

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE TURISMO

VAUIZA COSTA DA SILVA

GASTRONOMIA MARANHENSE:

A percepção dos visitantes e turistas sobre a gastronomia ofertada na Casa das Tulhas no
Centro Histórico de São Luís – MA

São Luís
2015

VAUIZA COSTA DA SILVA

GASTRONOMIA MARANHENSE:

A percepção dos visitantes e turistas sobre a gastronomia ofertada na Casa das Tulhas no Centro Histórico de São Luís – MA

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof.^a Ms. Marilene Sabino Bezerra

São Luís
2015

Silva, Vauiza Costa da

Gastronomia maranhense: a percepção dos visitantes e turistas sobre a gastronomia ofertada na Casa das Tulhas no Centro Histórico de São Luís – MA / Vauiza Costa da Silva. – 2015.

85f.

Impresso por computador (Fotocópia).

Monografia (Graduação) – Curso de Turismo. Universidade Federal do Maranhão, 2015.

1. Casa das Tulhas. 2. Turismo. 3. Gastronomia Maranhense. I. Bezerra, Marilene Sabino. (Orientadora). II. Título.

CDU: 376:628 (812.1)

VAUIZA COSTA DA SILVA

**GASTRONOMIA MARANHENSE:
A PERCEPÇÃO DOS VISITANTES E TURISTAS SOBRE A GASTRONOMIA
OFERTADA NA CASA DAS TULHAS NO CENTRO HISTÓRICO DE SÃO LUÍS – MA**

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Aprovada em: ____ / ____ / ____

BANCA EXAMINADORA

Marilene Sabino Bezerra – Orientadora
Mestre em Sustentabilidade de Ecossistemas
Universidade Federal do Maranhão

Prof^ª.Dra. Linda Maria Rodrigues
Universidade Federal do Maranhão

Prof^ª. Ms. Ana Letícia Burity da Silva
Universidade Federal do Maranhão

Dedico especialmente as duas pessoas mais importante da minha vida, minha mãe e minha irmã, que sempre estiveram do meu lado apoiando, incentivando e o mais importante não deixando eu me abater pelos percalços da vida.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço imensamente a Deus pelo dom da vida, por ter me concedido a dádiva de ter vindo a este mundo, cumprir o propósito que ele me determinou. O agradeço, por ter me amparado nos momentos nos quais tive vontade de desistir, pelas bênçãos recebidas, pelas provações e situações que passei ao longo da minha vida, que serviram para o fortalecimento da minha fé.

Agradeço em especial a minha mãe Luzia Costa, a quem eu carinhosamente chamo de “Lú”, pelos ensinamentos, conselhos, puxões de orelha quando necessário, pela boa educação, pelo exemplo de mulher, guerreira, mãe e amiga que sempre foi e sempre será. Minha querida Lú, eu tenho muito orgulho de ser sua filha e agradeço ao Senhor Jesus, por ter permitido que eu nascesse através do seu ventre. Eu te amo muito mãe!

À minha irmã Larissa Costa, que sempre esteve ao meu lado, apoiando e incentivando meus passos. Querida irmã apesar de ser mais nova que eu, sempre cuidou de mim da melhor maneira, ou melhor, dizendo da sua maneira! Sou muito grata a você pelo carinho, amizade, pela paciência nos momentos de tensão e pela alegria nos momentos de diversão que passamos juntas;

Agradeço *in memória* minha avó Maria Amélia Ferreira Lago, que tanto fez por mim e pela nossa família. Vovozinha querida à senhora deixou saudades eternas em meu coração. Sinto muito sua falta principalmente quando chego à sua casa e não lhe encontro, sinto falta também das nossas conversas, da sua comida, das gargalhadas, da sua voz, dos conselhos, dos puxões de orelha, do seu abraço... Mais a senhora teve que partir foi para a morada do Pai, mais continua dentro do meu coração;

Agradeço em especial a minha família, que muito contribuiu para o meu crescimento pessoal. Aos meus tios Manoel, Valter, *in memória* João, *in memória* Antônio, Raimundo, ao meu tio/padrinho Pedro e Regina sua esposa, as minhas tias Ednalva, Marilda e Concita, pelo apoio, confiança e incentivo (que muitas vezes foram monetários). As minhas primas e primos; Ao meu pai Vauíres, pela torcida e pelo amor; Em especial, a minha irmã de coração Enedina Almeida, que entrou na minha vida e só trouxe felicidades. Amada, obrigada pelo carinho, pela amizade, pela confiança e pelas orações que sempre faz por mim;

À minha orientadora, Professora Ms. Marilene Sabino por ter aceitado o meu pedido de orientação, e por toda dedicação, apoio e incentivo na elaboração deste trabalho;

Agradeço a todos os amigos da turma 2009.2, do Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão, Cledna Daiane, Denise Carvalho, Denise Costa, Fabiana, Renan, Mayara Bentes, Laysce, Jean, Tatiana, Maria Raimunda, Arigilson. Valeu pessoal, pelos momentos que passamos juntos! Em especial, agradeço Alfredo, pela amizade de longas datas, há exatamente nove anos! Tudo começou no Liceu Maranhense e continuou na universidade, lembro que a assim que cheguei na UFMA no primeiro dia de aula a primeira pessoa que vi lá no fundo da sala foi você, foi um prazer reencontrá-lo.

À Daylla, pela amizade sincera. Amiga, lembro como se fosse hoje a primeira vez que nos falamos. Quem diria que a nossa amizade fosse acontecer depois de sermos roubadas no mesmo ônibus..... As coisas acontecem na nossa vida quando menos esperamos e a sua amizade foi assim, aconteceu num momento conturbado mais que serviu para que pudéssemos nos conhecer e cultivar ainda mais a nossa amizade. Obrigada também pelos momentos de descontração, que não foram poucos! Agradeço a minha querida amiga Denuilce Campos, pelo carinho, compreensão, pela ajuda nos momentos que mais precisei, pelas noites acordadas e pelos momentos de alegria. Denu, sua amizade não tem preço, sou muito feliz por tê-la como amiga.

Agradeço ao meu namorado Edno Lopes, que sempre esteve ao meu lado nessa jornada, apoiando, incentivando e compreendendo meus momentos de ausência devido aos meus estudos. Querido, saiba que sou grata por todos os momentos que passamos juntos, mesmos os momentos conturbados, que foram precisos para que pudéssemos nos fortalecer diante das provações.

Agradeço pela amizade e confiança das minhas queridas amigas Deltria Lindoso, Gleicyene Lima, Cris Everly, Olga Cardoso, Alessandra Serra, que sempre torceram por mim e estiveram comigo nos momentos tristes e alegres. Essa vitória é nossa, meninas! Em breve serão vocês! Aos meus queridos Sr. Cardoso e *in memória* Sr. PC.

Ao Grupo de Pesquisa Identidades Culturais da Gastronomia Maranhense (GPICG), pelo qual tive a oportunidade de participar e desenvolver minha linha de pesquisa que refletiu na escolha do tema desta monografia. Agradeço também a todos os integrantes do grupo, em especial a Prof^ª Dr^ª. Linda Rodrigues, Prof^ª Ms. Marilene Sabino, Prof^ª Ms. Ana Letícia e Prof^ª Elaine Fernandes; À Empresa Júnior de Turismo – LABOTUR, pelos conhecimentos adquiridos e pela oportunidade de desenvolver minhas habilidades.

“Desistir de aprender é egoísmo. Este é um ditado de que gosto muito. Quando acalentamos o desejo de aprender mais, nossas vidas tornam-se repletas de genuína vitalidade e brilho.”

(Daisaku Ikeda)

RESUMO

A presente pesquisa aborda a relação entre gastronomia e turismo, com enfoque na gastronomia maranhense sob a percepção dos visitantes e turistas. Nota-se que a gastronomia possui grande importância para o turismo no sentido de atendimento das necessidades fisiológicas, na qual o ser humano necessita de alimentação, entretanto, em muitos casos, torna uma relevância cultural e funciona como principal fator motivacional de viagens. Neste sentido, a gastronomia típica configura-se como uma forma de expressão e interação cultural entre visitantes e residentes de uma localidade. O estudo tem como objetivo geral, investigar a gastronomia maranhense ofertada na Casa das Tulhas, no Centro Histórico de São Luís/MA, por meio da percepção dos visitantes e turistas, visando identificar sua representatividade como atrativo turístico da cidade. A pesquisa é quantitativa e qualitativa e foi respaldada em pesquisa bibliográfica, por meio da leitura e *sites* especializados e pesquisa de campo, onde utilizou-se questionários semiestruturados, aplicados junto aos turistas e, entrevistas roteirizadas, com os proprietários de boxes da área de estudo. A pesquisa apontou que, apesar da gastronomia típica possuir um bom grau de aceitação entre os entrevistados, esta ainda não é considerada como fator decisório na escolha do destino São Luís/MA, tendo em vista que atua apenas como um fator de satisfação fisiológica. Dessa forma, sugere-se que haja ações como divulgação, criação de roteiros voltados para a gastronomia, bem como a inserção da mesma nos roteiros já existentes como forma de incrementar o turismo local.

