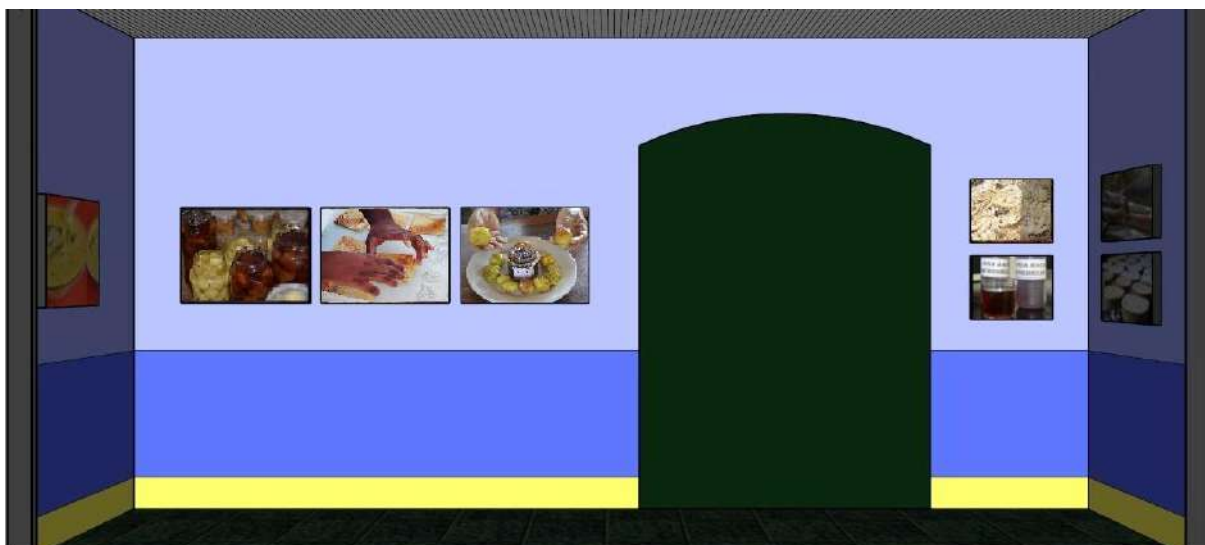
Figura 40 – Expografia do núcleo temático 3



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

Por fim, o núcleo temático 4 compreende a tradição doceira do município. Tendo por insumo o açúcar (Figura 41), as fotografias aqui inclusas retratam o legado culinário do ciclo do açúcar no município, o qual é representado pelos doces em calda e mãozinhas de jenipapo do povoado Cabrita, os famosos bricelets produzidos na Cidade Alta e o doce de mangaba do Caípe Velho. No mais, é inserida a cachaça Pisa Macio, bebida mais popular e tradicional de São Cristóvão que possui forte apelo popular no período do Festival de Artes de São Cristóvão.

Figura 41 – Expografia do núcleo temático 4



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

Sugere-se que a exposição tenha duração mínima de 1 mês, e seja organizada para atender a população sergipana, residentes, estudantes, pesquisadoras(es), *trade* turístico e demais interessados na temática aqui proposta. Durante a cerimônia de abertura da exposição, propõe-se que os convidados recebam um kit contendo amostras para degustação das comidas e bebidas com representação identitária de São Cristóvão, a saber: a) Queijada; b) Bricelets; c) Bolachinha de goma; d) Moqueca de aratu na folha; e) Pé de moleque de macaxeira; f) Beiju; g) Doces; h) Bolos; e, i) Pisa Macio.

Essa iniciativa visa contribuir para fomentar renda aos autóctones, bem como propiciar a oferta de uma degustação da culinária identitária de São Cristóvão, a fim de que essa experiência possa tornar-se memorável ao despertar todos os sentidos humanos e fortalecer a criação de imagens e imaginários sobre as comidas e bebidas do município, inspirando seu interesse e, posterior consumo pelo turista.

Os kits serão distribuídos para os participantes da cerimônia de abertura da exposição, sendo apresentados em sacolas kraft, com alça. Neles conterão as comidas e bebidas representadas nas fotografias da exposição, as quais serão adquiridas diretamente de seus produtores ou produtoras. A prioridade, nesse processo, será concedida aos produtos que forem contemplados com a concessão do selo “Comidas a Cidade Mãe”, outorgado pela Fundação Municipal de Turismo “João Bebe Água”, mediante o cumprimento de princípios e diretrizes estabelecidos.

Dentre estes, destaca-se a premissa de que os produtos devem conter rótulo com marca distintiva para identificar o(a) produtor/produtora da comida e/ou bebida, além de informações como data de fabricação (ou lote), vencimento e ingredientes, visto serem informações



obrigatórias a constarem em qualquer comida, inclusive as artesanais, conforme norma da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), a RDC nº 259/2002. Em cada kit haverá um item de cada um dos produtos supracitados.

Por fim, os visitantes da exposição serão contemplados com um postal (Figura 42) de alguma das fotografias expostas como *souvenir* da experiência e material promocional da culinária do destino, estimulando-os a conhecer e experimentar os sabores que compõem a Cidade Mãe de Sergipe (Apêndice C). À vista disso, foram inseridas, na face frontal do postal, frases de incentivo ao consumo da culinária são-cristóvense, ao passo que na face posterior foram incorporados a identificação do destino, a logomarca da iniciativa e o *QR Code* disposto no selo de procedência.

Figura 42 – Postal entregue na exposição: (A) Frente; (B) Verso





Fonte: Elaboração própria, 2022

O postal foi elaborado pela própria pesquisadora, o qual foi idealizado durante reuniões dos consultores da exposição, como forma de instituir uma fonte de memória da experiência vivenciada durante a exposição, além de servir como souvenir e material de comunicação turística, haja vista que, através do QR Code nele disponível, é possibilitado o acesso a informações sobre cada uma das comidas e bebidas identitárias de São Cristóvão que foram contempladas nesta pesquisa, bem como as histórias de vida de seus produtores.



Extração manual do leite de coco – Centro Histórico, São Cristóvão/SE.  
Fonte: Cecília Paes (2022).



## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS: INTERCAMBIANDO SENTIDOS

Após a construção e difusão de conhecimentos acerca da culinária são-cristovense, constatou-se que as identidades alimentares do município são plurais e se distinguem, inclusive, dentre indivíduos de um mesmo grupo social, mas, em geral, encontram-se atreladas a aspectos correlacionados à história e demais elementos endógenos do município. Reconhecer essa pluralidade é oportunizar que os indivíduos expliquem sobre suas vivências e sentidos construídos no cotidiano.

Assim, a partir das perguntas norteadoras dessa pesquisa, percebeu-se que a culinária identitária de São Cristóvão é resultado de um processo de miscigenação, entre portugueses, ameríndios e africanos escravizados, bem como a influência da cultura do açúcar e de aspectos provenientes da territorialidade. Nesse sentido, comidas como queijada, bricelet, bolacha de goma, pisa macio, moqueca na folha, beijus, doces em calda, dentre outros, transportam o comensal para espaços e tempos ancestrais, que se concretizam no momento presente.

Por conseguinte, trazendo essa realidade para o turismo, é indispensável oportunizar ao visitante dos destinos turísticos, o acesso aos sentidos construídos habitualmente pelos autóctones, a fim de possibilitar que este experencie os elementos simbólicos que tornam esses territórios singulares. Essa dimensão é responsável por construir as identidades alimentares de São Cristóvão, vez que referencia a hábitos e práticas alimentares que se perpetuam por meio das memórias gustativas.

Nesse viés, a problemática que motivou essa pesquisa encontra-se atrelada ao modo como essas comidas identitárias são promovidas pelos instrumentos de informação e comunicação turística, que de modo geral, pouco explana sobre seu real valor. A partir disso, essa pesquisa buscou propor a elaboração de instrumentos para comunicação turística das representações, identidades alimentares e memórias gustativas da culinária são-cristovense, cuja empreitada atingiu os objetivos elencados e para tanto, priorizou o aspecto humano da cadeia produtiva alimentícia, que se encontra representada pelo seu produtor.

Uma vez que os turistas contemporâneos valorizam a cultura local em suas variadas manifestações e respaldam os deslocamentos na expectativa de vivenciar os destinos, este perfil de consumidor pode propiciar a valorização dos variados aspectos culturais distintivos de São Cristóvão/SE, além de possibilitar o fomento de benefícios socioeconômicos para as atuais e futuras gerações. Isto porque, ao priorizar o consumo de produtos culinários produzidos pelos residentes é incentivado o desenvolvimento local e possibilitado que as divisas sejam retidas na

localidade, ocasionando assim ganhos reais à comunidade produtora e a perpetuação do patrimônio cultural imaterial.

Sob o olhar acadêmico, essa pesquisa contribuirá para instigar maiores discussões acerca do viés socioantropológico da comida sergipana, podendo estimular a ocorrência de estudos nessa seara em outros municípios do estado, assim como a ampliação de levantamentos sobre temas emergentes no turismo. Além destas, tenciona-se com esta pesquisa possibilitar o apontamento de ações estratégicas para o alcance das metas dispostas no Plano de Desenvolvimento do Turismo em São Cristóvão - período 2019 a 2029, a partir de inventários turísticos e outros projetos para esse fim. Não existir um banco de dados invisibiliza esses atores sociais para as políticas públicas desenvolvidas no município.

Por esse turno, percorrer o município de São Cristóvão/SE em busca de sabores, saberes e fazeres que despertam o senso de pertencimento nos residentes configurou-se em uma viagem pela história, através do legado dos ameríndios, africanos e europeus; tornou-se também um banquete para os sentidos, diante dos diferentes insumos e modos de usá-los. Além do que, tais alimentos apresentam novas texturas, cheiros, sabores e estéticas, que propiciam uma aproximação à terra, ao mangue e ao rio, a partir do ofício de marisqueiras, pescadores, agricultores familiares e produtores de comidas e bebidas.

Assim, durante essa caminhada, observou-se a predominância de mulheres fortes, pardas e negras, determinadas e corajosas. Matriarcas que perpetuaram os saberes/fazeres que lhes foram repassados hereditariamente e desempenhados desde a infância, assim como aqueles apreendidos com vizinhas e amigas. Receitas ancestrais que transpassam séculos de luta, resistência e sobrevivência. Com estas comidas e bebidas, filhos e netos foram criados, sonhos foram realizados, dificuldades foram superadas. A comida trouxe para elas meios para sustentar, batalhar, partilhar, alimentar, comer.

Ao longo desta pesquisa, experimentou-se a culinária de São Cristóvão/SE de forma tal que se revelou uma trajetória, a qual perpassou aspectos socioantropológicos do município, com início na Cidade Alta, onde encontra-se a sua doceira mais conhecida, com suas queijadas e doces e sua ancestralidade. Nesta caminhada pela culinária, chegou-se até a amável quituteira, V.G, com seu sorriso fácil e orgulho por ser detentora do ofício de saber/fazer bricelet. Descendo ladeiras, encontrou-se C. S. e C.R, produtoras da bebida Pisa Macio, cachaça típica do município, cuja receita é guardada, como um tesouro, a sete chaves.

Durante a caminhada, foi possível sair da Cidade Alta e percorrer novos destinos, como o aprazível povoado Caípe Velho, onde C.V, com sua proza fácil e produção de licores, geleia

e doce de mangaba, convidou a se permanecer um pouco mais do que a pesquisa requisitou. Já na Cabrita, os caminhos levaram a S.L e T.S, duas doceiras “de mão cheia”, da mesma família, com seus doces em calda que enchiam os olhos e o paladar. Ainda nesse caminho em busca de se encontrar novos sabores, saberes e fazeres, andou-se bastante, até se alcançar o Assentamento Rosa Luxemburgo. Lá, M.G. se vale do alimento por ela plantado, para produzir bolos e pães dos mais deliciosos.;

Nesse interim, a jornada percorreu as comunidades ribeirinhas de São Cristóvão, iniciando-se nas Pedreiras, cuja principal representante, M.V, beijuzeira, inspirou, através do seu ofício, a atividade produtiva de toda a família. Uma particularidade observada nesta visita, foi a presença de homens produzindo diversos tipos de alimentos, cada um com sua própria função, como numa orquestração de sabores. Bem próximo a essa fabriqueta de beijos, foi possível conhecer M.P, marisqueira acanhada desse povoado, que perpetua uma receita de família aprendida na infância: o surpreendente e saboroso pé de moleque de macaxeira. Atravessando o Rio Vaza-Barris, chegou-se até M.A, baluarte das culturas populares na Ilha Grande, a qual mantém múltiplos saberes e fazeres culinários vivos, dentre eles suas saborosas queijadinhas. Por fim, já na reta final da pesquisa, descobriu-se C. O, a marisqueira do povoado Tinharé, que cata, quebra e cozinha o aratu, fazendo uma deliciosa moqueca de aratu na folha de patioba. Uma produtora artesanal que se difere por ainda não ter a consciência de quão relevante seria o alimento por ela produzido

No decorrer dessa pesquisa de campo, foi possível vivenciar experiências, as quais elevaram essas comidas e bebidas a outro patamar, visto que se teve a compreensão de que as comidas expressam as vivências de quem os produz, além de servir como suporte para que essas mulheres lutem e resistam às intempéries da vida. Percebeu-se, também, que a presença masculina nesse meio, é mínima, com foco maior na quebra do coco, cabendo às mulheres o ofício de cozinhar. Mulheres essas que são, sobretudo, negras, viúvas ou divorciadas, as quais têm no alimento fonte principal ou complementar de renda.