Palavras-Chave: Turismo; Casa das Tulhas, Gastronomia Maranhense; Percepção.

ABSTRACT

This research addresses the relationship between gastronomy and tourism, focusing on Maranhão gastronomy in the perception of visitors and tourists. Note is that the food has great importance for tourism in order to meet the physiological needs, in which the human needs of food, but in many cases, it takes a cultural relevance and functions as the main motivational factor of trip. This is sense the typical gastronomy is configured as a form of expression and cultural interaction between visitors and residents a study has place. The study is to investigate the Maranhão gastronomy offered in Casa das Tulhas São Luis/MA, through the perception of visitors and tourists, to identify their representation as a tourist attraction the city is quantitative and qualitative research and was supported in literature searches, through literature and specialized sites and field research, where we used semi-structured questionnaires administered with tourists and scripted interviews with the owners of the boxes study. A area poll found that despite the typical cuisine has a good degree of acceptance enter the interviewees, this is still not considered as decisive factor in choosing the São Luis / MA destination, considering that acts only as a factor of satisfaction physiological. This form, it is suggested that there are actions such as releases.

Keywords: Tourism; Casa das Tulhas; Gastronomy Maranhense; Perception.

LISTA DE SIGLAS

ENEM	Exame Nacional do Ensino Médio
FIES	Fundo de Financiamento Estudantil
GPICG	Grupo de Pesquisa Identidades Culturais da Gastronomia Maranhense
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico Nacional
OMT	Organização Mundial do Turismo
PPRCHSL	Programa de Preservação e Revitalização do Centro Histórico de São Luís
PROUNI	Programa Universidade Para Todos
SETUR	Secretaria de Turismo
SISU	Sistema de Seleção Unificada
UFMA	Universidade Federal do Maranhão
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Educação

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Novo Perfil do Turista.....	47
Figura 2	Triângulo de Karl Albrecht.....	48
Figura 3	Projeto Original da Casa das Tulhas.....	53
Figura 4	Planta Atual de Ocupação.....	54
Figura 5	Entrada da Casa das Tulhas.....	55
Gráfico 1	Gênero.....	57
Gráfico 2	Local de Origem.....	58
Gráfico 3	Faixa Etária.....	59
Gráfico 4	Escolaridade.....	60
Gráfico 5	Primeira Visita a São Luís.....	62
Gráfico 6	Motivo da Viagem.....	62
Gráfico 7	Conhecimento da gastronomia maranhense.....	64
Gráfico 8	Degustação da gastronomia maranhense.....	65
Gráfico 9	Locais que foram experimentados os pratos.....	66
Gráfico 10	Pratos típicos experimentados com nível de satisfação.....	67
Gráfico 11	Bebidas experimentadas na casa das Tulhas.....	68
Gráfico 12	Prato que mais gostou de experimentar na Casa das Tulhas.....	68
Gráfico 13	Percepção sobre a gastronomia maranhense ofertada na Casa das Tulhas.....	69
Gráfico 14	A gastronomia maranhense como fator motivacional de viagens.....	70
Gráfico 15	Recomendação da gastronomia maranhense ofertada na Casa das Tulhas.....	71
Gráfico 16	Pretensão de retorno a cidade pela gastronomia.....	72

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. BREVE HISTÓRICO DA ALIMENTAÇÃO	17
2.1 Surgimento da Gastronomia e Culinária	20
3. A FORMAÇÃO DA COZINHA BRASILEIRA	23
3.1 Heranças Gastronômicas	24
3.1.1 Herança Gastronômica dos Nativos Indígenas	25
3.1.2 Herança Gastronômica dos Escravos Africanos.....	28
3.1.3 Herança Gastronômica dos Colonizadores Portugueses.....	30
4. GASTRONOMIA E TURISMO	33
4.1 Etimologia, Conceitos e Surgimentos do Fenômeno do Turismo	34
4.2 Definição da Gastronomia.....	37
4.3 Relação da Gastronomia e Turismo.....	38
5. GASTRONOMIA MARANHENSE E SEUS SABORES	42
6. CONSIDERAÇÕES SOBRE PERCEPÇÃO TURISTA	46
7. RESULTADOS E DISCUSSÕES	50
7.1 Metodologia	50
7.2 Características da Área de Estudo	51
7.3 Análise das Entrevistas	56
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	74
REFERÊNCIAS	76
APÊNDICES	81
APÊNDICE – A QUESTIONÁRIO APLICADO AOS VISITANTES E TURISTAS	82
APÊNDICE – B ROTEIRO DE ENTREVISTAS COM OS FEIRANTES MAIS ANTIGOS DA CASA DAS TULHAS	85

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o turismo vem se desenvolvendo e transformando-se em um dos principais vetores de crescimento a nível mundial, contribuindo de maneira significativa para geração de emprego, renda e promoção dos destinos turísticos. A interação entre visitantes e visitados, também é um fator importante no intercâmbio cultural e no desenvolvimento da atividade turística. Neste sentido, a interação com os hábitos e costumes alimentares da comunidade residente, favorece o incremento da gastronomia e da economia local, já que a cultura do outro sempre é novidade para quem chega.

A alimentação possui profunda relação com a história da humanidade, desde os primórdios o homem vivia em busca de alimentos, sendo um fator essencial e insubstituível, tendo em vista que precisamos nos alimentar em qualquer fase da vida, já que o consumo de alimentos no organismo do homem mantém a sua sobrevivência.

Considerando a gastronomia como um elemento marcante na cultura de um povo, faz-se necessário compreender, como esta pode se tornar um atrativo turístico para fomentar a cadeia produtiva do turismo. No que tange a degustação dos pratos típicos, os visitantes e turistas conseguem identificar, conhecer os traços e manifestações culturais da gastronomia local.

A gastronomia, no âmbito do turismo reflete sobre duas vertentes: a primeira configura-se em suprir a necessidade básica de ingerir alimentos e a segunda refere-se como atrativo turístico, causando desejo, curiosidade e por sua vez transformando-se no sentido principal de motivação de deslocamento para determinado destino turístico. Com base na segunda vertente, a cultura expressa através dos modos alimentares de uma sociedade, com suas iguarias, cores, sabores e costumes que caracterizam e os distinguem, causando interesse e encanto por parte dos visitantes e turistas.

O objetivo geral desta pesquisa é investigar a gastronomia maranhense ofertada na Casa das Tulhas, no Centro Histórico de São Luís/MA, por meio da percepção dos visitantes e turistas, visando identificar sua representatividade como atrativo turístico da cidade. Dentre os objetivos específicos cita-se ainda, Identificar os pratos típicos mais conhecidos e consumidos pelos visitantes e turistas que frequentam a Casa das Tulhas; Identificar o nível de aprovação/aceitação dos visitantes e turistas em relação à gastronomia maranhense; Analisar a

potencialidade da gastronomia maranhense como atrativo turístico e; Verificar se a gastronomia maranhense influencia os visitantes e turistas na decisão da escolha do destino São Luís/MA.

A escolha do tema surgiu da necessidade de um maior aprofundamento sobre a temática. Dessa forma, obtive a oportunidade de participar como pesquisadora no Grupo de Pesquisa Identidades Culturais da Gastronomia Maranhense (GPICG), vinculado ao Departamento de Turismo e Hotelaria, localizado na Universidade Federal do Maranhão (UFMA), no qual pude debater sobre a gastronomia maranhense, resultando nesta pesquisa de conclusão de curso.

Quanto à área objeto do estudo, escolheu-se a Casa das Tulhas, um dos mercados mais antigos, localizado no bairro da Praia Grande, Centro Histórico de São Luís/MA, por ser considerado um dos principais atrativos turísticos e possuir profunda relação com a história, cultura e gastronomia da cidade.

A metodologia inicia-se com uma vasta pesquisa bibliográfica, para realização de um embasamento teórico sobre Turismo e Gastronomia, História da Alimentação, Formação da Cozinha Brasileira, Gastronomia Maranhense e aspectos sobre a percepção turística, em livros, revistas, artigos acadêmicos, monografias e *sites* especializados. A pesquisa de campo, contou com a elaboração e aplicação de questionários com visitantes e turistas frequentadores da Casa das Tulhas, para compreensão das suas percepções sobre a gastronomia maranhense, assim como, a realização de entrevistas roteirizadas com os proprietários da área.

Do ponto de vista da organização estrutural, o presente trabalho possui oito capítulos, o primeiro corresponde a esta introdução, o segundo aborda um breve histórico da alimentação, enfatizando desde o início da civilização humana até o surgimento dos conceitos de gastronomia e culinária.

No terceiro capítulo, apresenta-se a formação da gastronomia no Brasil, com enfoque principal na miscigenação das três raças, que conduziram a composição dessa sociedade, e, sobretudo contribuíram introduzindo seus ingredientes, alimentos com formas diferenciadas de conservação e preparação de sua comida.