Além disso, observou-se técnicas e conhecimentos ancestrais que se perpetuam em uma produção essencialmente artesanal. Foram vistas mãos calejadas e cortadas pelo ofício da cozinha, da maré ou da enxada. Nelas a pesquisadora se enxergou, em meio às similaridades, mas, sobretudo, às diferenças. Delas foram ouvidas histórias sobre uma ancestralidade que a pesquisadora pouco conhecia, apesar de lhe ser comum. Escutou-se sobre suas vivências, foram vistas algumas de suas angústias, foram-lhe apresentadas situações que muito diferem do mundo em que ela vive, mas não das mulheres que vieram antes dela própria. Nessas mulheres

viu-se força, beleza, coragem, orgulho, sendo possível sentir, ao degustar as comidas produzidas por suas mãos, que, também, muitas dessas lutas são ingeridas, assim como as resistências e a ancestralidade.

Por fim, pode-se inferir que ao consumir uma porção da comida produzida por essas mulheres, muitas vezes, invisibilizadas, o indivíduo também se alimenta simbolicamente de quem as produz. Em outras palavras, aquela comida carrega significados que não são percebidos, por quem não as ouve e/ou não experiencia seus processos produtivos. Ante o contato com as alteridades, pode-se afirmar que esta experiência permite ao turista se enxergar, ver em si potencialidades e habilidades, coragem e beleza, enfim, reconhecer-se. Não é isso que muitos turistas buscam? A partir do conhecimento dessas realidades e as representações socialmente construídas por estas produtoras, é oportunizado ao visitante o contato real com as identidades alimentares são-cristóvenses, o que permite a ele constatar a vivacidade de São Cristóvão/SE e a variedade de sentidos presentes no município que se perdem suplantados pelo consumo do material. Ao final dessa pesquisa restou a certeza de que tão importante quanto os sabores é o lado humano do município e todo o simbolismo que o circunda. Toda comida tem história e muitas dessas narrativas construídas ao longo do espaço tempo, perpetuam-se na memória afetiva de quem as produz. E São Cristóvão/SE tem muita estória para contar.

Nesta pesquisa, não se concebe São Cristóvão como um destino com potencialidade definida para o turismo gastronômico, no qual as comidas e bebidas são tidas como motivação principal para o deslocamento turístico. Entretanto, vislumbra-se que o município pode fomentar o desenvolvimento desse elemento cultural para unir-se à oferta do patrimônio material e da religiosidade, a fim de fortalecer a marca do destino São Cristóvão como destino turístico cultural, em toda sua diversidade de crenças, cores, ritmos e sabores.

No cerne da realidade investigada, almeja-se que esta pesquisa, através do apoio à interiorização dos benefícios provenientes do turismo, possa ajudar no fomento ao empreendedorismo na base local, além de agregar aos bens produzidos em pequena escala, o valor dos aspectos simbólicos e significantes a eles atrelados, o que pode propiciar, nos participantes da pesquisa, o fortalecimento do sentimento de pertença, empoderamento e outros benefícios socioeconômicos.

Esta pesquisa ainda visa contribuir com a academia ao levantar discussões sobre a temática aqui estudada no município de São Cristóvão/SE, a fim de impulsionar a ocorrência de mais estudos sobre a relação entre culinária e turismo no estado de Sergipe como um todo. O rico patrimônio alimentar de Sergipe propicia o uso da culinária para fins turísticos, seja na

oferta de pratos com insumos ou receitas locais, seja como protagonista em produtos turísticos, a exemplo de eventos, rotas e roteiros gastronômicos, ou seja, como atração turística em outros segmentos do setor.

Outrossim, este estudo pretende dar bases para nortear alguns desses caminhos, de modo a fortalecer a relevância da gastronomia como motivação de viagem no estado e, por conseguinte, o papel da culinária identitária nesse contexto. Posto isto, os produtores artesanais de comidas e bebidas representativas assumem importância basilar, não somente como força de trabalho, mas, sobretudo, pelos saberes e fazeres perpetuados em seus ofícios e os sentidos por eles criados e transmitidos por meio do material, nesse caso, a comida.

Com o intuito de possibilitar maior valorização a esses atores sociais, seus ofícios e produtos, bem como a difusão dos significados por eles concedidos à culinária identitária, a qual perpassa por suas identidades alimentares e memórias gustativas, foram criados, no cerne desse trabalho, dois produtos técnico-tecnológicos para tal fim: uma exposição fotográfica e um selo para os produtos culinários representativos. A partir dos levantamentos de dados e discussões aqui empreendidas constatou-se que toda comida tem história, mormente, histórias de vida.



## REFERÊNCIAS

- AZAMBUJA, L. Qual a Sua Lembrança Gastronômica? **RIBEH**, [s.l], v. 01, n. 01, p.200-226, ago-dez/2018.
- AZEVEDO, D. S. **Turismo, Patrimônio e Identidades Consumo**: construindo sergipanidades. 2014. 291 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão.
- AZEVEDO, E. A.; SILVEIRA, F. A. A Gastronomia como Elemento do Produto Turístico – caminhos possíveis para a diversificação da oferta turística em São Cristóvão - SE. **Ponta de Lança: Revista Eletrônica de História, Memória & Cultura**, São Cristóvão, v. 10, n. 19, p. 73-91, jun.-dez. 2016.
- BAUMAN, Z. **Ensaio sobre o Conceito de Cultura**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- \_\_\_\_\_. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- BEDIM, B. P.; PAULA, H. E. "Relatos Visitados": história oral e pesquisa em turismo e hospitalidade - considerações teórico-metodológicas. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, p. 63-77. 2007.
- BENVEGNÚ, V.C.; MANRIQUE, D. Colonialidade alimentar? Alguns apontamentos para reflexão. **Mundo Amazônico**, v. 11, n. 1, p. 39-56, 2020.
- BENI, M. C. Saturação e Rejeição ao Turismo nas Destinações Turísticas. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, v. 14, n. 2, mai.-ago. 2020.
- BOTELHO, I. Dimensões da cultura e políticas públicas. **Revista São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 73-83, abr./jun. 2001.
- BRITO, I. A. **Cluster gastronômico do sertão**: inovação socioeconômica na rota do cangaço. 2017. 243f. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) – Programa de Pós-graduação de Mestrado Profissional em Turismo, Instituto Federal de Sergipe, Aracaju.
- CARDOSO, D. *et al.* Espacialidades e ressonâncias do patrimônio cultural: reflexões sobre identidade e pertencimento. **Revista de Geografia e Ordenamento do Território**, Porto, n. 11, p. 83-98, jun. 2017.
- CARNEIRO, E.; OLIVEIRA, S. A.; CARVALHO, K. D. Turismo Cultural e Sustentabilidade: uma relação possível?. **Revista Eletrônica de Turismo Cultural**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 4-22, jan./jun. 2010.
- CASCUDO, C. L. **História da alimentação no Brasil**. São Paulo: Global; 2004.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CORDEIRO, A. F. O. **Tradição em transformação**: representações sociais de tradição em associações culturais. 2012. 119 f. Dissertação (Mestrado em Educação Social e Intervenção Comunitária) – Escola Superior de Educação Lisboa, Instituto Politécnico de Lisboa, 2012.

CORDEIRO, A. M. *et al.* Revisão Sistemática: uma revisão narrativa. **Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgiões**, Rio de Janeiro, v. 34, n. 6, p. 428-431, nov.-dez. 2007.

COSTA, S. S. P. **A Relação entre a Culinária do Açúcar e o Turismo em São Cristóvão - SE**. 2014. 84 p. Monografia. (Bacharelado em Turismo) – Núcleo em Turismo. Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão.

COSTA, M. J. R.; SOUZA, S. P.; ALVES, L. A. C. **Turismo de Base Comunitária: um estudo de caso em Ilha Grande, no município de São Cristóvão**. In: ENCONTRO DE TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA E ECONOMIA SOLIDÁRIA, 6, 2016, Salvador. Anais..., Salvador, Universidade Estadual da Bahia, p. 1-12, 2016.

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: Edusc, 2012.

DAMATTA R. **La cultura de la mesa em Brasil**. Madri: UNESCO, 1984.

DELGADO, L. A. N. História Oral e Narrativa: tempo, memória e identidades. **Revista da Associação Brasileira de História Oral**, Rio de Janeiro, n. 6, p.9-25. 2003.

FLANDRIN J. L, MONTANARI M, organizadores. **História da alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIMENES, M. H. S. G. O Uso Turístico das Comidas Tradicionais: algumas reflexões a partir do Barreado, prato típico do litoral paranaense (Brasil). **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 2, n. 1, p. 8-24, abr. 2009.

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: III Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, IV Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo- Anptur, Semintur/ Anptur, Caxias do Sul.

GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. Introdução. In: GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (org.). **Textos em representações sociais**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2008, p. 17-25.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

\_\_\_\_\_. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio; Apicuri, 2016.

\_\_\_\_\_. Quem precisa da identidade?. In: SILVA, T. T. (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 2012, p. 103-133.

\_\_\_\_\_. **Da diáspora** – identidades e mediações. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

JESUS, L. A. **O Modo do Saber/Fazer Beiju em São Cristóvão - SE**. 2016. 90 f. Monografia (Bacharelado em Turismo) – Núcleo de Turismo, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão.

JODELET, D. Représentations sociales: un domaine en expansion. In: JODELET, D. (ed.) **Les représentations sociales**, Paris: Presses Universitaires de France, 1989, p. 134-156.

KRIPKA, R. M. L.; SCHELLER, M.; BONOTTO, D. L. Pesquisa Documental na Pesquisa Qualitativa. **Revista de Investigaciones UNAD**, Bogotá, v. 14, n. 2, p. 55-73, jul.-dez. 2015.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LEAL, R. E. S.; ARAGÃO, I. R. 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. 2012.

LEAL, R. E. S.; MOURA, A. C.; COSTA, S. S. P. **A doçaria como Fator de Atratividade Turística, Inclusão Social e Reforço Identitário: o caso do município de São Cristóvão - SE**. In: Anais do 1º Seminário Turismo e Geografia. Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão: 2010.

LIBERATO, M. M. **Planejamento e Gestão do Turismo de São Cristóvão/SE** – Proposta do Plano de Desenvolvimento Turístico do Município. 2019. 165 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) – Programa de Pós-graduação de Mestrado Profissional em Turismo, Instituto Federal de Sergipe, Aracaju.

LIMA, D. T. **Temporada Gastronômica Sergipanidades: Sabores da Hospitalidade**. 2018. 117f. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) – Programa de Pós-graduação de Mestrado Profissional em Turismo, Instituto Federal de Sergipe, Aracaju.

MACIEL, M. E. Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? **Horiz. Antropol**, [s.l], v. 7, n. 16, p.145-156. 2005.

MANHÃES, M. C.; ESTEVES, J. R. O turismo cultural, territorialidade e cultura local da comunidade pesqueira artesanal de Arraial do Cabo. **Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR**, Penedo, v. 9, p. 114-122, mar. 2019.

MARUJO, N. A Pesquisa em Turismo: reflexões sobre as abordagens qualitativa e quantitativa. **Turydes – Revista de Investigación em Turismo y Desarrollo Local**, Malaga, v. 6, n. 14, p. 1-16, jun. 2013.

MARUJO, N. O Estudo de Caso na Pesquisa de Campo: uma abordagem metodológica. **Turismo: Estudos & Práticas**, Mossoró, v. 5, n. 1, p. 113-128, jan.-jun. 2016.

MAZARO, R. Conocimiento Científico em Ciencias Sociales y Proposición de Modelos em Turismo. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 22, n. 3, p. 561-578, dez. 2011.

MEDEIROS, M. L.; PASSADOR, J. L.; BECHELENI, D. G. A Fenomenologia e a Pesquisa em Turismo: reflexões para aplicação com base no turismo gastronômico. **Turismo – Visão e Ação**, Blumenau, v. 13, n. 1, p. 20-34, jan.-abr. 2011.

MELLO, J. C. Doces Tentações: uma história da indicação geográfica como direito de propriedade intelectual na cultura alimentar lusobrasileira. **Revista de Propriedade Intelectual – Direito Contemporâneo e Constituição**, Aracaju, v. 10, n. 1, p. 149-166, fev. 2016.

MINAYO, M. C. S. O Desafio da Pesquisa Social. In: MINAYO, M. C. S.; GOMES, S. F. D. R. (orgs.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 27. ed. Petrópolis: Vozes, 2008a. p. 9-29.

MINAYO, M. C. S. **O Desafio do Conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 11. ed. São Paulo: Editora Hucitec, 2008b.

MOESCH, M. M. Dimensão Social. In: BENI, M. C. (org). **Turismo, Planejamento Estratégico e Capacidade de Gestão: desenvolvimento regional, rede de produção e clusters**. Barueri: Manole, 2012, p. 235-256.

MOSCOVICI, S. Des représentations collectives aux représentations sociales: éléments pour une histoire. In: JODELET, D. (ed.). **Les représentations sociales**, Paris: Presses Universitaires de France, 1989, p. 256-289.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: editora SENAC São Paulo, 2008.

MULLER, S. G. **Patrimônio Cultural Gastronômico: identificação, sistematização e disseminação dos saberes e fazeres tradicionais**. 2012. 288 f. Tese (Doutorado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) – Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

MUNANGA, Kabengele. As ambiguidades do racismo à brasileira. In: KON, Noemi Moritz; SILVA, Maria Lúcia da Silva; ABUD, Cristiane Curi (orgs.). **O racismo e o negro no Brasil: questões para a Psicanálise**. São Paulo: Perspectiva, 2017, pp. 33-43.

NITSCHKE, L. B. **Um Estudo Fenomenológico de Turismo**. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 4, 2007. Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo, 2007. p. 1-14

NOGUEIRA, Carla Maria Ferreira. **Pertencimento Identitário: as relações em torno do patrimônio Bate Folha**. In: Anais... XVII enecult – encontro de estudos interdisciplinares em cultura. 27 a 30 de julho de 2021, Salvador, UFBA, p. 1-10.

NOGUEIRA, K.; DI GRILLO, M. Teoria das Representações Sociais: história, processos e abordagens. **Research, Society and Development**, {s.l}, v. 9, n. 9, p.30-50, ago/2020.

OMT. Organização Mundial do Turismo. O Fórum OMT/Centro de Culinária Basco Destaca o papel do Turismo Gastronômico como Indicador do Desenvolvimento Rural. 09 nov. 2021. **OMT**, Madrid, 2021. Disponível em: <<https://www.unwto.org/es/news/el-foro-omt-bcc-destaca-el-papel-del-turismo-gastronomico-como-motor-de-desarrollo-rural>>. Acessado em: 10 nov. 2021.

OMT. Organização Mundial do Turismo. Turismo Cultural e Covid19. **OMT**, Madrid, 2022. Disponível em: <<https://www.unwto.org/es/turismo-cultural-covid-19>>. Acessado em: 10 jan. 2022.

PACHECO, S. S. M. O hábito alimentar enquanto um comportamento culturalmente produzido. In: FREITAS, M.C.S., FONTES, G.A.V.; OLIVEIRA, N. (orgs.). **Escritas e narrativas sobre alimentação e cultura**. Salvador: EDUFBA, 2008. p. 218-238.

PAZ, E. S. R.; GEVEHR, D. L.; JUNG, C. F. Identidade e representações sociais na construção da imagem da cidade: uma análise conceitual. **Resgate - Rev. Interdiscip. Cult.**, Campinas, v. 29, p. 1-31, jan./mar. 2021.

POULAIN, J. P.; PROENÇA, R. P. C. O espaço social alimentar: um instrumento para o estudo dos modelos alimentares. **Rev. Nutr.** v. 16, n. 3, p. 245-256. 2003.

RABELO, A. O. Interligação entre representações e questões de gênero na docência. **Educación**, local, v. 28, n. 54, p. 203-226, mar. 2019.

ROCHA, E. **As representações do consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006

RODRIGUES, L. M.; FERNANDES, E. C. S.; SILVA, L. I. C. Saberes e Fazeres da Gastronomia Tradicional: um estudo sobre as características histórico-culturais aplicadas a produção do “Doce de Espécie” no município de Alcântara/MA. **Ágora**. Santa Cruz do Sul, v.19, n. 1, p. 85-99, jan.-jun. 2017.

SAMPAIO, E. A. A. A Gastronomia como Patrimônio Cultural e seu Potencial para Competitividade dos Destinos Turísticos. **Revista Turydes: Turismo y Desarrollo Local Sostenible**, Chapingo, v. 11, n. 25, p. 1-14, dez. 2018.

SANTANA, F. M; LUCENA FILHO, S. A. A Queijadinha de Dona Marieta em São Cristóvão/SE no Contexto do Folkoturismo como Estratégia para o Desenvolvimento Local. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v.16, n. 36, p. 251-268, jan.-jun. 2018.

SANTOS, K. A. **Proposta de Valorização Turístico-Promocional da Cooperativa Santa Salu e sua Doçaria**. 2014. 72 f. Monografia (Bacharelado em Turismo) – Núcleo de Turismo, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão.

SANTOS, L. L. G. **As Políticas Públicas de Turismo na Estruturação de Roteiros Turísticos em Sergipe**: o caso do roteiro cidades históricas. 2013. 111 f. Monografia (Bacharelado em Turismo) – Núcleo de Turismo, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão.

SANTOS, L. L. G. **Projeto Turístico no Polo Costa dos Coqueirais**: Indicação Geográfica das Queijadinhas em São Cristóvão – SE. 2018. 122 f. Projeto Turístico (Especialização em Planejamento do Turismo) – Departamento de Turismo, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão.

SANTOS, K. A.; LEAL, R. E. S. **Cooperativa de Doces Santa Salu**: a tradição gerando renda. *In*: Anais do I Seminário sobre Alimentos e Manifestações Culturais Tradicionais. Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão: 2012, p. 1-12.

SÃO CRISTÓVÃO. (Município). Prefeitura de São Cristóvão. **Plano Diretor Participativo de São Cristóvão**. São Cristóvão: Prefeitura Municipal, 2018a.

SCHULTER, R. G. **Gastronomia e Turismo**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2003. (Coleção ABC do Turismo).

SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença. *In*: SILVA, T. T. (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 2012, p. 73-102.

SOARES, R. N. G. **Produtos associados ao Turismo com Potencial de Indicação Geográfica no Velho Chico Sergipano**. 2018. 146f. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) – Programa de Pós-graduação de Mestrado Profissional em Turismo, Instituto Federal de Sergipe, Aracaju.

SOUSA, M. W. de. O pertencimento ao comum mediático: a identidade em tempos de transição. **Significação: Revista de Cultura Audiovisual**, v. 37, n. 34, p. 31-52, 2010.

SPINK, M. O conceito de representação social na abordagem psicossocial. **Cadernos de Saúde Pública**, [s.l.], v. 9, n. 3, p. 300-308, jan./jul. 1993.

THIOLLENT, M. **Metodologia da Pesquisa-Ação**. 10. ed. São Paulo: Cortez, 2009.

THOMPSON, P. História Oral e Contemporaneidade. **Revista da Associação Brasileira de História Oral**, Rio de Janeiro, n. 5, p. 9-28. 2002.

TOMAZZONI, E. L. Análise do Discurso Turístico da Serra Gaúcha. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 12, n. 2, p. 339-365, jun.-dez. 2006.

UNWTO. United Nations World Tourism Organization. **Travel and tourism**: global Economic Impact. Madri: UNWTO, 2019.

UNWTO. World Tourism Organization and Basque Culinary Center. **Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism**. Madri: UNWTO, 2017.

UNWTO; UNCAT. United Nations World Tourism Organization; United Nations Conference on Trade and Development. **Covid-19 and Tourism an Update**. Madri: UNWTO; UNCAT, 2021.

VALA, J.; MONTEIRO, M. B. **Psicologia Social**. 4. ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2010.

VALADÃO, A. M; MODESTO. A. O; HERMANN, R. L. **Conceituação de turismo gastronômico a partir de órgãos oficiais de turismo nacionais e internacionais e pesquisadores de notório saber.** In: IFB; UTAD, Turismo Gastronômico, Brasília, Ifb, Utad, Mtur, 2021

VEAL, A. J. **Metodologia de pesquisa em lazer e turismo.** São Paulo: Aleph, 2011. (Série Turismo).

VINUTO, J. A. Amostragem em Bola de Neve na Pesquisa Qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203-220, ago.-dez. 2014.

WEF. WORLD ECONOMIC FORUM. **The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019:** travel and tourism at a tipping point. Geneva: WEF, 2019. Disponível em: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf). Acesso em: 13 jan. 2022.

WILLIAM, Rodney. **Apropriação cultural.** São Paulo: Pólen, 2019. (Série Feminismos Plurais).

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. (org.). **Identidade e diferença:** a perspectiva dos estudos culturais. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 2012, p. 7-72.

ZANIRATO, S. H. Patrimônio e identidade: retórica e desafios nos processos de ativação patrimonial. **Revista CPC**, v. 13, n. 25, p. 7-33, 2018.

## APÊNDICE 1



**INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO  
DEPARTAMENTO DE PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL  
EM TURISMO**



### FORMULÁRIO PARA OBSERVAÇÃO DOS CARDÁPIOS DOS ESTABELECIMENTOS DE A&B

Nome do Estabelecimento:

Data da observação:

1. O estabelecimento possui cardápio? ( ) Sim ( ) Não
2. O cardápio é de fácil compreensão?( ) Sim ( ) Não
3. Apresenta um design atrativo? ( ) Sim ( ) Não
4. Possui as informações necessárias (preço, porções, ingredientes, etc) para que o cliente faça sua escolha? ( ) Sim ( ) Não
5. Quais os alimentos ofertados pelo estabelecimento?

---



---

6. Há oferta de comidas e bebidas que referenciam à culinária regional?  
( ) Sim ( ) Não ( ) Não soube identificar. Em caso positivo, quais?

---

7. Há oferta de comidas e bebidas que referenciam à culinária sancristovense?  
( ) Sim ( ) Não ( ) Não soube identificar. Em caso positivo, quais?

---

8. São utilizados ingredientes regionais nas composições dos alimentos ofertados?  
( ) Sim ( ) Não ( ) Não soube identificar. Em caso positivo, quais?

---

9. Quais são as faixas de preço dos produtos culinários?

---



**APÊNDICE 2**

**INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO  
DEPARTAMENTO DE PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL  
EM TURISMO**

**ROTEIRO DE ENTREVISTA COM PRODUTORES DE ALIMENTOS IDENTITÁRIOS**

Data da entrevista:

Faixa etária:

Há quanto tempo produz estes alimentos:

Profissão:

- 1) Quais são os alimentos identitários que você produz?
- 2) Os ingredientes destas receitas são adquiridos através de fornecedores locais? Quais?
- 3) Onde comercializa os seus produtos?
- 4) Possui outras fontes de renda?
- 5) Por que a receita recebe este nome?
- 6) Quais os ingredientes utilizados nesta receita?
- 7) Como esse alimento é feito?
- 8) Com quem você aprendeu essa receita?
- 9) Há quanto tempo esta receita existe?
- 9) Houve alguma alteração no modo de preparo ou nos ingredientes ao longo do tempo?
- 10) Já repassou esta receita para alguém (amigo, vizinho, filho, neto, sobrinho, irmão)?
- 11) Outras pessoas da sua família sabem fazer estas receitas?
- 12) Considera algum dos produtos que você produz como típicos de São Cristóvão?

**APÊNDICE 3**

**INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO  
DEPARTAMENTO DE PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL  
EM TURISMO**

**ROTEIRO DE ENTREVISTA COM REPRESENTANTES DO SETOR PÚBLICO**

Data da Entrevista:

Órgão Público:

Função do Entrevistado:

- 1) Acredita que a culinária pode contribuir para melhorar o turismo em São Cristóvão? Como?
- 2) As manifestações alimentares podem representar a identidade de um município? Quais são os alimentos identitários para os sancristovenses?
- 3) Já foi realizado algum inventário da culinária local? Houve a participação da comunidade?
- 4) A culinária faz parte da cultura local? De que forma?
- 5) Quais ações são adotadas para fortalecer as identidades alimentares e resgatar as memórias gustativas em São Cristóvão?
- 6) Acha importante a divulgação turística da culinária de São Cristóvão? Quais as medidas adotadas para possibilitar tal intento?
- 7) Acredita que os turistas conseguem captar a cultura alimentar de São Cristóvão através da oferta turística de A&B atual?
- 8) Existe alguma ação vigente ou prevista para promover e incrementar a valorização da culinária local?
- 9) A culinária pode ser um vetor de desenvolvimento local? De que forma?
- 10) O que acha que pode ser feito a nível regional para tornar a culinária local mais conhecida?
- 11) A culinária faz parte do setor criativo? Quais as ações adotadas para impulsionar a economia criativa no município?
- 12) Quais ações adotadas para fomentar a retomada da atividade turística na pós-pandemia?