No quarto capítulo, são apresentados a etimologia, o conceito e o surgimento do fenômeno do turismo. Destaca-se também o surgimento e a definição da gastronomia, e em seguida a relação gastronomia e turismo.

No quinto capítulo, aborda-se a gastronomia maranhense, bem como seus principais elementos. No sexto capítulo, abordam-se as considerações sobre a percepção e a sua importância para o turismo local.

No sétimo capítulo, apresentam-se os resultados e discussões, contendo como subtópicos a metodologia, caracterização da área de estudo, análise dos resultados sobre a questão norteadora desta pesquisa: *Qual a percepção dos visitantes e turistas sobre a gastronomia maranhense ofertada na Casa das Tulhas?*

E para finalizar, no oitavo capítulo, tem-se a conclusão, onde é realizada uma reflexão acerca do que foi percorrido no trabalho, bem como as sugestões de melhoria destinadas para a área de estudo – Casa das Tulhas – no que se refere à parte de alimentação e a infraestrutura do espaço de modo geral, e a inserção da gastronomia como atrativo, e dessa forma contribuir para a promoção do turismo local. Busca também colaborar no cunho acadêmico, para pesquisas futuras sobre esta temática e chamar a atenção dos gestores do turismo tanto no âmbito estadual e municipal, assim como o *trade* turístico da região.

2. BREVE HISTÓRICO DA ALIMENTAÇÃO

A alimentação possui profunda relação com a evolução humana, pois o ato de se alimentar para manter-se vivo e satisfazer a fome, vem desde os primórdios da civilização, sendo considerado um fator primordial para a sobrevivência do homem, por meio desta que são retirados os nutrientes precisos ao bom funcionamento do seu organismo, a esse respeito Fagliari (2005, p.1) ressalta que nessa época “[...] alimentar-se consistia apenas em satisfazer uma necessidade biológica”, na qual o homem obedecia aos seus instintos.

O homem, era também considerado onívoro, comia de tudo como afirma Franco (2001, p.19) que “para saciar sua fome, a humanidade tem-se servido, ao longo de sua história, de quase todo organismo animal e vegetal que teve alcance”. Nessa fase da história, o homem não possuía a capacidade de seleção dos alimentos, comia o que pudesse caçar ou pescar, alimentava-se de vários tipos de caça, tais como: ursos, elefantes, renas, javalis, pássaros e dentre outros. O consumo desses animais era de forma *in natura*, pois até então ele ainda não tinha conhecimento do fogo.

Na pré-história, o homem vivia em pequenos grupos e permaneciam em determinados locais desfrutando das fontes alimentares disponíveis, mas devido às constantes variações climáticas e ambientais e, sobretudo a falta de alimentos, o ser humano passou a se deslocar de um lado para o outro em busca de melhores condições de sobrevivência, sendo assim chamados de nômades. A espécie humana, por sua vez foi ocupando várias partes do mundo. Conforme, as autoras Freixa; Chaves (2012) *apud* Silva (2014, p. 25) mencionam que, a relação de deslocamento humano se deve ao processo climático da terra e a manutenção das temperaturas a cerca de dez mil anos. Quanto ao processo de cultivo, seleção e coleta dos alimentos, apontam que o surgimento da agricultura se deu nessa época, quando o homem percebe que as sementes caídas no solo brotariam plantas e árvores na qual lhes dariam frutos.

Para Schluter (2003, p.19) a iniciativa de criar animais, caçar, plantar, coletar e cozer os alimentos possuía profunda relação na distinção entre o homem e os animais. Haja vista que, o instinto de sobrevivência aflorava de tal forma que o desenvolvimento dessas atividades se tornava indispensáveis para sobrevivência humana.

Dessa forma, o homem deixou de ser nômade, a partir do momento em que passou cultivar a terra e conseqüentemente colheu os frutos, sendo assim deixa-se fixar em um local no qual pudesse praticar as habilidades desenvolvidas ao longo de sua jornada, surge então à agricultura, que foi um dos principais acontecimentos dessa época junto com o descobrimento do fogo.

De acordo com Montanari (2008, p. 56) o fogo possui profunda relação com o início da humanidade. Destaca ainda, que o deus “Prometeu”¹ roubou este elemento que pertencia somente aos deuses e o entregou aos homens. Mitos a parte, o descobrimento do fogo atuou como sendo um momento constitutivo e fundador da civilização humana, sendo assim tornou-se o artífice da humanidade.

Pode-se dizer que o fogo foi à principal descoberta do homem, visto que tal elemento além de contribuir para o aquecimento dos indivíduos, nos dias frios, também afastavam os outros predadores, devido as suas chamas pela qual os animais temiam, contribuindo-se de forma decisiva na sua alimentação. Com o descobrimento e o domínio do fogo, o homem passou a desenvolver mudanças alimentares, o que antes era consumido cru passou a ser cozido ou assado. Pois, este aprendeu a produzir seus próprios utensílios domésticos, já que possuíam o fogo, precisavam de recipientes para o cozimento dos alimentos, dessa forma surgem às primeiras panelas produzidas de barro e pedra, o que facilitou a preparação, a conservação e o cozimento dos alimentos.

Munidos de elementos, que favoreceram o seu desenvolvimento e a sua diferenciação dos outros animais, o homem passou a conviver em grupos em um só local, como já foi citado, onde os mesmos cultivavam, caçavam, pescavam e se alimentavam juntos, satisfazendo assim suas necessidades fisiológicas básicas e mantendo um convívio familiar e social. Diante disso, percebe-se que o homem, de forma tímida começa a apresentar um convívio social por meio da alimentação.

É nessa perspectiva, que a “alimentação é o ato de combinar ingredientes para o consumo, para dessa forma, saciar uma necessidade básica” (AGUIAR, 2009, p. 12). Contudo, a alimentação vai muito além de uma satisfação fisiológica, é algo que pede complemento além do prato principal, a presença de boas companhias, dessa maneira, é considerada como fonte de socialização e intercâmbio cultural. A esse respeito, Montanari (2008, p.157) completa dizendo que “[...] não nos convidamos uns aos outros para comer e

¹ Prometeus – deus da mitologia Grega.

beber simplesmente, mas para comer e beber juntos”, ou seja, o prazer de degustar bons alimentos além de ser saboroso está atrelado a boas companhias, instigando assim a interação social. O sentar-se à mesa, ao lado de amigos e familiares ou mesmo de desconhecidos, reflete em muitas civilizações, como sendo uma simples relação entre os indivíduos, sendo considerada algo sagrado, para muitas outras.

Enquanto em algumas sociedades, o ato de se alimentar é considerado mais rígido, controlado e simbólico, principalmente nas religiosas, o sentido é muito mais que saciar a fome, onde cada consumo ou não, de dado alimento possuem seus significados emblemáticos, em outras, a alimentação torna-se algo elitizado, gerando *status* a quem come, o que come e onde come sendo capaz de definir sua classe social. Como ressalta Schluter (2003, p.31):

[...] a alimentação possibilita a ascensão a uma classe social, ela atua como um fator de diferenciação cultural, pois, ao comer incorporam-se não apenas as características físicas dos alimentos, mas também seus valores simbólicos e imaginários, que, à semelhança das qualidades nutritivas, passam a fazer parte do próprio ser.

Cabe ressaltar, que os hábitos alimentares influenciam no modo de vida da sociedade, levando em conta que alguns alimentos como, a carne vermelha, por exemplo, em muitas sociedades é considerada insana enquanto para outras, é fartura; os insetos são para muitos motivos de aversão, enquanto para os ocidentais é prato principal e muito consumido; o caviar para uns é motivo de *status* social, enquanto muitos nunca tiveram a oportunidade de conhecer essa iguaria. Nota-se, que a gastronomia pode ser em muitos casos motivo de distinção entre as pessoas e suas respectivas classes sociais, mas algo que não se pode deixar de mencionar é que a mesma também pode unir as pessoas, levando em consideração os pensamentos de Schluter (2003, p.39) onde cita que:

Comer é um ato que raramente se faz em solidão. A comida e a bebida são, em geral, atos sociais em que a família ou amigos se reúnem ao redor da mesa em algum lugar, porque a comensalidade deve ser vista a partir dos lugares onde se produz essa interação social.

Na Grécia, a comensalidade é retratada por Flandrin e Montanari (1996, p. 108) *apud* Massimi (2006, p. 255) da seguinte maneira, a realização de banquetes servia para a diferenciação dos homens civilizados, dos bárbaros e dos animais. Os motivos para a realização de banquetes eram variados, iam desde pequenas reuniões, entre familiares e

amigos até grandes celebrações como: casamentos, fechamento de negócios, dentre outros. Estar ao lado de bons convivas e praticar a sociabilidade eram de inestimável valor.

É importante ressaltar, que desde as primeiras civilizações é possível perceber as modificações que conduzem o ato de se alimentar, seja pelos elementos culturais, geográficos, religiosos, étnicos, socioeconômicos, dentre outros. Pode-se dizer, que além dos fatores já citados, a variedade de gêneros alimentícios consiste também nessas mudanças, principalmente quando o homem passa a perceber que a alimentação possui outro significado além de necessidade básica, que é o comer por prazer. (SCHLUTER *apud* FAGLIARI, 2005, p.5).

De acordo com Franco (2001, p. 22), em suas considerações a respeito das necessidades fisiológicas – a fome – e dos fatores psicológicos – o apetite –, explica que a primeira é uma carência de alimentos que vai se manifestando em ciclos e o apetite, por sua vez, consiste no estado mental, no qual emitem sensações de prazer ao ato de saciar a fome. A partir dessa distinção da alimentação, foram surgindo os primeiros indícios sobre o surgimento da gastronomia.

2.1 Surgimento da Gastronomia

O homem possui a necessidade de absorção dos nutrientes, que estão disponíveis nos alimentos, para sustentação e manutenção de uma vida saudável. Ao longo dos tempos, foi adaptando-se as condições da natureza e sobreviveu como caçador e coletor de raízes e frutos, sendo que, posteriormente, passou a plantar e colher frutos do seu esforço, “moldando suas atividades, passando de caçador a produtor de alimentos e ganhando na cadeia biológica” (FRANCO, 2001, p.19).

Em consonância com a história da humanidade, a alimentação vem passando por algumas transformações que conduziram o instinto de saciar a fome ao prazer e a satisfação de degustar alimentos. A esse respeito, podemos destacar que as influências da gastronomia surgem desde a antiguidade, conforme afirma Braune (2007, p. 22), para os gregos a comida era fonte de alimento para o corpo e para o espírito, ressalta também sobre a importância, com relação à invenção das louças de barro, o uso da cerâmica, as panelas de ferro e a fermentação

dos alimentos. Outro fator, importante e revolucionário na história da humanidade, junto à gastronomia foi à descoberta do fogo, onde o homem pré-histórico percebeu que o calor deste tornava-se os alimentos mais fáceis de serem mastigados.

O termo gastronomia acredita-se, que surgiu na Grécia e de acordo com o vocábulo grego temos a seguinte explicação: *gaster* significa *ventre, estômago*, *nome* significa *lei* e *-ia* é o sufixo que o transforma em substantivo. Sendo traduzida como “estudo ou observância das leis do estômago” (FRANCO, 2001, p. 37).

Conforme afirma Braune (2007) “a gastronomia existe porque, além da necessidade de se alimentar, o homem é um animal estético e, sobretudo, um ser social, que vive em comunidade”. Nota-se, que a gastronomia possui um desempenho relevante dentro do convívio social, permitindo que exista um intercâmbio entre as culturas por meio de suas iguarias alimentícias.

Nessa perspectiva, Braune (2007) define a gastronomia “como a arte de cozinhar bem ou de se regalar com boa comida. Ela é [...] uma disciplina que exige arte não somente de quem a executa, mas também de quem a consome ou usufrui”. Compreende-se, que por trás da arte de produzir boas comidas, existe um prazer de quem a produz e a consome, tornando assim com que a alimentação se tornasse algo muito além de uma simples refeição, com objetivo de satisfazer seus instintos fisiológicos.

Os termos gastronomia e culinária surgiram, a partir do momento em que houve a existência de um apetite que induzisse as pessoas a se alimentarem por outro motivo, que não fosse somente à fome (FAGLIARI, 2005, p.2), pois até então, a alimentação estava pautada exclusivamente para este fim, garantindo assim o seu sustento. Partindo dessa premissa, vale ressaltar, que apesar da gastronomia e a culinária possuírem relação com a alimentação, estas são totalmente distintas. Portanto, faz-se necessário compreender a diferença entre as mesmas.

Segundo Fornari (2001) entende-se por culinária como “a arte, a ciência, a técnica, o dom e a alegria de cozinhar”, já por gastronomia com “[...] o virtuosismo da culinária. Ciência de preparar os alimentos com requinte para deles obter o máximo de prazer, tanto para o paladar, quanto para os olhos. É a arte de regalar-se com finos acepipes² [...]”. Diante de tal explicação, nota-se a distinção entre ambas, enquanto a primeira está voltada para as técnicas culinárias, na sua forma de preparação dos alimentos, a segunda preocupa-se mais com a parte de apreciação e estética do alimento, que será apresentado à mesa, também

² Acepipes - Do Árabe arcaico *azzibib* = “passa”. É uma designação, hoje meio fora de moda, de qualquer iguaria requintada. (FORNARI, 2002, p.15)

engloba a culinária, bebidas, ingredientes e formas de preparo e todo o cenário em volta, ou seja, a gastronomia possui um foro mais abrangente que a culinária.

Nesta colocação, o autor abrange a gastronomia como a sabedoria de preparar pratos requintados, e, sobretudo proporcionar aos que degustam sensações prazerosas, por meio de ingredientes e técnicas características de cada região. Dessa maneira, a gastronomia torna-se um dos fortes fatores de identificação de um povo.

3. A FORMAÇÃO DA COZINHA BRASILEIRA

A cultura de povo é definida pelas suas tradições, religiões, seus saberes, fazeres e suas manifestações culturais, por meio das danças, artes, culinária local, dentre outros costumes que também fazem parte da construção dos grupos sociais. Neste sentido, Santos (1994, p. 44-45 *apud* CASTRO; SANTOS, 2012, p.159) define cultura como sendo:

[...] um produto da história de cada sociedade, é uma dimensão do processo social, da vida em sociedade. Não diz respeito apenas a um conjunto de práticas e concepções ou apenas uma parte da vida social, independente da mesma. Ou seja, cultura diz respeito a todos os aspectos da vida social.

Na visão de Montanari (2008, p.26) a cultura, é entendida como a junção de dois fatores fundamentais, a tradição e a inovação:

O que chamamos de cultura coloca-se no ponto de intersecção entre tradição e inovação. É tradição porque construída pelos saberes, pelas técnicas, pelos valores que nos são transmitidos. É inovação porque aqueles saberes, aquelas técnicas e aqueles valores modificam a posição do homem no contexto ambiental, tornando-o capaz de experimentar novas realidades. Inovação bem-sucedida: assim poderíamos definir a tradição. A cultura é a interface entre as duas perspectivas.

Diante do contexto acima, pode-se perceber que a cultura é um elemento primordial, no que diz respeito à identidade de um povo, pois esta é caracterizada como estilo de vida, como modo de vestir-se, falar-se, bem como o preparo e a degustação dos alimentos. Em contrapartida, é necessário lembrar que a inovação não deve se sobrepor a tradição, pois as raízes de um povo devem ser resguardadas, para o maior incremento da atividade turística local.

No que diz respeito, ao modo de se alimentar “[...] cada povo criou sua cozinha de acordo com os recursos disponíveis e uma seleção própria de alimentos ditada por sua cultura” (BRAUNE, 2007, p.18). A partir daí, pode-se obter uma diversificada gastronomia em volta da humanidade, tendo em vista que cada povo utilizou de recursos e iguarias próprios para o seu desenvolvimento.

Como um processo consciente e voluntário, a alimentação, é um instinto humano enraizado desde o seu surgimento, o modo pelo qual nos alimentamos nos diferem de outras culturas, obtendo assim diferentes regras em cada sociedade (SCHLUTER, 2003, p. 13),

portanto, o alimento que nos nutre e os hábitos alimentares que possuímos são heranças repassadas de geração em geração, de forma empírica, fortalecendo assim as raízes culturais expressadas por meio da comida. A alimentação é sabidamente, fruto das influências sociais e culturais do homem; é fonte de conhecimento do estilo de vida de um povo.

A comida como cultura, nos faz refletir sobre a relação do homem com o ambiente social, por meio dessa relação percebemos os códigos de sua herança cultural, que se expandi e vai desde o seu preparo até sua degustação e apresentação do alimento à mesa. É nessa perspectiva que, Montanari (2008, p. 16) nos faz refletir que a:

Comida é cultura quando preparada, porque, uma vez adquiridos os produtos-base da alimentação, o homem os transforma mediante o uso do fogo e de uma elaborada tecnologia que se exprime nas práticas da cozinha. Comida é cultura quando consumida, porque o homem, embora podendo comer de tudo, ou talvez justamente por isso, na verdade não come qualquer coisa, mas escolhe a própria comida, com critérios ligados tanto as dimensões econômicas e nutricionais do gesto quanto aos valores simbólicos de que a própria comida se reveste. Por meio de tais percursos, a comida se apresenta como elemento decisivo da identidade humana e como um dos mais eficazes instrumentos para comunicá-la.