## ANEXO A



**INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE**  
**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO**  
**DEPARTAMENTO DE PÓS-GRADUAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL**  
**EM TURISMO**



**ROTEIRO DE ENTREVISTA INDIVIDUALIZADA DO INVENTÁRIO DE REFERÊNCIAS**  
**GASTRONÔMICAS CULTURAIS**

**INVENTÁRIO DE REFERÊNCIAS**  
**GASTRONÔMICAS CULTURAIS**  
**(Instrumento para entrevista individualizada)**

**1. Identificação da produção gastronômica inventariada**

Nome		Ficha nº:
Outras denominações		Data:

**2. Localização**

Localidade	
Município / UF	

**3. Identificação do entrevistador**

Entrevistador	
Cargo ou função	Ocupação que exerce no período da entrevista
Supervisor	Responsável por checar as informações

**4. Identificação do entrevistado**

Nome				CPF ou RG:
Como é conhecido (a)	APELIDO, SOBRENOME	Data nascimento:	Sexo: <input type="radio"/> M <input type="radio"/> F	
Endereço			Cidade:	
			CEP:	
Ocupação			E-mail:	
Telefones	Com código de área			
Onde nasceu			Desde quando mora na localidade:	

**5. Processo ensino-aprendizagem**

<b>5.1 Com quem aprendeu?</b>
<input type="radio"/> Parente (Mãe, pai, avô, avô, irmãos, tia, prima) <input type="radio"/> Amigos <input type="radio"/> No trabalho. Com quem? _____ <input type="radio"/> Outra. Quem? _____ <input type="radio"/> Não sabe

5.2 Quando aprendeu?
Que idade tinha ou data aproximada.

5.3 Porque aprendeu
Os motivos que levaram ao aprendizado

5.4 Transmitiu este conhecimento a outros?
Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Não sabe <input type="checkbox"/>
Caso afirmativo, para quem:

## 6. Quanto ao consumo

6.1 No passado qual era a frequência de consumo desse alimento?
Época (ano/década) = _____
Diariamente <input type="checkbox"/> Semanalmente <input type="checkbox"/> Raramente <input type="checkbox"/>
Frequência = _____

6.2 Neste período atual, este alimento está presente na sua alimentação?
Época (ano/década) = _____
Diariamente <input type="checkbox"/> Semanalmente <input type="checkbox"/> Raramente <input type="checkbox"/>
Frequência = _____

6.3 Quais eram os motivos de consumo no passado?
<input type="checkbox"/> Hábito / necessidade alimentar <input type="checkbox"/> Festa familiar <input type="checkbox"/> Prática ou Celebração religiosa (Ex. Natal, Páscoa, carnaval) <input type="checkbox"/> Festa popular (Ex. aniversário da comunidade) <input type="checkbox"/> Outra Qual? _____ Época (ano/década) = _____

6.4 Qual é o motivo dessa produção no atual período?
<input type="checkbox"/> Hábito alimentar <input type="checkbox"/> Festa familiar <input type="checkbox"/> Prática ou Celebração religiosa (Ex. Natal, Páscoa, carnaval) <input type="checkbox"/> Festa popular (Ex. aniversário da comunidade) <input type="checkbox"/> Outra Qual? Saudade de fazer e de comer Época (ano/década) = _____

## 7. Histórias e produções associadas

<b>7.1 Existe alguma história da origem dessa produção?</b>		
Sim ( )	Não ( )	Não sabe ( )
<b>Caso afirmativo, relatar</b>		

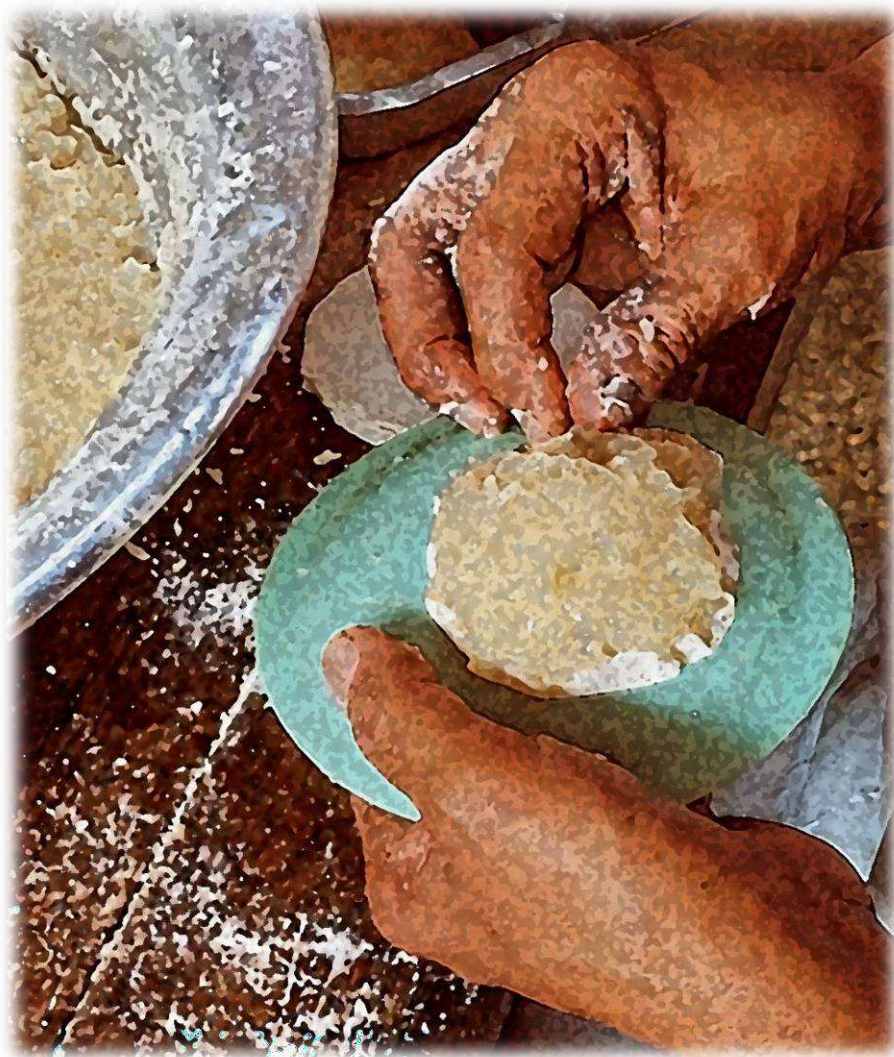
<b>7.2 Há outras produções gastronômicas associadas? Quais?</b>					
Sim ( )	Não ( )				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="width: 50%; padding: 5px;">Denominação</th> <th style="width: 50%; padding: 5px;">Descrição sucinta</th> </tr> <tr> <td style="height: 40px;"></td> <td></td> </tr> </table>		Denominação	Descrição sucinta		
Denominação	Descrição sucinta				
Clique e arraste para selecionar uma nova área de captura					

## 8. Processo produtivo

<b>8.1 Listagem com quantidades e forma de apresentação (Ficha técnica) Se ocorreu mudanças na ficha técnica colocar as duas.</b>	
<b>FICHA TÉCNICA EM USO</b>	
<b>PRODUÇÃO:</b>	
<b>QTD</b>	<b>INGREDIENTES</b>
<b>Quantidade e medida</b>	
<b>PREPARAÇÃO PASSO A PASSO</b>	
1º	<b>Colocar as etapas separadamente</b>
2º	<b>Colocar os procedimentos sanitários.</b>
3º	
<b>FORMAS DE APRESENTAÇÃO</b>	
<b>Se em porções grandes, pequenas, cortado, inteiro, dentro de algum outro recipiente, acompanha alguma bebida, outro alimento?</b>	



**Projeto Narrativas Culinárias da Cidade Mãe de Sergipe apresenta:**



## **MÃOS DA CIDADE MÃE**

**São Cristóvão/SE**

**2022**

## **Ideação**

Programa de Pós-graduação de Mestrado Profissional em Turismo – Instituto Federal de Sergipe  
Fundação Municipal de Cultura e Turismo “João Bebe Água” – Prefeitura Municipal de São Cristóvão  
Museu Histórico de Sergipe – Governo do Estado de Sergipe

## **Equipe Executiva**

### **Programa de Pós-graduação de Mestrado Profissional em Turismo**

Luara Lázaro Gomes dos Santos

Discente do PPMTUR/IFS

Bacharela em Turismo (DTUR/UFS)

Denio Santos Azevedo

Docente Colaborador do PPMTUR/IFS

Docente do PPGCULT/UFS e do DTUR/UFS

Doutor em Sociologia (PPGS/UFS)

Ana Cecília Espínola Paes

Discente do PPMTUR/IFS

Tecnóloga em Gastronomia (DTGS/UNIT)

### **Fundação Municipal de Cultura e Turismo “João Bebe Água”**

Diego Souza

Coordenador de Turismo da FUMCTUR

Bacharel em Turismo (Estácio/SE)

Kaique Rocha

Coordenador de Turismo da FUMCTUR

Bacharelado em Turismo (DTUR/UFS)

### **Museu Histórico de Sergipe**

Rosângela Reis

Diretora do MHS

Bacharela em Museologia (DMS/UFS)

## SUMÁRIO

<b>1 APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>03</b>
1.1 CARACTERIZAÇÃO DA EXPOSIÇÃO .....	04
<b>2 OBJETIVOS .....</b>	<b>05</b>
2.1 OBJETIVO GERAL .....	05
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	05
<b>3 JUSTIFICATIVA .....</b>	<b>06</b>
<b>4 PROPOSTA DE EXPOSIÇÃO .....</b>	<b>10</b>
4.1 EXPOGRAFIA .....	14
<b>5 FOTOGRAFIAS DA EXPOSIÇÃO .....</b>	<b>22</b>
<b>6 NARRATIVAS .....</b>	<b>30</b>
<b>7 MATERIAL GRÁFICO DA EXPOSIÇÃO .....</b>	<b>34</b>
<b>8 PRODUTOS CONTEMPLADOS NOS KITS .....</b>	<b>35</b>
<b>9 CRONOGRAMA .....</b>	<b>36</b>
<b>10 RECURSOS MATERIAIS .....</b>	<b>37</b>
<b>11 REFERÊNCIAS .....</b>	<b>38</b>
<b>ANEXOS .....</b>	





## 1 APRESENTAÇÃO

A proposta para realização da exposição fotográfica “Mãos da Cidade Mãe” surge a fim de enaltecer a produção alimentar de São Cristóvão/SE, a cidade Mãe de Sergipe. O município é a quarta cidade mais antiga do país e preserva ares coloniais tanto no seu patrimônio cultural material, quanto imaterial, tal qual é percebido na culinária. Nesse viés, ao avultar a pluralidades de comidas e bebidas produzidas no município, notabiliza-se, por consequência, a relevância do fator sociocultural nesse processo.

Os saberes e fazeres ancestrais do município se manifestam nos sabores cotidianos, os quais encontram-se inseridos nos ambientes das cozinhas familiares. Vale ressaltar, que o início desses saberes e fazeres está no ofício da pesca, da agricultura e na mariscagem, finalizando na sua comercialização e consumo. Tais práticas culturais servem como fonte de subsistência para uma parcela expressiva da comunidade local; cenário que tem contribuído para a perpetuação deste legado.

Ante a compreensão que as exposições fotográficas têm a premissa de mostrar, de forma lúdica e poética, a interpretação de mundo captada por meio de imagens, esta mostra lança olhares sobre o ordinário, despertando imaginários sobre a cultura alimentar do município. Tais práticas culturais são expressas em seu cotidiano, através do ofício de mulheres e homens que, em muitos momentos, são invisibilizados em suas potencialidades e habilidades.

O olhar fotográfico aqui apresentado busca apresentar a complexidade que há em volta dos cotidianos, exaltando o papel das(os) praticantes culturais nesse contexto. Daí, a necessidade em focar as mãos que fazem e contam a narrativa de suas vivências, experiências e ancestralidades, trazendo memórias culinárias afetivas e tradicionais do município. A partir destas, é possível enxergar histórias de vida, corporalidades, organização social do trabalho, lutas, resistências e conquistas.

Desta feita, a exposição temporária aqui proposta, pretende dar visibilidade às comidas produzidas em São Cristóvão/SE que detêm elevado valor histórico, simbólico e social para o





município, enaltecendo as produtoras e os produtores dessas comidas que constroem e promovem as identidades culturais sancristovenses. Destacam-se ainda, as relações destas e destes com as receitas que, em sua grande maioria, foram transmitidas hereditariamente e são meios de existência e resistência.

A exposição contemplará os resultados de uma pesquisa acadêmica do Programa de Pós-graduação de Mestrado Profissional em Turismo, do Instituto Federal de Sergipe, desenvolvida pela mestrand Luara Lázaro Gomes dos Santos, sob orientação do prof. Dr. Denio Santos Azevedo, que pretendeu identificar as comidas com representação identitária do município, a fim de propor ações para que as(os) turistas tenham acesso à diversidade alimentar de São Cristóvão/SE, sendo apresentadas(os) aos aspectos que tornam este patrimônio cultural imaterial tão singular.

## 1.1 CARACTERIZAÇÃO DA EXPOSIÇÃO

Tema: Mãos da Cidade Mãe

Local: Museu Histórico de Sergipe - São Cristóvão/SE

Público-alvo: População sergipana, residentes, estudantes, pesquisadoras(es), *trade* turístico e demais interessados na temática aqui proposta.





## 2 OBJETIVOS

### 2.1 OBJETIVO GERAL

Promover a culinária enquanto bem cultural de São Cristóvão/SE, a partir da representação identitária de saberes e fazeres provenientes dos pequenos produtores de comidas e bebidas, agricultores, marisqueiras, pescadores e comerciantes do município.

### 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estimular a valorização da culinária são-cristovense enquanto elemento cultural e instrumento para inclusão produtiva, geração de renda e desenvolvimento local;
- Dar visibilidade aos atores sociais da cadeia produtiva de comidas e bebidas de São Cristóvão/SE;
- Fortalecer as identidades são-cristovenses por meio da culinária identitária praticada no município.





### 3 JUSTIFICATIVA

O conceito de alimentação vai muito além do que a fonte de atendimento às necessidades nutricionais e biológicas do ser humano, ela versa sobre a localidade e as pessoas nela incluídas. A culinária, enquanto elemento constituinte da cultura, reflete as crenças, valores e costumes de um povo, figurando como prática de socialização e intercâmbio cultural, principalmente quando o alimento ou bebida (A&B) mantém suas características singulares preservadas. Ela encontra-se atrelada às memórias gustativas e afetivas dos lugares, e enquadra-se como ferramenta de valorização das singularidades culturais de um dado grupo social.

Neste cenário, tanto as comidas e bebidas, como os utensílios e técnicas adotados para a extração dos insumos e produção de artigos alimentares, possuem características particulares intrínsecas a cada território e cultura, as quais possibilitam a incidência de uma diversidade de sabores distintos. As comidas e bebidas refletem os costumes de cada grupo social, servindo como meio para exprimir simbolismos e valores que remetem aos processos de formação e transformação pelos quais as sociedades passam.