Cabe ressaltar-se, que o homem por intermédio do fogo e de suas habilidades se diferencia dos outros animais como já havíamos citado, este contribui com particularidades para o seu meio, utilizando de conhecimentos próprios e de subsídios para a preparação dos alimentos, que por sua vez, influenciam na formação de sua gastronomia criando assim, a identidade cultural de uma localidade. No Brasil, não foi diferente, cada povo que aqui estava ou se instalou contribuiu para a formação de sua cozinha, transformando-a em um emaranhado de aromas, sabores e cores.

3.1 Heranças gastronômicas do Brasil

As heranças gastronômicas do Brasil surgiram de uma combinação, na qual se destacam os protagonistas, formados por três povos – os colonizadores portugueses, os negros africanos e os nativos indígenas – que uniram seus ingredientes, tradições e técnicas distintas na arte de preparar os seus alimentos, refletindo dessa maneira na diversificação dos pratos típicos, de cada região do país. Os pratos típicos formam o que Maciel (2011) *apud* Silva

(2014, p.52) chamou de “Cozinha Emblemática, expressando identidades”, os mesmos contém não somente os ingredientes precisos para a formação do prato, estes carregam também especialmente a responsabilidade de representarem a localidade.

3.1.1 Heranças Gastronômicas dos nativos Indígenas

Sobre a chegada dos portugueses no Brasil, Pero Vaz de Caminha, escrivão da expedição colonizadora, comandada por Pedro Álvares Cabral, faz algumas considerações a respeito dos primeiros contatos com os nativos, destacando os registros sobre a alimentação e a cultura indígena:

[...] não lavravam, nem criavam. Não há boi, nem cabra, nem ovelha, nem galinha, nem qualquer outra alimária, que costumada seja ao viver dos homens. Nem comem senão desse inhame, que aqui há muito, e dessa semente e frutos, que a terra e as árvores de si lançam. E com isso andam tais e tão rijos e tão nédios que o não somos nós tanto, com quanto trigo e legumes comemos (CASCUDO, 2004, p.75).

Nesse trecho da carta de Caminha, citada no livro de Cascudo mostra como os índios viviam e como eram saudáveis devido a sua alimentação. O escrivão ressalta, que o nativo não criava e nem lavrava, pois a sua mercearia estava ao seu dispor, sustentavam-se da natureza que era farta, por tanto não se preocupavam em cultivar ou mesmo criar animais. Viviam livremente com suas tradições, até a chegada dos colonizadores.

Cabe ressaltar, que na época do descobrimento, quando os portugueses aportaram no Brasil, os indígenas que aqui se encontravam já possuíam hábitos alimentares variados, como o consumo de raízes, frutas, peixes, carne de animais provenientes da caça, legumes, vegetais, dentre outros, desse modo contribuíram de forma positiva para a evolução da culinária do país (LANCELOTTI 2000 *apud* FAGLIARI, 2005, p.112).

A cozinha indígena era bem simples, não possuía tanto requinte com relação à dos colonizadores, porém dispunha de elementos peculiares, e de autênticas técnicas culinárias desenvolvidas dentro dos parâmetros de sua cultura, que foram fornecidas para a formação da gastronomia brasileira. Na cozinha, possuíam utensílios feitos pelas próprias índias, como as panelas, espetos, que eram utilizados para assar a comida, dentre outros. Um dos utensílios

que merece destaque é a *moquém*, um tipo de grelha utilizada para “[...] à conservação do alimento e não ao seu preparo para consumo imediato” (CASCUDO, 2004, p. 86). Esse tipo de instrumento utilizado pelos indígenas era o que tinham de mais surpreendente, no que se refere ao uso de técnicas culinárias, atraindo assim a curiosidade dos colonizadores.

O alimento que não podia faltar nas refeições indígenas, considerado essencial era a *mandioca* chamada por Cascudo (2004, p.95) como “rainha dos trópicos [...]”, derivavam-se desta outros subprodutos dos quais pode-se destacar a farinha, muito apreciada por este povo. Por mais que tivesse outros alimentos à presença da farinha era fundamental, a mesma era consumida diariamente nas comidas ou até mesmo sozinha, sendo o carro chefe da alimentação e o orgulho da cultura indígena.

A farinha que já fazia parte do cardápio indígena entrou no gosto do colonizador e estava presente na maioria de suas refeições. Sendo que, a sua fabricação é contada por H.C de Sousa Araújo (*apud* FREYRE, 2003, p.195) da seguinte maneira:

A maceração termina quando a mandioca larga a casca, sendo então transportada para cochos com água, onde permanece mais alguns dias. Depois de bem mole, é esmagada ou ralada e a massa colocada em longos tipitis cônicos, feitos de embira ou de taquara trançada. Esses tipitis têm um e meio a dois metros e outro tanto de comprido e são pendurados na cumeeira da casa depois de bem cheios, amarrando-se na sua extremidade inferior uma grande pedra. Quando a água da mandioca, chamada tucupi, cessa de escorrer, tiram a massa amilácea, e levam-na ao sol para secar, operação esta que termina ao forno. Resulta sempre uma farinha grossa, constituída de bolinhas duras, de difícil trituração na boca. (H.C DE SOUSA ARAÚJO *apud* FREYRE, 2003, p.195).

Percebe-se, que na cultura indígena assim como em outras cozinhas o preparo dos alimentos, é feito minuciosamente dentro de suas tradições. Cascudo (2004, p. 92) afirma que “há quase cinco séculos a farinha continua mantendo o prestígio no crédito popular [...]” sendo consumida pura ou de várias formas, ainda marca forte presença à mesa do brasileiro, servindo como um ingrediente complementar das refeições.

Mais não só de mandioca e seus subprodutos viviam os primeiros habitantes do país, estes também eram dotados de grande fartura e diversidades de alimentos. Os povos nativos deixaram muitos legados para a cozinha brasileira. De acordo com Cascudo (2004, p. 156) deve-se a esse grupo social, vários alimentos presentes que compõe à mesa do brasileiro como: o milho e seus derivados, a castanha de caju, o consumo de peixes, a carne assada no *móquem*, o palmito, óleos vegetais, a paçoca, a moqueca, o caruru, o churrasco, dentre outros.

Presentearam-nos também, com a “rede”, objeto pelo qual era muito utilizado por eles para dormir e descansar, principalmente depois do almoço, para ajudar na digestão.

Os vestígios da influência nativa estão presentes na culinária do país, com maior evidência na Região Amazônica. O tucupi e o tacacá são fortes exemplos dos costumes indígenas que refletem na culinária nortista, engrandecendo ainda mais a diversidade da gastronomia brasileira. Vale ressaltar, que estes elementos são oriundos da mandioca, o primeiro é um tipo de molho, extraído a partir do suco desta raiz e o segundo uma espécie de mingau ou caldo diferenciado (BRAUNE, 2007, p.69).

A região nortista do país possui características fortes na sua cultura principalmente no que se refere ao sabor de suas refeições, o que denota certo tempo para adaptação do consumo de determinados pratos típicos. Segundo Freyre (2003, p.196), o estado da Amazônia se destaca como:

Área de cultura brasileira mais impregnada de influência cabocla: o que aí se come tem ainda gosto de mato; é enrolado em folha de palmeira ou de bananeira; leva castanha de caju; prepara-se em cuia; é polvilhado de puçanga feita de folhas de *kurumikáa* torrada; e os nomes são ainda os dos índios; com um quer que seja de estrangeiro à primeira vista. Mas só à primeira vista. Quitutes e nomes de quitutes indígenas desmancham-se familiarmente na boca do brasileiro: um gosto de conhecidos velhos desfaz a primeira impressão de exóticos. É quando sentimos o muito que nos ficou de fundamentalmente agreste no paladar e no ritmo do idioma; o muito que nos ficou dos nossos antepassados tupis e tapuias.

A influência aborígine, para a gastronomia brasileira foi um fator marcante, sendo percebido pelo modo que os mesmos dispunham de iguarias voltadas principalmente para uma alimentação mais saudável, com a inexistência de frituras, mesmo possuindo acesso a óleos e azeites. No que referem-se às bebidas, os nativos do Brasil tinham muita intimidade com estas, pois além de consumi-las abundantemente em festas e celebrações nas aldeias, também a produziam, em contrapartida não tinham costume de acompanhar a comida com a bebida, tomavam água separada das refeições (BRAUNE, 2007, p.69).

As bebidas indígenas eram fabricadas pelas mulheres, que utilizavam raízes e frutas na sua produção, havendo divergências entre historiadores, sobre a fabricação das mesmas, enquanto o português Pero de Magalhães Gandavo cita que as bebidas eram feitas especificamente pelas moças das tribos, o alemão Georges Marcgrave discorda relatando, que as bebidas eram produzidas pelas mulheres velhas e enfatiza que quanto mais velha melhor (BRAUNE, 2007, p.70). Portanto, fica claro que na cultura indígena existem muitos rituais e

crendices, que estes seguem a risca. Cada um tinha seu papel dentre da aldeia, enquanto os homens caçavam, pescavam ou participava de rituais que as índias não podiam participar, as mulheres eram responsáveis por outros serviços, como cuidar das ocas, das crianças, e do preparo da comida e bebida.

3.1.2 Herança Gastronômica dos Colonizadores Portugueses

Com a presença dos portugueses no Brasil, inicia-se a sua colonização e por sua vez a sua sociedade, por meio da miscigenação entre os povos que já estavam por aqui, como os índios e os que foram trazidos, no caso os escravos africanos, no período do descobrimento.

Quando os portugueses chegaram em terras brasileiras, trouxeram muitas novidades, até então desconhecida pelos nativos. Distantes do seu local de origem, os colonizadores tiveram que se adaptar de certo modo ao novo estilo de vida que estava por vir. Preparados para ficar no Brasil resolveram recriar o seu ambiente familiar, trazendo animais como vacas, bois, carneiros, cabras, ovelhas, galinhas, porcos, patos e gansos, a fim de manter seus costumes e garantindo dessa forma, a alimentação na qual estavam acostumados (BRAUNE, 2007, p.74). O modo de vida dos portugueses era totalmente desconhecido pelos nativos, pois os mesmos não cultivavam e nem tinham o hábito de criar os animais com a intenção de abatê-los.

Com relação aos outros alimentos trazidos pelos colonizadores, Braune (2007, p. 74-75) destaca: à cana-de-açúcar, o trigo, o toucinho, a linguiça, o presunto, o vinho, as hortaliças, o azeite, o vinagre, esses alimentos foram introduzidos no cardápio do Brasil colônia. A cerca disso, Ornellas (2000, p. 228) aponta ainda outras contribuições como as frutas cítricas, as mangueiras, bananeiras doces e especiarias, as quais já eram objetos de comércio, por parte dos portugueses, ou que faziam necessário ao seu uso.

Dentre os alimentos marcantes da história do país, destaca-se o feijão, que já era conhecido pelos colonizados, pois este proporcionava força e energia para encarar o trabalho braçal, agindo como uma espécie de suplemento alimentar. Quanto a isto, Lopes (2009, p. 40) destaca que “aos olhos da cunha, cozinheira e amante, o feijão apareceu como um reforço

alimentar; os filhos já desmamados eram habituados a comer o caldo do feijão e a mastigá-lo com qualquer carne, o ‘cozido’ que os portugueses repetiram por aqui”. Dessa maneira, este alimento ganhou espaço e o gosto entre os colonizadores e colonizados.

Como um símbolo da gastronomia brasileira, a feijoada representa o país a nível internacional. De acordo com Christo (2006, p. 137 *apud* SIMONCINI, 2012, p.177) este iguaria surgiu da seguinte forma:

Os senhores de engenho comiam, como era de uso, muita carne de porco. As partes mais nobres deste animal, como o lombo, pernil, costeletas, faziam parte da mesa do senhor. As partes não aproveitadas, como o rabo, orelha, pés e focinho, iam para a senzala onde o negro aproveitava para cozinhá-las junto com o feijão, enriquecendo-o com o seu sabor. Este prato ficava tão saboroso que os próprios patrões passaram a fazer uso na sua mesa.

Elucida-se, que este prato originou-se nas senzalas e difundiu-se nas casas europeias, é uma mistura de saberes e fazeres das etnias, que contribuíram com seus ingredientes e técnicas para sua formação. Esta iguaria é muito apreciada pelos brasileiros e pelos visitantes e turistas que chegam ao país, servindo dessa forma com um fator da identidade cultural.

A introdução de novos ingredientes, técnicas culinárias, adaptação das receitas nativas pelos portugueses e surgimento de outras, fomentaram ainda mais o cardápio brasileiro deixando-o diversificado e saboroso, contribuindo de forma significativa para nossa alimentação. As contribuições portuguesas para a gastronomia brasileira, pode-se dizer que foi a mais requintada, com relação ao tripé de sua formação. De acordo com Braune (2007, p.75) o papel da mulher lusa foi fundamental para este feito:

A mulher portuguesa valorizou iguarias simples, como o beiju, e molhá-lo ao leite, e soube usar o ovo de galinha como nenhuma cunha ou mucama antes fizera. Introduziu a fritura. Com açúcar ou mel acrescentou seu toque cultural ao mingau de carimã (farinha de mandioca seca e fina). E dela foram saindo os primeiros bolos brasileiros com leite de vaca e gema de ovo [...].

A portuguesa soube aproveitar muito bem o milho, trazido pelos africanos para o Brasil, e o ovo de galinha, este não era muito apreciado pelos nativos e africanos, com esses elementos surgiram às sobremesas, bolos, canjicas, pudins, dentre outras iguarias. (TEIXEIRA, 2004). De acordo com Lima (2012, p.45) herdamos ainda de sua opulenta cozinha, uma variedade de ingredientes, temperos e pratos formatados como: os cozidões, a

bacalhoadada, os caldos, o cominho, gosto pelos ovos, pela cebola, pelas carnes de boi, de carneiro, de bode e de galinha.

Para Cascudo (2004, p.239) aos colonizadores portugueses, devemos ainda duas importantes contribuições para a cozinha brasileira: a valorização do sal e a revelação do açúcar aos nativos e aos escravos. Sendo, que é justamente com o açúcar que as matronas portuguesas são destaque do país, elas souberam como ninguém integrar seus dons culinários com as especiarias dos nativos, a fim de reproduzir sua doçaria surgiram esses deliciosos quitutes que ainda rodeiam nossas mesas.

3.1.3 Heranças Gastronômicas dos Escravos Africanos

Os negros trazidos para o Brasil, não se sabe ao certo quantos, eram de várias partes da África, destacando as regiões do Congo de Angola, Guiné, Senegal, Moçambique. Viviam na escravidão e em condições sub-humanas, nas senzalas (local onde eram “depositados” os escravos), eram vendidos como se fossem mercadorias e obrigados a trabalhar de forma braçal para seus senhores, principalmente nos engenhos de cana de açúcar e outros serviços como na pecuária e na mineração, também eram utilizados nos serviços domésticos. Não tinham salários, muito menos podiam reclamar das condições precárias a qual viviam. Quanto a sua alimentação era muito simples, eram-lhes servidas pequenas porções de comida e não tinham o direito de escolher o que comer (TEIXEIRA, 2004).

No Brasil colônia, onde os negros africanos eram escravos, não possuíam voz nem vez, não podiam comer o que queriam muito menos saborear seus quitutes, pois estavam totalmente distantes de seu local de procedência, e seus senhores não permitiam que os mesmos saboreassem outras comidas a não serem as que lhes eram servidas, então resolveram improvisar com o que lhes eram oferecidos, desde o seu deslocamento da África nos porões dos navios Portugueses até sua chegada no Brasil. Era-lhes servida uma espécie de “ração”, no caso a farinha que os colonizadores conheceram por meio dos indígenas no Brasil (CASCUDO, 2008, p.199).

Como a farinha era o alimento que lhes ofereciam os africanos por sua vez, começaram a se acostumarem e a fazerem pequenas misturas influenciadas pelos portugueses,

como o mingau e o pirão. O pirão por sua vez, ganhou destaque na alimentação do brasileiro, como enfatiza Leal (1988) apud Teixeira (2004, p. 25):

Acabou se firmando como acompanhamento perfeito para carnes e peixes, mas não como iguaria isolada como era o mingau. Ele se tornou tão comum e diário na alimentação brasileira que a palavra passou a ser usada para indicar o próprio alimento. “Está na hora do pirão”

A presença da cultura negra no Brasil trouxe marcos importantes para a economia do país – presença literalmente forte nos canaviais –, na sociedade influenciou na formação e no nascimento de novos integrantes regidos da miscigenação entre os povos, quanto a vida doméstica resta-nos acentuar a culinária do escravo africano, que dominou a cozinha colonial enriquecendo-a de variedade e sabores trazidos do seu país e misturados com outros pratos portugueses e indígenas (FREYRE, 2003, p. 286 – 287).

A parcela de contribuição dos africanos para a cozinha brasileira é citada por Ramos (*apud* CASCUDO, 2008, p. 106), que mostra a riqueza dessa culinária:

O africano trouxe uma cozinha muito mais variada e complexa. Foi o Negro que introduziu, no Brasil, o azeite de coco de dendê (*Elais guineenses*), o camarão seco, a pimenta-malagueta, o inhame, as várias folhas para o preparo de molhos, condimentos e pratos. E o que é mais: trouxe não só os seus pratos naturais, de origem africana, como modificou para melhor, introduzindo os condimentos, a cozinha indígena e a portuguesa.

Com a chegada dos negros no Brasil, destinados a trabalhar nos canaviais, a mulher negra foi introduzida na cozinha, enquanto a cunha se afastava, deixando por conta das mucamas os prazeres da mesa (LOPES, 2009, p. 17).