O município de São Cristóvão/SE detém, em seu repertório cultural, uma variedade de comidas e bebidas, os quais encontram-se atrelados a uma diversidade de saberes e fazeres artesanais que se perpetuam ao longo da história, sobretudo, no âmbito de seus lares. Para uma parcela significativa de atores sociais locais, a produção dessas comidas ancestrais também é responsável pela geração de emprego e renda, a partir de sua comercialização nas feiras livres e nas ruas da cidade, assim como nos municípios circunvizinhos, o que reforça a relevância sociocultural e econômica do patrimônio alimentar local (SANTOS, 2018).

São Cristóvão/SE apresenta receitas e processos de produção que se distinguem uns dos outros, visto que, como elemento da cultura, a culinária do município é dinâmica, sendo transformada a todo momento por quem a produz. É possível distinguir a origem de algumas comidas lá existentes, exclusivamente, pelo paladar, mesmo que os produtos contenham os mesmos ingredientes. Quando essa análise é ampliada para outras localidades, percebem-se





sabores que são próprios de São Cristóvão/SE, suscitados, sobretudo, pelos saberes e fazeres que contribuem para a singularidade da culinária local.

Apesar disso, os sabores, saberes e fazeres culinários do município precisam ser melhor valorizados e promovidos, haja vista o enfoque diminuto dado aos produtos, hábitos, produtores e práticas alimentares nos instrumentos de comunicação e promoção da localidade, os quais se restringem no incentivo ao consumo de *souvenires* culinários da doçaria local, prioritariamente a queijada e o bricelet, excluindo as demais comidas e bebidas com representação identitária do lugar.

Isso se deve por decorrência das forças dominantes da sociedade, as quais instituem algumas comidas e bebidas como característicos e emblemáticos da cultura alimentar local, a partir de uma concepção de identidade pautada na premissa de semelhança cultural, rejeitando a diversidade de culturas e identidades existentes (AZEVEDO, 2014).

Tais representações identitárias se valem da memória, da cultura e da história para atender a fins políticos e de consumo, os quais se amparam em “originalidades” que são demarcadas e divulgadas como expressão e legado cultural de um povo como um todo, quando na verdade, representam apenas uma parcela dos autóctones e, muitas vezes, pouco tem a ver com a vivência cotidiana de grande parte dos residentes (AZEVEDO, 2014).

Nesse sentido, habitualmente as imagens e imaginários construídos pela comunicação, encontram-se atrelados a uma autenticidade imaginada pelos agentes hegemônicos, a fim de transformar os aspectos identitários em objetos de consumo, panorama que enseja na construção de identidades-consumo (AZEVEDO, 2014), nas quais algumas comidas e bebidas que constituem o repertório culinário local, por exemplo, são definidos como sinônimos da identidade cultural, o que desconsidera as diferenças e, por conseguinte, as múltiplas identidades.

Desta feita, frequentemente os hábitos e práticas alimentares que são apropriadas como elementos simbólicos e representativos identitários, expressam valores que foram criados ou modificados por práticas discursivas, a fim de impor intencionalmente sentidos à coletividade,





os quais são absorvidos e transmitidos (HALL, 2016). Estes desconsideram os usos e significados dados pelos grupos sociais ao patrimônio alimentar, assim como a pluralidade de hábitos e práticas alimentares presentes no território.

Isto posto, torna-se necessário pensar em alternativas que possam apresentar a diversidade de comidas e bebidas que compõe a culinária de São Cristóvão/SE, a fim de propiciar o estabelecimento de ações para sua valorização; (re)construção das identidades alimentares; salvaguarda dos saberes e fazeres; impulso ao empoderamento social, fomento econômico do setor de A&B, assim como, consequentemente, o fortalecimento da produção familiar e o estímulo às produções agrícolas, pesqueiras e de mariscagem com técnicas artesanais.

A perspectiva de realizar uma exposição fotográfica temporária, parte do pressuposto de que as narrativas audiovisuais apresentam imagens que são incorporadas ao repertório cultural dos sujeitos, propiciando a construção de imaginários. Dito de outro modo, as mostras permitem a constituição de conhecimentos; informam sobre a área representada; despertam o interesse por novas experiências, ao passo em que se valem do viés artístico, cultural e emocional para tal.

A proposta aqui apresentada é de gerar o reconhecimento das práticas alimentares concernentes à culinária de São Cristóvão, a partir da valorização das produtoras e dos produtores, ao apreciar os diversos usos dados aos insumos alimentares pelas mãos de quem domina o ofício de transformar matérias-primas em produtos culinários, suscitando novos olhares sobre esse elemento da cultura e da economia, (re)contando seu passado, além de enaltecer os gostos dos habitantes locais e as escolhas, lutas e resistências das(os) praticantes culturais inseridos na cadeia produtiva das comidas e bebidas.

Toda comida tem história, e esta encontra-se intrinsecamente atrelada à história de vida de quem o produz. Esse contexto será explorado nesta exposição a partir do levantamento feito pela pesquisadora Luara Lázaro, na sua pesquisa de mestrado, sob orientação do Prof. Dr. Denio





Azevedo, pesquisador das Sergipanidades, através do olhar fotográfico da também pesquisadora Cecília Paes.





#### 4 PROPOSTA DA EXPOSIÇÃO

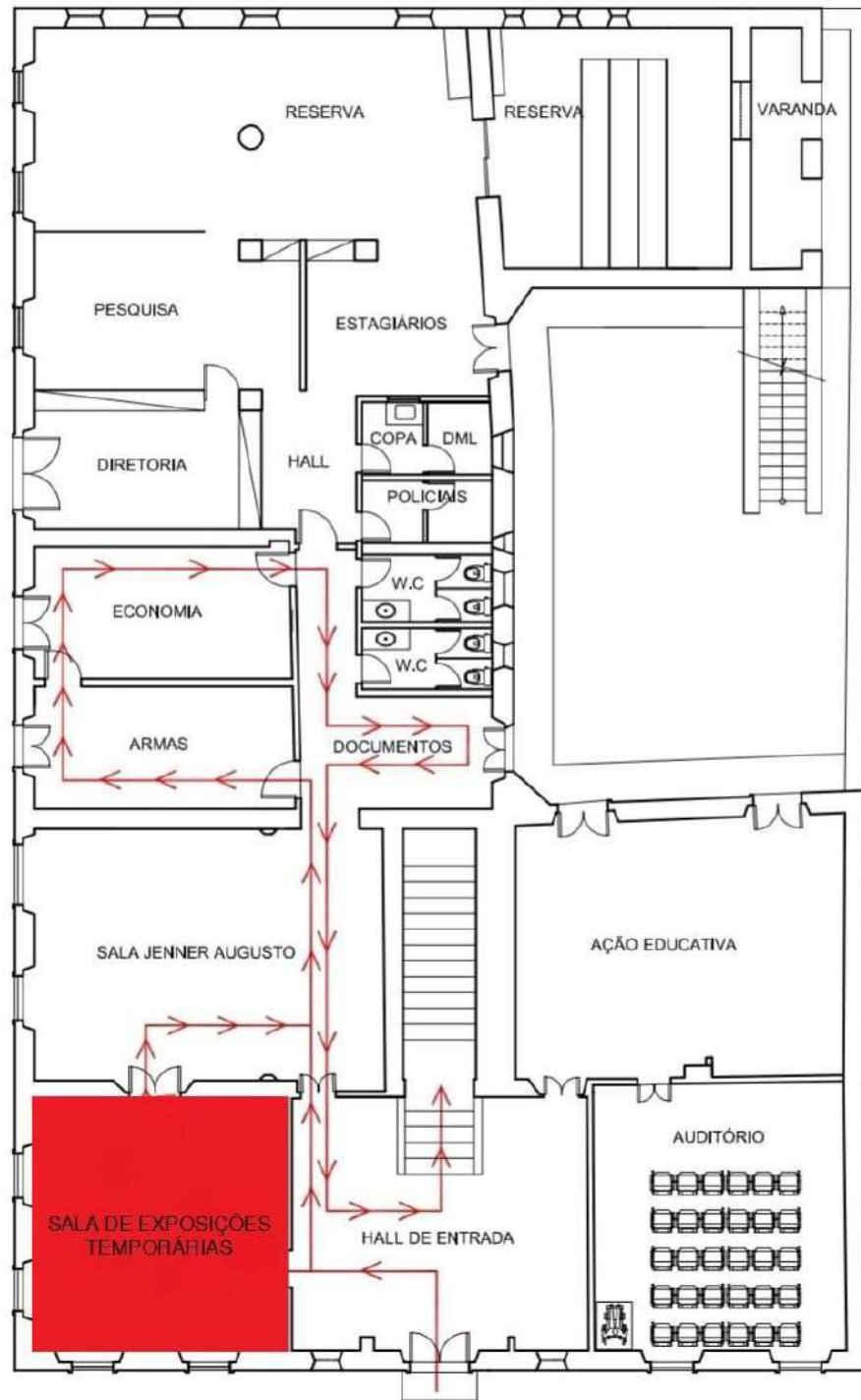
Para que a exposição fotográfica “Mãos da Cidade Mãe” transcorra de modo a atingir o objetivo para o qual foi concebida, nesse caso, promover a culinária identitária enquanto bem cultural de São Cristóvão/SE e suscitar ações para impulsionar seu valor, serão dispostas fotografias que referenciem a todo o processo de produção do alimento, desde a obtenção da matéria-prima até sua comercialização. Serão destacadas as mãos das(os) produtoras(es) para ressaltar o fator humano que é invisibilizado no produto, mas é indissociável desse processo.

Propõe-se que a exposição fotográfica ocorra na sala de exposições temporárias do Museu Histórico de Sergipe (Figura 1), localizado na Praça São Francisco, no município de São Cristóvão/SE, mas essa pode ser adaptada para realização em qualquer espaço museal. No espaço delimitado para a exposição, propõe-se a reprodução de uma cozinha, com características interioranas, com vistas a tornar o ambiente mais íntimo e aconchegante em clara alusão ao espaço onde a culinária identitária são-cristóvense existe e resiste: as cozinhas familiares.





Figura 1 – Planta baixa do Museu Histórico de Sergipe



Fonte: Adaptado de Museu Histórico de Sergipe, 2022



Para tanto, serão empregados utensílios culinários usados no cotidiano social, a exemplo de peneiras, raladores de coco, colheres de pau, bacias, forma de produzir beiju, máquina de bricelet, assadeiras, pires utilizado na confecção de queijadas, além da referência aos insumos usados nessas preparações. No mais, serão utilizados elementos que se vinculam ao dia a dia nesse espaço que é o coração da casa de muitos produtores: filtro e panela de barro, calendário, dentre outros.

A exposição será composta por 19 fotografias, as quais estarão dispostas em painéis fotográficos feitos de material PVC, com espessura de 2mm e impressão UV direto na superfície, medindo 40x50cm (6 fotos) e 60x80cm (13 fotos), de direção vertical ou horizontal, a depender da fotografia. Será adotado 01 pôster fotográfico de tamanho 80x100cm na entrada da exposição, além de um banner contendo a ficha técnica da mostra com tamanho 60x160cm. Na parte inferior de cada fotografia estará disposta sua ficha técnica, contendo informações sobre título, descrição, autoria e ano da imagem.

Com o intuito de possibilitar aos visitantes maiores informações sobre a história dessas comidas e dar maior protagonismo a produtoras(es) do município, serão reproduzidas mídias auditivas contendo suas vozes dissertando sobre sentimentos, vivências, memórias que se encontram atrelados a comida e são invisibilizados no processo de comercialização e consumo, já que não existem instrumentos que permitam ao comensal apreendê-los.

Algumas frases significativas, que evocam ancestralidade, resistência, lutas e conquistas, foram dispostas no ambiente, a fim de reforçar o papel dessas comidas na vida de quem as produz e quão atreladas elas estão com as histórias de vida desses sujeitos. À vista disso, foram utilizadas as seguintes frases: “Tudo o que tenho é graças ao beijú”; “O forno é meu marido”; “A varinha [de catar mariscos] é meu lápis”; “Queria que minha mãe e vó tivessem aqui para ver aonde cheguei com a queijada”.

A exposição contará ainda, com um folheto com o programa da exposição (Anexo A), a fim de apresentar todas as obras e fornecer maiores informações sobre elas para os visitantes. Durante a cerimônia de abertura da exposição, estes receberão um kit contendo amostras para





degustação das comidas e bebidas com representação identitárias de São Cristóvão, os quais estão retratados nas imagens, assim como um postal (Anexo B) de alguma das fotografias que compõem a exposição.

#### 4.1 EXPOGRAFIA

Buscou-se, conforme salientado anteriormente, criar um espaço aconchegante e “vivo”, no qual todos os sentidos são estimulados, assim como é inerente à culinária e os processos que a contemplam. Logo, além do uso das fotografias foram inseridos elementos cênicos, bem como utensílios utilizados pelos produtores com vistas a ampliar a percepção sobre o universo culinário são-cristóvense, o qual perpassa a comida e se vincula a fé, modo de vida, aspectos do território, dentre outros.

Estes foram distribuídos pelas paredes do espaço, considerando o fator estético e funcional, uma vez que oportunizam a utilização funcional dos espaços defronte às janelas, as quais costumeiramente não são abertas. Localizado à esquerda da porta de entrada da exposição, está, o denominado núcleo temático 1, no qual serão inseridas placas de pvc plotadas em preto, as quais estarão suspensas e nelas serão dispostas folha de bananeira, muito utilizada em algumas comidas como pé-de-moleque, beiju molhado e moqueca na folha; e peneiras, utensílio usado na maioria dos preparos culinários (Figura 2).