No regime alimentar brasileiro, a introdução dos elementos africanos afirmou-se com o azeite de dendê e a pimenta malagueta, característicos da cozinha baiana; o quiabo, o uso da banana, a variedade de preparar a galinha e o peixe. Dessa forma, os africanos foram inserindo suas comidas e modificando as dos portugueses e dos indígenas, incrementando com seus condimentos e técnicas negras. Alguns dos pratos típicos brasileiros com características africanas são: a farofa, o quibebe, o vatapá (FREYRE, 2003, p. 287).

Já que, os escravos africanos não podiam se alimentar de sua tradicional cozinha, começaram a misturar suas iguarias com as que se encontravam no Brasil. Essas modificações feitas na cozinha africana trouxe um requinte a mais para a cozinha brasileira, que até hoje se deleita com as heranças dessa cozinha que muito contribuiu para a sua formação.

A comida africana era preparada principalmente com a pimenta, tempero este muito apreciado pelos nativos e pelos colonizadores. Vale ressaltar que a cozinha brasileira, por meio da mulher africana, introduz novos sabores trazidos de seu continente, pelos comerciantes portugueses (BRAUNE, 2007, p.72) como quiabo, gengibre, erva-doce, inhame, a pimenta africana, gergelim, dentre outras iguarias. Esses alimentos e temperos somaram com as culinárias indígena e portuguesa.

Desse modo Teixeira (2004) destaca que o milho também marcou a alimentação dos negros no Brasil, alimento que era de origem de sua terra natal, colaborou também para a formação de vários pratos. Utilizavam água e fubá para fazer uma espécie de angu, para eles era mais resistente do que o pirão. As palavras angu e fubá também foram inseridas ao vocabulário brasileiro. E dessa maneira tanto os costumes da cozinha quanto sociais e culturais foram inseridos no país.

Apesar de terem se espalhado por várias partes do país, os estados que mais possuíram influência da cozinha africana, devido ao grande tráfego negreiro foram três estados, a Bahia, o Maranhão e o Recife. O vatapá e o caruru são os pratos mais famosos da técnica africana. (RAMOS *apud* CASCUDO, 2008, p.107).

Ao compreender como se compôs a sociedade brasileira, pode-se obter também maior entendimento sobre a formação de sua cozinha, procedida da integração entre os povos indígenas, portugueses e negros. O processo de miscigenação para o país repercutiu de maneira benéfica, no que tange a sua formação cultural, carregada de influências que podem ser traduzidas em manifestações culturais, bem como na sua gastronomia. Dessa forma, a cultura brasileira de modo geral atrai turistas que se encantam com tal diversidade.

4. TURISMO E GASTRONOMIA

O turismo é uma atividade que utiliza de seus recursos naturais, históricos, culturais e artificiais, para atrair visitantes e turistas, sendo assim considerados, como os agentes motivadores de deslocamento de pessoas. As viagens se tornaram algo mais frequente na vida das pessoas, independente do motivo, visita a parentes e amigos, saúde, descanso e lazer dentre outros. Dessa forma, os motivos diversos de viagens é o principal meio disponível para segmentar o mercado turístico. Visto que, as motivações para as viagens foram surgindo e aumentando e o fenômeno do turismo se desenvolvendo, surgiram então vários tipos de segmentos do turismo dentre os quais podem-se destacar: Turismo de Férias, Turismo de Aventura, Turismo Religioso, Turismo de Pesca, Turismo Náutico, Ecoturismo, Turismo Rural, Turismo de Negócios, Turismo de Eventos, Turismo Cultural, Turismo Gastronômico (BENI, 1988, p. 149).

Sobre os segmentos do mercado turístico, se faz necessário entender a sua conceituação. De acordo com Cobra (2005, p. 160), a segmentação do mercado turístico é entendida da seguinte forma:

É uma técnica utilizada para agrupar consumidores de serviços de turismo com comportamentos de compra semelhantes para realizar esforços concentrados e especializados de marketing sobre este segmento (agrupamento de consumidores), pois se supõe que este subgrupo de consumidores responder de uma maneira similar ao esforço do marketing [...]

Dessa forma, a segmentação promove a identificação e o agrupamento dos consumidores – visitantes e turistas – com intuito de melhor planejar o turismo em um determinado destino. E dessa maneira, formatar novos segmentos com finalidade de fomentá-lo e conseqüentemente atrair tais grupos.

A criação dos segmentos pode ser considerada como uma estratégia do mercado, a fim de conseguir atingir várias camadas da sociedade e tipos de turistas. E dessa maneira, o fenômeno do turismo vem se desenvolvendo e movimentando cada vez mais a economia mundial ao longo de décadas, pois este é uma das atividades econômicas que está em constante expansão a nível mundial. Em determinadas localidades, o turismo atua como

principal gerador de lucros, proporcionando assim o desenvolvimento local, com a produção de bens e serviços tanto para os moradores como para os visitantes e turistas.

De acordo com Andrade (1998) *apud* Ignarra (2001, p. 24) o turismo depende de um conjunto de “serviços que tem por objetivo o planejamento, a promoção e a execução de viagens, e os serviços de recepção, hospedagem e atendimento ao indivíduo e aos grupos, fora de suas residências habituais”. Dessa forma, Ignarra (2001) completa destacando que os visitantes e turistas precisam estar amparados pelos serviços turísticos – hospedagem, alimentação, diversão, informação turística nos pontos determinantes e nas ruas, por meio de sinalizações turísticas, comércio; os serviços públicos também se fazem importante – meios de transportes, como táxi, ônibus, metrô, trem, etc., serviços bancários, de saúde, de segurança; infraestrutura básica – energia, comunicação, saneamento.

O turista por sua vez, está cada vez mais exigente com o mercado, e mais disposto a vivenciar a cultura do outro, seja pelas manifestações culturais por meio da dança, do artesanato, da comida, e por falar em comida, a mesma se enquadra em muitas das exigências do turista, levando em consideração que o visitante precisa se alimentar, e não somente para se satisfazer suas necessidades biológicas, mas também com intuito de experimentar a comida local.

Segundo Schluter (2003, p. 70) revela que “a gastronomia faz parte da nova demanda por parte dos turistas de elementos culturais”, por meio da gastronomia típica é possível conhecer a cultura do outro, levando em consideração que esta possui relações com história e cultura da localidade. A autora aponta ainda, que a ligação entre o turismo e a gastronomia, é notória, destacando seu potencial na captação e promoção dos destinos turísticos (SUHLUTER, 2003). Desse modo, a gastronomia como atrativo turístico repercute na valorização das raízes de um povo, evidenciando a cultura gastronômica local.

4.1 Etimologia, Conceito e Surgimento do Fenômeno do Turismo

Neste tópico, serão colocadas as considerações a respeito do turismo, essa atividade que vem se desenvolvendo ao longo das últimas décadas. Será abordado na sequência a etimologia, o conceito e o surgimento do fenômeno do turismo, na visão de

alguns autores como Barreto (2003), Rejowski, (2002), Lickorisk e Jenkins (2000), Ignarra (2001) e (2003).

De acordo com as considerações de Barreto (2003, p.43) a etimologia do turismo “surge no século XVII na Inglaterra, referido a um tipo especial de viagem. A palavra *tour* é de origem francesa [...] quer dizer *volta* e tem equivalente no inglês *turn* e no latim *tornare*”. Outro relato sobre o surgimento da palavra turismo é citado por Arthur Haulot *apud* Barreto (2003, p.43), onde o pesquisador diz que sua origem aparece na Bíblia e vem do Hebraico significando ‘viagem de reconhecimento’.

Quanto ao surgimento do turismo, Rejowski, (2002, p.18) relata que os países Grécia e Roma merecem destaque, ambos possuem um papel relevante na organização de viagens e de meios de transportes destinados aos Jogos Olímpicos. Dessa forma, podemos citar que o segmento do turismo esportivo tenha se iniciado neste período da história.

Com o desenvolvimento das ferrovias, a primeira inaugurada em 1830 para passageiros em Liverpool e Manchester, pode-se obter os primeiros registros de viagens de excursão, mas foi o inglês Tomas Cook que lançou o primeiro pacote de turismo em 1841 (LICKORISK; JENKINS, 2000, p. 28-29). Diante disso Thomas Cook é considerado por muitos como o precursor do turismo, devido a seu grande feito. Ignarra (2001, p, 18 - 19) destaca que:

Em 1841, Tomas cook organizou uma viagem de trem para 570 passageiros entre as cidades de Leicester e Loughboroug, na Inglaterra. A viagem foi um sucesso e a empresa de Tomas Cook passou a organizar excursões para a parte continental da Europa e, posteriormente, até excursões para os Estados Unidos. A empresa prosperou e passou a ser considerada a primeira agência de viagens do mundo.