Figura 2 – Visão panorâmica do núcleo temático 1



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

No núcleo temático 2, adotando o sentido horário, serão inseridos as formas de beiju, raladores e panelas, além de outros elementos encontrados nas cozinhas visitadas durante a pesquisa (Figura 3): filtros de barro, potes com insumos, calendários, dentre outros elementos. No meio da sala, será inserida uma mesa contendo bacias, potes, colheres de pau, panelas de barro, nos quais estarão dispostos insumos não perecíveis como coco seco, farinha de mandioca e açúcar para representar os alimentos-base da culinária são-cristóvense (Figura 4).

Figura 3 – Visão panorâmica do núcleo temático 2



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

Figura 4 – Visão vertical da exposição, com foco na mesa central



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022



A expografia das imagens foi delimitada a partir de quatro alimentos base: núcleo temático 1 – mandioca, núcleo temático 2 – coco, núcleo temático 3 – mariscos e peixes, núcleo temático 4 – açúcar. Diante disso, sugere-se que no núcleo temático 1 sejam inseridas fotografias que remetam ao processo de plantação e colheita do alimento-base, nesse caso, a mandioca, assim como preparo e comercialização da comida dele proveniente. No mais, serão inseridas imagens de produtos feitos com esse insumo, a saber: pé-de-moleque de macaxeira e beijús (Figura 5).

Figura 5 – Expografia do núcleo temático 1



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

Propõe-se que no núcleo temático 2 sejam expostas fotografias atreladas ao uso do coco na culinária são-cristóvense, desde a quebra do coco, passando por sua ralação e inserção em receitas, aqui contempladas as bolachinhas de goma e queijadas (Figura 6).

Figura 6 – Expografia do núcleo temático 2



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

No núcleo temático supracitado, destacam-se ainda as frases ditas por produtoras (es) acerca da sua relação com o alimento e a relevância destes em sua história de vida. É buscado, com essa ação, reforçar a importância do fator humano no processo de alimentação, em todas as etapas, com foco no potencial da comida como vetor de subsistência, a partir da geração de renda e inclusão produtiva (Figura 7), bem como fonte de memórias, afetividade, empoderamento (Figura 8).

Figura 7 – Frases dos produtores sobre a comida como vetor de subsistência



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

Figura 8 – Frases dos produtores sobre empoderamento e afetividade

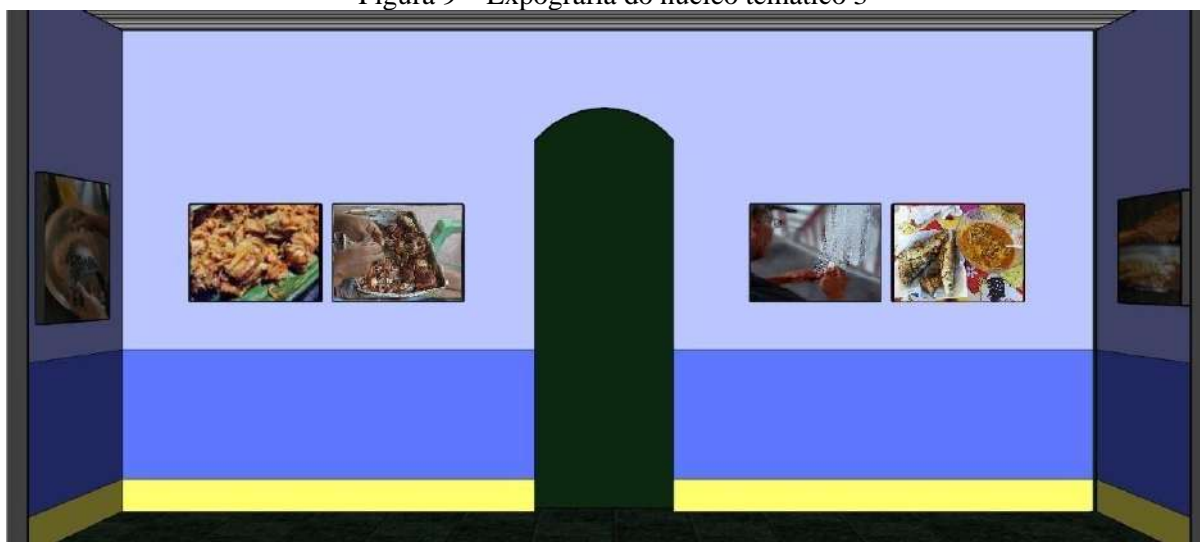


Fonte: Alysson Rodrigues, 2022



O núcleo temático 3 contempla os pescados, entre peixes e mariscos, os quais são a base da alimentação de grande parcela da população local, bem como insumo decorrente da atividade produtiva de muitos são-cristóvenses. As imagens selecionadas para essa composição contemplam a pesca tradicional e a mariscagem, com foco na mão de quem a exerce. Como produto culinário proveniente do uso desse insumo tem-se a moqueca de aratu na folha de patioaba e a tainha frita (Figura 9).

Figura 9 – Expografia do núcleo temático 3



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

Por fim, o núcleo temático 4 compreende a tradição doceira do município. Tendo por insumo o açúcar (Figura 10), as fotografias aqui inclusas retratam o legado culinário do ciclo do açúcar no município, o qual é representado pelos doces em calda e mãozinhas de jenipapo do povoado Cabrita, os famosos bricelets produzidos na Cidade Alta e o doce de mangaba do Caípe Velho. No mais, é inserida a cachaça Pisa Macio, bebida mais popular e tradicional de São Cristóvão que possui forte apelo popular no período do Festival de Artes de São Cristóvão (FASC).

Figura 9 – Expografia do núcleo temático 4



Fonte: Alysson Rodrigues, 2022

## 5 FOTOGRAFIAS



**Título:** “Muito do saber humano está naquilo que você come” Gilberto Freyre

**Autor:** Luara Lázaro

**Ano:** 2021

**Legenda:** Tainha frita e ensopado de catado de aratu - pequeno caranguejo vermelho, típico de áreas de manguezal



**Título:** “A receita de doce é quase que só arte” Gilberto Freyre

**Autor:** Cecília Paes

**Ano:** 2021

**Legenda:** Mãozinhas de jenipapo – doce feito com a “carne” do jenipapo seco ao sol no açúcar



**Título:** “Numa velha receita de doce e de bolo há uma vida, uma constância”

Ariano Suassuna

**Autor:** Cecília Paes

**Ano:** 2021

**Legenda:** Pé-de-moleque de macaxeira – doce feito de macaxeira, coco e açúcar, assado envolto de folha de bananeira





**Título:** “O verdadeiro saber é um saborear” Clarice Lispector

**Autor:** Cecília Paes

**Ano:** 2021

**Legenda:** Saraios – variação de beijú, feito com fécula de mandioca e coco.



**Título:** “Ah! O velho fogão de lenha. O fogo estalando o graveto [...] Na fornada os biscoitos de goma de D. Celina” Luciano Spagnol

**Autor:** Cecília Paes

**Ano:** 2021

**Legenda:** Bolachas de goma no forno à lenha – biscoitos feitos com fécula de mandioca e leite de coco



**Título:** “Neste cordel de sabores Vamos nos deliciar” Abdias Campos

**Autor:** Cecília Paes

**Ano:** 2021

**Legenda:** Compotas de caju, doces de queijo e de leite – caju e leite cozidos em calda de água com açúcar



**Título:** “Não importa se é calor ou frio, desde que eu tenha o meu Pisa Macio” The Baggios

**Autor:** Cecília Paes

**Ano:** 2021

**Legenda:** Pisa Macio – bebida alcoólica feita à base de cachaça, canela e cravo, muito popular entre os jovens são-cristóvenses e bebida símbolo do Festival de Artes de São Cristóvão (FASC).



**Título:** “Quem come dessa carne, nunca esquece o aratu” Guilhermino Ramos

**Autor:** Luara Lázaro

**Ano:** 2022

**Legenda:** Moqueca de aratu na palha – catado de aratu (pequeno caranguejo vermelho, típico de áreas de manguezal) cozido na folha de patioba





**Título:** “Minhas mãos doceiras jamais ociosas, fecundas, imensas e ocupadas”

Cora Coralina

**Autor:** Cecília Paes

**Ano:** 2022

**Legenda:** Mãos que sabem e fazem – doceira segurando mangabas, ingrediente-base da geleia de mangaba por ela produzida



**Título:** “Mãos laboriosas abertas sempre para dar, ajudar, unir e abençoar”

Cora Coralina

**Autor:** Cecília Paes

**Ano:** 2021

**Legenda:** Mãos que alimentam e sustentam – bejuzeira segurando goma de tapioca



**Título:** “Cada calo em sua mão, fortalece o artesão, mantém viva sua arte” Bráulio Bessa

**Autor:** Cecília Paes

**Ano:** 2021

**Legenda:** Mãos que catam e aprazem – marisqueiras quebrando aratu e separando o catado



**Título:** “Mãos que que alimentam, mãos de pai, mãos que mostram os caminhos”

Luiz Machado

**Autor:** Luara Lázaro

**Ano:** 2021

**Legenda:** Mãos que cortam e batalham – homens quebrando o coco e retirando sua “carne”



**Título:** “E rala o coco, bota o coco na cocada [...] hoje o coco não tem fim”

Alceu

Valença

**Autor:** Denio Azevedo

**Ano:** 2021

**Legenda:** Mãos que ralam e partilham – doceira, mestre do samba de coco, ralando o coco para fazer queijada (doce de ascendência portuguesa, que teve sua receita modificada pelos escravizados)





**Título:** “As mãos foram feitas para trazer o futuro” Vítor Matos e Sá

**Autor:** Luara Lázaro

**Ano:** 2021

**Legenda:** Mãos que desempenham e sonham – doceira produzindo bricelet (doce conventual, cuja receita é proveniente da Suíça, e foi trazida a São Cristóvão por freiras beneditinas)

**Título:** “Alma de açúcar, mãos com poesia” Heitor Rosa

**Autor:** Luara Lázaro

**Ano:** 2021

**Legenda:** Mãos que resistem e acendem – doceira produzindo queijada (doce de ascendência portuguesa, que teve sua receita modificada pelos escravizados, os substituíram o queijo pelo coco, por este ser mais abundante no Brasil)





**Título:** “Vive dentro de mim a mulher cozinheira” Cora Coralina

**Autor:** Cecília Paes

**Ano:** 2022

**Legenda:** Mãos que produzem e vendem – beijuzeira repassando para a cliente o bolo comercializando



**Título:** “O que fica das mãos de ontem – intervalos” Vítor Matos e Sá

**Autor:** Luara Lázaro

**Ano:** 2022

**Legenda:** Mãos que pescam e satisfazem – pescador tecendo artesanalmente rede de pesca



**Título:** “Hoje eu falei pra você, da magia e do poder de tudo o que é feito à mão” Bráulio Bessa

**Autor:** Luara Lázaro

**Ano:** 2021

**Legenda:** Mãos que plantam e colhem – agricultor familiar descascando mandioca recém-colhida



**Título:** “Na mão de seda que num afago de asa faz abrir os sonhos como fontes de água”

José Saramago

**Autor:** Luara Lázaro

**Ano:** 2021

**Legenda:** Mãos que comandam e dividem – beijuzeira imergindo saroios (variação de beijú, feito com fécula de mandioca e coco) no leite de coco.



## 6 NARRATIVAS

Percorrer o município de São Cristóvão/SE em busca de sabores, saberes e fazeres que despertam o senso de pertencimento nos residentes foi uma viagem pela história, através do legado dos ameríndios, africanos e europeus; foi um banquete para os sentidos diante dos diferentes insumos e modos de usá-los, o que nos apresenta novas texturas, cheiros, sabores e estéticas, além de nos aproximar da terra, do mangue e do rio, a partir do ofício de marisqueiras, pescadores, agricultores familiares e produtores de comidas e bebidas.

Durante essa caminhada, me deparei com mulheres fortes, determinadas e corajosas. Matriarcas que perpetuaram os saberes/fazeres que lhes foram repassados hereditariamente e desempenhados desde a infância, assim como aqueles apreendidos com vizinhas e amigas. Receitas ancestrais que transpassam séculos de luta, resistência e sobrevivência. Com estas comidas e bebidas, filhos e netos foram criados, sonhos foram realizados, dificuldades foram superadas. A comida trouxe para elas meios para sustentar, batalhar, partilhar, alimentar, comer.

Minha experiência com a culinária de São Cristóvão/SE se revelou uma trajetória pelos aspectos socioantropológicos do município, com início na Cidade Alta, através de D. Marieta, sua queijada e ancestralidade; D. Vera, com seu sorriso fácil e orgulho por ser detentora do ofício de saber/fazer bricelet; D. Cátia e D. Creuza, produtoras de Pisa Macio, cachaça típica do município, cuja receita é guardada a sete chaves; D. Carmem, no povoado Caípe Velho, com sua proza fácil e produção de licores, geleia e doce de mangaba.

Na Cabrita, eu conheci D. Santinha e D. Santaninha, duas doceiras de mão cheia; no Assentamento Rosa Luxemburgo, vi D. Gilda se valer do alimento por ela plantado para produzir bolos; D. Valdelice, beijuzeira das Pedreiras, inspirou, através do seu ofício, a atividade produtiva de toda a família; D. Marleide, marisqueira desse povoado, perpetua uma receita de família aprendida na infância: o pé de moleque de macaxeira; D. Madalena, baluarte das culturas populares na Ilha Grande, mantém múltiplos saberes e fazeres culinários vivos,





dentre eles saborosas queijadinhas; D. Cristiane, marisqueira do povoado Tinharé, cata, quebra e cozinha o aratu, fazendo uma deliciosa moqueca de aratu na folha.

Ao longo dessa pesquisa de campo, eu vivi uma experiência que elevou essas comidas e bebidas a outro patamar. Eu compreendi que as comidas expressam as vivências de quem os produz, além de servir como suporte para que essas mulheres lutem e resistam às intempéries da vida. A presença masculina nesse meio, é mínima, com foco maior na quebra do coco. É às mulheres dedicado o ofício de cozinhar. Essas são, sobretudo, negras, viúvas ou divorciadas, que tem no alimento fonte principal ou complementar de renda.

Percebi técnicas e conhecimentos ancestrais que se perpetuam em uma produção essencialmente artesanal. Vi mãos calejadas e cortadas pelo ofício da cozinha, da maré ou da enxada. Nelas eu me enxerguei, em meio às similaridades, mas, sobretudo, às diferenças. Delas ouvi histórias sobre uma ancestralidade que pouco sei, apesar de me ser comum. Escutei sobre suas vivências, vi algumas de suas angústias, fui apresentada a situações que muito diferem do que eu vivo, mas não das mulheres que vieram antes de mim.

Nelas eu vi força, beleza, coragem, orgulho, e pude sentir, ao degustar as comidas produzidas por suas mãos, que eu ingeria lutas, resistências, ancestralidade. Eu consumia a porção de cada uma delas que aquela comida carrega e que não é percebido por quem não as ouve e/ou não vivencia a experiência de vê-las produzindo-os. Posso afirmar que esta experiência me permitiu me enxergar, ver potencialidades e habilidades, coragem e beleza, onde antes só havia insegurança.

Não é isso que muitos turistas buscam? Ante o contato com as alteridades, eu encontrei as identidades dessas mulheres, o que me fez constatar a vivacidade de São Cristóvão e a variedade de sentidos presentes no município que se perdem suplantados pelo consumo do material. Ao final dessa pesquisa me ficou a certeza de que tão importante quanto os sabores é o capital humano do município e todo o simbolismo que o circunda. Toda comida tem história, e São Cristóvão/SE tem muita estória para contar.



## As Mãos da Cidade Mãe

Denio Azevedo

Mãos que sabem, fazem, satisfazem e aprazem  
 Mãos que plantam, catam, alimentam e sustentam  
 Mãos que trabalham, batalham, orgulham e partilham  
 Mãos que cozinham, embrulham, desempenham e sonham  
 Mãos que vendem, a(s)cedem, dividem e transcendem

As mãos do presente aprenderam com as mãos do passado, os movimentos necessários para transformar os saberes em fazeres. Na gastronomia, essas mãos possuem temperos específicos que podem ser saboreados por quem consome o fruto desse trabalho manual.

O trabalho coletivo das mãos na culinária regional representa a sociabilidade gerada em torno da receita compartilhada na memória coletiva. O encontro de gerações e diferentes gêneros traz a possibilidade de continuidade desse artesanato dos alimentos identitários.

A dança dos dedos do preparo dos alimentos e bebidas sancristóvenses parece ter sido inspirada nos grupos de culturas populares locais. Dá para imaginar Acácia sendo responsável pela Chegança das cozinheiras. O Mestre Rindu dando uma caceteira nos cocos secos. A mistura dos ingredientes parece o encontro dos cordões azul e vermelho do Reisado de Satu. Todos pulando atrás do estandarte do Mestre Jorge. Depois de ralado, Dona Madalena bota o coco para sambar dentro da panela. O resultado final possui uma luz que lembra um tiro de bacamarte na escuridão da praça São Francisco.

Sarôio, Pé-de-moleque, Beiju Molhado e Macasado  
 É dessa forma que esse quarteto é gritado  
 Todos os dias nas ruas das múltiplas cidades  
 Para aguçar o paladar de diferentes idades

Tem ainda a pamonha, os bolos e as bolachinhas de goma  
 Os sabores aguçam o paladar e os cheiros o aroma  
 São saberes e fazeres feitos por mulheres e homens  
 Respeitando a dinamicidade e intangibilidade dos bens

Moquecas, caldos e galinha de capoeira  
 Peixes, camarões e aratu na palha temos na feira  
 Cocada, compotas de caju, goiaba e jaca  
 Bricelets, queijadas e doce de leite de vaca



Licores de jenipapo, jabuticaba e tamarindo  
Bebendo Pisa Macio sigo indo e vindo  
Tudo isso feito na cidade mãe sergipana  
Por mãos que materializam a inteligência humana







## 7 PRODUTOS CONTEMPLADOS NOS KITS

A fim de contribuir para fomentar renda aos autóctones, bem como ofertar degustação da culinária identitária de São Cristóvão, serão montados kits com bebidas e comidas com representação identitária do município, conforme detalhados a seguir:

- 1 – Queijada;
- 2 – Bricelets;
- 3 – Bolachinha de goma;
- 4 – Moqueca de aratu na folha;
- 5 – Pé de moleque de macaxeira;
- 6 – Beijú;
- 7 – Doces;
- 8 – Bolos;
- 9 – Pisa Macio.

Os kits serão distribuídos para os participantes da cerimônia de abertura da exposição, sendo apresentados em sacolas kraft, com alça. Neles conterão as comidas e bebidas representadas nas fotografias da exposição, as quais serão adquiridas diretamente de seus produtores ou produtoras. A prioridade, nesse processo, será concedida aos produtos que forem contemplados com a concessão do selo “Comidas a Cidade Mãe”, outorgado pela Fundação Municipal de Turismo “João Bebe Água”, mediante o cumprimento de princípios e diretrizes estabelecidos.

Dentre estes, destaca-se a premissa de que os produtos devem conter rótulo com marca distintiva para identificar o(a) produtor/produtora da comida, além de informações como data de fabricação (ou lote), vencimento e ingredientes, visto serem informações obrigatórias a constarem em qualquer alimento, inclusive os artesanais, conforme norma da Agência Nacional







de Vigilância Sanitária (ANVISA), a RDC nº 259/2002. Em cada kit haverá um item de cada um dos produtos supracitados.





## 8 CRONOGRAMA

ETAPAS	MÊS 01	MÊS 02	MÊS 03
Organização da exposição			
Divulgação			
Montagem			
Abertura da exposição			
Encerramento			
Desmontagem			
Relatório final			



## 9 RECURSOS MATERIAIS

ITEM	DESCRIÇÃO	QTD	CUSTO UNITÁRIO (R\$)	CUSTO TOTAL (R\$)
1	Painéis fotográficos feito de material PVC, com espessura de 2 mm e impressão UV direta na superfície, medindo 40x50cm	06	<b>40,00</b>	<b>240,00</b>
2	Painéis fotográficos feito de material PVC, com espessura de 2 mm e impressão UV direta na superfície, medindo 60x80cm	13	<b>90,00</b>	<b>1.170,00</b>
3	Impressão de Texto em A3	02	<b>5,00</b>	<b>10,00</b>
4	Pôster fotográfico medindo 80x100cm, para a entrada da exposição	01	<b>140,00</b>	<b>140,00</b>
5	Ficha técnica – banner (60x160cm)	01	<b>45,00</b>	<b>45,00</b>
6	Comidas para kits degustação	30	<b>20,00</b>	<b>600,00</b>
7	Rolo de fita de cetim (10m)	01	<b>7,90</b>	<b>7,90</b>
8	Sacola kraft com alça	30	<b>1,15</b>	<b>34,50</b>
9	Papel rendado (pct. c/ 32 un.)	01	<b>12,99</b>	<b>12,99</b>
10	Carimbo	01	<b>30,00</b>	<b>30,00</b>
11	Custo adicionais	-	-	<b>1.000</b>
<b>TOTAL</b>			<b>3.290,39</b>	



## REFERÊNCIAS

AZEVEDO, D. S. **Turismo, patrimônio e identidades consumo**: construindo sergipanidades. 2014. 290f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio; Apicuri, 2016.

SANTOS, L. L. G. **Projeto Turístico no Polo Costa dos Coqueirais**: Indicação Geográfica das Queijadinhas em São Cristóvão – SE. 2018. 122 f. Projeto Turístico (Especialização em Planejamento do Turismo) – Programa de Pós-graduação em Turismo, Departamento de Turismo, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão









# Mãos da Cidade Mãe

Exposição Fotográfica



Luara Lázaro Gomes dos Santos

**Exposição Fotográfica**  
**Mãos da Cidade Mãe**

Aracaju/SE

2022



# Ficha técnica

Curadoria e fotografia:

Luara Lázaró Gomes dos Santos

Denio Santos Azevedo

Ana Cecília Paes de Souza Espínola

Exposição Fotográfica Mãos da Cidade Mãe | 2022



Fotografia: Cecília Paes, 2021





Bolachinhas de goma  
Fotografia: Cecília Paes, 2021

# Apresentação

A exposição fotográfica “Mãos da Cidade Mãe” contempla os resultados da pesquisa acadêmico-científica "Narrativas Culinárias da Cidade Mãe de Sergipe: a representação das comidas e bebidas identitárias na comunicação turística de São Cristóvão/SE", desenvolvida no Programa de Pós-graduação de Mestrado Profissional em Turismo, do Instituto Federal de Sergipe, pela mestre Luara Lázaro Gomes dos Santos, sob orientação do prof. Dr. Denio Santos Azevedo, a qual contou com a cooperação da mestre Ana Cecília Paes de Sousa Espínola na captação das corporeidades, sabores e fazeres de São Cristóvão/SE.



Esta exposição pretende dar visibilidade às comidas e bebidas produzidas no município de São Cristóvão/SE, com foco nas que detêm elevado valor histórico, simbólico e social para a comunidade local. Nesse contexto, é imprescindível enaltecer, em conjunto, os atores sociais da cadeia produtiva culinária local, aqui representados pelas produtoras e produtores de comidas e bebidas, os quais são responsáveis por perpetuar a cultura alimentar, contribuir para a construção de memórias culinárias afetivas e promover as identidades são-cristovenses.



Fotografia: Cecília Paes, 2021





Cozinheira acendendo forno de  
barro à lenha  
Fotografia: Luara Lázaro, 2021



## Culinária Identitária de São Cristóvão

A culinária identitária do município de São Cristóvão/SE é diretamente influenciada pelas culturas alimentares dos povos indígenas, africanos e europeus, as quais são retratadas nos saberes e fazeres locais, assim como na conjuntura cultural, econômica e social manifesta nos sabores característicos do município.

Logo, as receitas representativas do município, referenciam aos ofícios de pescadores artesanais, marisqueiras e agricultores de subsistência, os quais se utilizam de técnicas artesanais e conhecimentos populares transmitidos pela hereditariedade, para cultivo e extração de insumos utilizados como ingredientes para os preparos culinários.



Fotografia: Cecília Paes, 2021



Os rios, manguezais e árvores frutíferas constantes no entorno, a relevância histórica do ciclo do açúcar no Brasil Colônia, a cultura da mandioca como fonte de subsistência, são responsáveis por imprimir singularidade à cultura alimentar do município.

Essa conjuntura é perceptível através do emprego do açúcar, coco, mandioca, peixes e mariscos como alimentos-base das receitas constantes na culinária local, compondo a dieta alimentar de parcela significativa dos munícipes.



Fotografia: Cecília Paes, 2021





Fotografia: Luara Lázaró, 2021



Fotografia: Denio Azevedo, 2021



Fotografia: Lucas Lázaró, 2022



Fotografia: Cecília Paes, 2022



- Assentamento Rosa Luxemburgo II: bolo e pão de macaxeira;
- Povoado Cabrita: Doces de calda e balas de frutas;
- Colônia Pintos: bolacha de goma, bolos, beijus e correlatos (pé de moleque de puba, saroio, macasado, beiju molhado);
- Apicum: Moqueca na folha (peixe, camarão, aratu);
- Centro Histórico: queijada, bricelet, bolacha de goma, cachaça Pisa Macio, licores;
- Povoado Caípe Velho: Doce, geleia e licor de mangaba;
- Tinharé: Moqueca na folha (aratu);
- Pedreiras: Queijada, bolos, pé de moleque de macaxeira, bolacha de goma, beijus e correlatos (pé de moleque de puba, saroio, macasado, beiju molhado);
- Ilha Grande: Queijada, tainha na brasa, pé de moleque de macaxeira, bolacha de goma, beiju.



Fonte: Luara Lázaró; Ylnah Melo, 2022



Queijadas  
Fotografia: Cecília Paes, 2021

# Na busca pelos sabores da Cidade Mãe

Percorrer o município de São Cristóvão/SE em busca de sabores, saberes e fazeres que despertam o senso de pertencimento nos residentes foi uma viagem pela história, através do legado dos ameríndios, africanos e europeus; foi um banquete para os sentidos diante dos diferentes insumos e modos de usá-los, o que nos apresenta novas texturas, cheiros, sabores e estéticas, além de nos aproximar da terra, do mangue e do rio, a partir do ofício de marisqueiras, pescadores, agricultores de subsistência e produtores artesanais de comidas e bebidas.

Durante essa caminhada, me deparei com mulheres fortes, determinadas e corajosas. Matriarcas que perpetuaram os saberes/fazeres que lhes foram repassados hereditariamente e desempenhados desde a infância, assim como aqueles apreendidos com vizinhas e amigas. Receitas ancestrais que transpassam séculos de luta, resistência e sobrevivência. Com estas comidas e bebidas, filhos e netos foram criados, sonhos foram realizados, dificuldades foram superadas. A comida trouxe para elas meios para sustentar, batalhar, partilhar, alimentar, comer... Viver.

Minha experiência com a culinária de São Cristóvão/SE se revelou uma trajetória pelos aspectos socioantropológicos do município, com início na Cidade Alta, através de D. Marieta, sua queijada e ancestralidade; D. Vera, com seu sorriso fácil e orgulho por ser detentora do ofício de saber/fazer bricelet; D. Cátia e D. Creuza, produtoras de Pisa Macio, cachaça típica do município, cuja receita é guardada a sete chaves; D. Carmem, no povoado Caípe Velho, com sua proza fácil e produção de licores, geleia e doce de mangaba; D. Jeane, nos "Pintos", com seu jeito simples e dotes para doçaria, manifestos na produção de beijus, saorios, pés de moleque, bolos.

Na Cabrita, eu conheci D. Santinha e D. Santaninha, duas doceiras de mão cheia; no Assentamento Rosa Luxemburgo, vi D. Gilda se valer do alimento por ela plantado para produzir bolos e pães; D. Valdelice, beijuzeira das Pedreiras, inspirou, através do seu ofício, a atividade produtiva de toda a família; D. Marleide, marisqueira desse povoado, perpetua uma receita de família aprendida na infância: o pé de moleque de macaxeira, inovação culinária do município; D. Madalena, baluarte das culturas populares na Ilha Grande, mantém múltiplos saberes e fazeres culinários vivos, dentre eles, saborosas queijadinhas; D. Cristiane, marisqueira do povoado Tinharé, cata, quebra e cozinha o aratu, fazendo uma deliciosa moqueca de aratu na folha.

Ao longo dessa pesquisa de campo, eu vivi uma experiência que elevou essas comidas e bebidas a outro patamar. Eu compreendi que as comidas expressam as vivências de quem os produz, além de servir como suporte para que essas mulheres lutem e resistam às intempéries da vida. A presença masculina nesse meio, é mínima, com foco maior na quebra do coco. É às mulheres dedicado o ofício de cozinhar. Essas são, sobretudo, negras, viúvas ou divorciadas, que tem no alimento fonte principal ou complementar de renda.

Percebi técnicas e conhecimentos ancestrais que se perpetuam em uma produção essencialmente artesanal. Vi mãos calejadas e cortadas pelo ofício da cozinha, da maré ou da enxada. Nelas eu me enxerguei, em meio às similaridades, mas, sobretudo, às diferenças. Delas ouvi histórias sobre uma ancestralidade que pouco sei, apesar de me ser comum. Escutei sobre suas vivências, vi algumas de suas angústias, fui apresentada a situações que muito diferem do que eu vivo, mas não das mulheres que vieram antes de mim.



Nelas eu vi força, beleza, coragem, orgulho, e pude sentir, ao degustar as comidas produzidas por suas mãos, que eu ingeria lutas, resistências, ancestralidade, afetividade. Eu consumia a porção de cada uma delas que aquela comida carrega e que não é percebido por quem não as ouve e/ou não vivencia a experiência de vê-las produzindo-os. Posso afirmar que esta experiência permitiu que eu me enxergasse, visse potencialidades e habilidades, coragem e beleza, onde antes só havia insegurança.

Não é isso que muitos turistas buscam?

Ante o contato com as alteridades, eu encontrei identificações com essas mulheres, o que me fez constatar a vivacidade de São Cristóvão e a variedade de sentidos presentes no município que se perdem suplantados pelo consumo do material. Ao final desse percurso, me ficou a certeza de que tão importante quanto os sabores é o capital humano do município e todo o simbolismo que o circunda. Toda comida tem história, e São Cristóvão/SE tem muita estória para contar. Convido vocês a conhecer aqui algumas delas. Experimente a Cidade Mãe de Sergipe!

Luara Lázaro

Curadora

**“Consegui quebrar as correntes da  
escravidão. Saí da senzala, hoje  
estou na Casa Grande. Graças a  
Deus. Com trabalho. Graças a  
comida que produzo. É luta, é  
guerra. É herança da escravidão, é  
herança de família”**

Produtora MS, 2021





Saroios na chapa  
Fotografia: Cecília Paes, 2021





Fotografia: Luara Lázaró, 2021



Fotografia: Cecília Paes, 2022



Fotografia: Cecília Paes, 2022

# NÚCLEOS TEMÁTICOS



**Núcleo temático 1:**

**Mandioca**

Exposição Fotográfica Mãos da Cidade Mãe | 2022

**Mãos peneirando fécula de mandioca**

**Fotografia: Cecília Paes, 2021**



**“Tudo o que tenho é  
graças ao beijú”**

Produtora JA, 2021





“Hoje eu falei pra você, da magia  
e do poder de tudo o que é feito  
à mão”

Bráulio Bessa

---

Mãos que plantam e colhem - agricultor de  
subsistência descascando mandioca recém-  
colhida

---

Autoria: Luara Lázaro

Ano: 2021

“Mãos laboriosas abertas  
sempre para dar, ajudar, unir  
e abençoar”

Cora Coralina

---

Mãos que alimentam e sustentam -  
bejuzeira segurando goma de tapioca  
(fécula de mandioca)

---

Autoria: Cecília Paes

Ano: 2021





“O verdadeiro saber é um  
saborear”

Clarice Lispector

---

Saroios – receita de origem indígena,  
trata-se de variação do beijú, feito com  
fécula de mandioca e coco

---

Autoria: Cecília Paes

Ano: 2021



“Na mão de seda que num afago de  
asa faz abrir os sonhos como  
fontes de água”

José Saramago

---

Mãos que comandam e dividem - beijuzeira  
imersando saroios ( receita de origem indígena,  
trata-se de variação do beijú, feito com fécula de  
mandioca e coco) no leite de coco adoçado  
(também pode ser salgado)

---

Autoria: Luara Lázaró

Ano: 2021





“Numa velha receita de doce e de bolo há uma vida, uma constância”

Ariano Suassuna

---

Pé-de-moleque de macaxeira – receita de origem indígena, que é uma variação do tradicional pé-de-moleque de puba. O doce é feito de macaxeira, coco, açúcar e especiarias, assado envolto de folha de bananeira

---

Autoria: Cecília Paes

Ano: 2021



A photograph showing four round cakes, likely macaxeira, baked in metal tins. The cakes have a golden-brown, slightly cracked top. They are arranged on a light-colored surface. To the right of the cakes is a large coconut with its top removed, showing the white flesh and clear liquid inside. In the bottom left corner, there is a smaller coconut with its top removed, showing the white flesh. The background is a plain, light-colored surface.

## Núcleo temático 2:

**Coco**

**Bolo de macaxeira com coco**  
**Fotografia: Luara Lázaro, 2021**



**“Queria que minha mãe  
e vó tivessem aqui  
para ver onde a  
queijada me levou”**

**Produtora MS, 2021**



“Mãos que alimentam, mãos de  
pai, mãos que mostram os  
caminhos”

Luiz Machado

---

Mãos que cortam e batalham – homens  
quebrando o coco e retirando sua “carne”

---

Autoria: Luara Lázaro

Ano: 2021

“E rala o coco, bota o coco  
na cocada [...] hoje o coco  
não tem fim”

Alceu Valença

---

Mãos que ralam e partilham - doceira ralando  
o coco para fazer cocada (doce de coco ralado  
feito a partir do cozimento do coco em calda  
de água com açúcar)

---

Autoria: Denio Azevedo

Ano: 2021





## “Alma de açúcar, mãos com poesia”

Heitor Rosa

---

Mãos que resistem e ascendem – doceira produzindo queijada (doce de ascendência portuguesa, que teve sua receita modificada pelos escravizados, mediante a substituição da farinha de amendoa pela farinha de mandioca e o queijo pelo coco)

---

Autoria: Luara Lázaro

Ano: 2021



“Ah! O velho fogão de lenha. O fogo estalando o graveto [...] Na fornada os biscoitos de goma de D. Celina”

Luciano Spagnol

---

Bolachas de goma - receita de origem portuguesa, sofreu influência da cultura alimentar indígena e africana, trata-se de um tipo de biscoito doce e seco que são feitos com fécula de mandioca e leite de coco, sendo assados no forno à lenha

---



Autoria: Cecília Paes

Ano: 2021



## “Vive dentro de mim a mulher cozinheira”

Cora Coralina

---

Mãos que produzem e vendem – beijuzeira repassando para a cliente o bolo de milho com leite de coco por ela produzido e comercializado

---

Autoria: Cecília Paes

Ano: 2022



**Núcleo temático 3:**

**Peixes e mariscos**

Mãos assando moqueca de aratu na folha  
Fotografia: Luara Lázaro, 2021



**“A varinha [de catar  
mariscos] é meu  
lápiz”**

**Produtora COSS, 2021**



"Nos morros, areias, orós e mangues, há siris e aratus grudados nas pedras"

**Câmara Cascudo**

---

Aratu (pequeno caranguejo vermelho, típico de áreas de manguezal)

---

Autoria: Cecília Paes

Ano: 2021

“Cada calo em sua mão,  
fortalece o artesão, mantém  
viva sua arte”

Bráulio Bessa

---

Mãos que catam e aprazem – marisqueiras  
quebrando aratu ((pequeno caranguejo  
vermelho, típico de áreas de manguezal) e  
separando o catado (carne do crustáceo)

---

Autoria: Cecília Paes

Ano: 2021







“Quem come dessa carne, nunca  
esquece o aratu”

Guilhermino Ramos

---

Moqueca de aratu na palha - receita de origem indígena, é composta por um catado de aratu (pequeno caranguejo vermelho, típico de áreas de manguezal) enrolado na folha de patioba ou bananeira e cozido no próprio "suco" do crustáceo e dos temperos. Também pode ser feita com peixe e outros mariscos

---

Autoria: Luara Lázaro

Ano: 2022



“O que fica das mãos de ontem –  
intervalos”

Vítor Matos e Sá

---

Mãos que pescam e satisfazem – pescador  
artesanal "limpando" as tainhas por ele pescadas

---

Autoria: Cecília Paes

Ano: 2022





“Muito do saber humano está  
naquilo que você come”

Gilberto Freyre

---

Mãos que cozinham e confortam - cozinheira  
fritando tainha no fogão de barro

---

Autoria: Cecília Paes  
Ano: 2022







**Núcleo temático 4:**

**Açúcar**

Bala artesanal de jenipapo  
Fotografia: Cecília Paes, 2021



**“O forno é meu  
marido”**

**Produtora MMS, 2021**



**“As mãos foram feitas para trazer o futuro”**

Vítor Matos e Sá

---

Mãos que desempenham e sonham – doceira produzindo bricelet (doce conventual, cuja receita é proveniente da Suíça, e foi trazida a São Cristóvão por freiras beneditinas)

---

Autoria: Luara Lázaro

Ano: 2021



“Neste cordel de sabores vamos  
nos deliciar”

Abdias Campos

---

Compotas de caju, doces de queijo e de leite -  
caju e leite cozidos em calda de água com açúcar

---

Autoria: Cecília Paes

Ano: 2021





“Minhas mãos doceiras jamais  
ociosas, fecundas, imensas e  
ocupadas”

Cora Coralina

---

Mãos que sabem e fazem - doceira segurando  
mangabas, ingrediente-base da geleia de  
mangaba por ela produzida

---

Autoria: Cecília Paes

Ano: 2021

“A receita de doce é quase que só arte”

Gilberto Freyre

---

Mãozinhas de jenipapo – doce feito com a “carne” do jenipapo seco ao sol no açúcar

---

Autoria: Cecília Paes

Ano: 2021







“Não importa se é calor ou  
frio, desde que eu tenha o meu  
Pisa Macio”

The Baggios

---

Pisa Macio – bebida alcoólica feita à base de  
cachaça, canela e cravo, muito popular entre os  
jovens são-cristóvenses

---

Autoria: Cecília Paes

Ano: 2021

Panela de barro no fogão à lenha  
Fotografia: Denio Azevedo, 2021





A dança dos dedos do preparo dos alimentos e bebidas são-cristovenses parece ter sido inspirada nos grupos de culturas populares locais. Dá para imaginar Acácia sendo responsável pela Chegança das cozinheiras. O Mestre Rindu dando uma caceteira nos cocos secos. A mistura dos ingredientes parece o encontro dos cordões azul e vermelho do Reisado de Satu. Todos pulando atrás do estandarte do Mestre Jorge. Depois de ralado, Dona Madalena bota o coco para sambar dentro da panela. O resultado final possui uma luz que lembra um tiro de bacamarte na escuridão da praça São Francisco.

Sarôio, Pé-de-moleque, Beiju Molhado e Macasado  
É dessa forma que esse quarteto é gritado  
Todos os dias nas ruas das múltiplas cidades  
Para aguçar o paladar de diferentes idades



Fotografia: Cecília Paes, 2021

Tem ainda a pamonha, os bolos e as bolachinhas de goma  
Os sabores aguçam o paladar e os cheiros o aroma  
São saberes e fazeres feitos por mulheres e homens  
Respeitando a dinamicidade e intangibilidade dos bens

Moquecas, caldos e galinha de capoeira  
Peixes, camarões e aratu na palha temos na feira  
Cocada, compotas de caju, goiaba e jaca  
Bricelets, queijadas e doce de leite de vaca

Licores de jenipapo, jabuticaba e tamarindo  
Bebendo Pisa Macio sigo indo e vindo  
Tudo isso feito na cidade mãe sergipana  
Por mãos que materializam a inteligência humana



Fotografia: Luara Lázaro, 2021