Com relação a essa grande façanha de Tomas Cook, Montaner Montejano *apud* Rejowski (2002, p.56) relata, que durante essa viagem era servido para os passageiros [...] um lanche composto de chá e sanduíche de presunto, a possibilidade de participar de um jogo de críquete e a oportunidade de dançar ao som da música da banda que acompanhou os viajantes. Diante de tal movimentação que se tornou histórica, Tomas Cook não de descuidou da hospitalidade para com os seus clientes, oferecendo-lhes assim estrutura, lazer, entretenimento e alimentação. Desse modo, seu empreendimento expandiu-se e por sua vez, foi alertando outros empresários, que logo começaram com a construção de infraestrutura turística.

Quanto ao conceito do turismo, Ignarra (2003, p. 11) diz que “[...] está relacionado com viagens, mas nem todas elas são consideradas turismo”. Barreto (2003, p.43) completa enfatizando a diferença entre viagem e turismo, enquanto a primeira implica apenas em deslocamento, e o segundo implica na existência de recursos, infraestrutura turística e superestrutura jurídico-administrativo.

No que tange aos deslocamentos realizados na pré-história, no qual o homem migrava a fim de encontrar alimentos e melhores condições de vida, por tanto, a esse tipo de deslocamento, Barreto (2003, p.44) não considera turismo e explica, que o homem primitivo migrava em busca de “melhores condições para seu sustento [...]. Isso não é o mesmo que viajar. Viajar implica voltar, e o homem primitivo [...] não tencionava retornar”. O turismo por sua vez estimula o deslocamento de pessoas, motivadas por diversos elementos como: o prazer, férias, curiosidade de conhecer outras localidades, sair do cotidiano, além de haver a pretensão de retorno.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) *apud* Ignarra (2001, p.23) destaca que o fenômeno pode ser considerado como “o deslocamento para fora do local de residência por período superior a 24 horas e inferior a 60 dias motivado por razões não-econômicas”. Nesse contexto, o turismo possui limitações em números, no que tange a permanência do indivíduo no local visitado e restrições quanto a sua motivação.

Compete aqui também evidenciar, a distinção entre visitantes e turistas, que serão muito utilizadas ao logo deste trabalho. Na visão dos autores Beni (1988) e Ignarra (2001) essa distinção claramente é definida da seguinte forma, os visitantes são aqueles que não pernoitam no destino, geralmente fazem paradas ou voltam no mesmo dia, sendo considerados excursionistas. Classificados como turistas são aqueles que permanecem, pelo prazo mínimo de 24 horas e máximo de seis meses, no transcorrer de um período de 12 meses. Nota-se, que existe uma limitação de tempo no que refere a permanência do indivíduo nos destinos.

O turismo traz consigo a sensação de liberdade, de tranquilidade e, sobretudo a vivência de uma localidade diferente da habitual. Os motivos para viajar são diversos, e podem estar relacionados com uma simples visita a parentes e amigos, com a religiosidade, com a saúde, com os recursos naturais, culturais e com a gastronomia típica da localidade. A alimentação age como um fator importante durante a viagem e na permanência no destino. Segundo Defert (*apud* FAGLIARI, 2005, p.9) “o ato de comer durante uma viagem é tão

importante para grande parte dos visitantes quanto o conforto do transporte ou as comodidades do alojamento”. Nota-se, que a comida possui relevância no turismo, atraindo a atenção dos visitantes e turistas, bem como agindo como identidade cultural da localidade.

4.2 Definição da Gastronomia

A alimentação é um fator primordial para o ser humano, tendo em vista que este necessita de alimentos em qualquer fase de sua vida. No entanto, a gastronomia pertence ao cenário mais requintado que inclui a arte de fazer e degustar boa comida, além é claro de estar ao lado de boas companhias.

De acordo com Fagliari (2005, p. 3) a gastronomia está relacionada com o “conhecimento racional de tudo que diz respeito ao homem quando se alimenta. [...] os conhecimentos relacionados à arte culinária ou ao prazer de apreciar alimentos”. Dessa forma, a gastronomia abrange referências socioculturais relacionadas com os costumes, modos de preparação de alimentos e até mesmo o modo de comportamento à mesa.

No ponto de vista de Franco (2006 *apud* BRAUNE, 2007, p.18) a gastronomia possui algo além de consumir boa comida, que é o caráter que envolve várias manifestações culturais de um povo, o autor afirma que “[...] o ser humano é um animal que cria cultura e está preso a uma cultura, e aí se incluem crenças, costumes, moral e também culinária”, de acordo com o contexto cultural de cada localidade.

De acordo com Segala (2003 *apud* OLIVEIRA, 2013, p.23-24) existe uma relação entre a gastronomia e a cultura onde diz que “a gastronomia é parte da herança cultural. [...] um povo se define antes e tudo pela cultura e a gastronomia é um dos aspectos culturais de um povo”. Por tanto, a gastronomia é citada como arte, que se precisa obter conhecimento para bem fazê-la, além de proporcionar prazer aos que degustam; no aspecto cultural, esta é referida como expressão cultural e indeniária de um povo.

O sentimento de pertencimento é de grande importância para uma sociedade, principalmente no que diz respeito a sua cultura, que envolvem vários fatores e manifestações, dentre estes se destaca a gastronomia, que traz consigo suas procedências culturais no preparo, apresentação e degustação de seus alimentos.

Quanto ao turismo, à gastronomia possui um foro mais amplo, agindo como necessidades básicas do ser humano, e em algumas localidades atuando de forma mais abrangente, possuindo um caráter emergente, no sentido de ser um fator motivador para o deslocamento de visitantes e turistas.

4.3 Relação Turismo e Gastronomia

É notório, que os visitantes e turistas estão cada vez mais exigentes e o mercado do turismo por sua vez, busca por meio das infraestruturas básica e turística condições para bem atendê-los, por tanto o setor alimentício e os outros setores dão suporte para suprir tais necessidades. O setor alimentício se destaca devido às necessidades fisiológicas:

O grande trunfo da alimentação como elemento componente do turismo está no fato de ser realizada nos mais diversos momentos da viagem, de formas diferentes. Em alguns momentos, pode ser mera necessidade biológica, construindo-se como oferta técnica. Em outros, pode ser um atrativo turístico interessante. (FAGLIARI, 2005, p. 13)

Vale ressaltar, que a alimentação além de ser uma necessidade fisiológica, pode ser também um atrativo relevante para um destino, fazendo assim, com que os visitantes e turistas possam ter maior contato com a cultura do local. Em muitos casos, a gastronomia de uma região é considerada uma das principais motivações de viagens, despertando assim o desejo e/ou curiosidade.

Na visão de Schluter (2003, p.88) “a gastronomia, sem dúvida, está ganhando terreno como atração tanto para residentes como para turistas. Não só nutre o corpo e o espírito, mas faz parte da cultura dos povos”. Diante disso, observa-se que cada destino possui a sua cozinha, com suas especiarias, cores, seus sabores, temperos, costumes advindos de seus antepassados e que permeiam entre os residentes e por sua vez, encanta ou não quem a conhece.

Conner (2004, *apud* BARCZSZ; AMARAL, 2010, p. 70) faz suas considerações a respeito da relação entre turismo e gastronomia, destacando que os dois são indissociáveis “pois é impossível pensar em turismo sem prever a alimentação para curta ou longa

permanência. Em qualquer destino, o viajante precisa da alimentação e assim acaba experimentando a cozinha da localidade”. Nesse contexto, nota-se, que a alimentação é vista apenas como oportuna durante as viagens, no qual o visitante aproveita a estada para experimentar a gastronomia típica do destino. Entretanto, na visão otimista de Lohmann e Netto (2008, p.92 *apud* OLIVEIRA, 2013, p. 34-35) destacam que “a gastronomia de um destino constitui-se num forte motivador de viagens”. Relacionando dessa forma a gastronomia ao turismo, levando em consideração, que esta possui fortes características da herança cultural de um povo.

Segundo um Estudo de Demanda Turística Internacional entre os anos de 2007-2013 realizada pelo Ministério do Turismo (2014) que almejava buscar informações sobre o perfil dos viajantes estrangeiros, revelou que 95,1% avaliaram de forma positiva a gastronomia do Brasil. Outra pesquisa, realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas sobre os turistas brasileiros revelou que a alimentação corresponde a 20,2% dos gastos (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2012). Diante disso, é notório que a culinária típica vem ganhando importância para atividade turística brasileira e contém fortes indícios de se tornar um principal atrativo turístico, agindo como fator motivacional.

Aliada ao turismo, a gastronomia pode ser um fator primordial e diferencial numa determinada localidade turística, encontrando-se em posição confortável, pois a mesma está se evoluindo e ganhando espaço como um novo produto para o setor, por meio dos prazeres oferecidos nas refeições realizadas durante as viagens, deixando a rotina e experimentando novos sabores, “[...] a gastronomia está assumindo cada vez maior importância como mais um produto para o turismo cultural” (SCHLUTER, 2003, p. 11) e contribuindo para atividade econômica local.

De acordo com Schluter (2003, p.11) “a busca pelas raízes culinárias e a forma de entender a cultura de um lugar por meio de sua gastronomia esta adquirindo importância cada vez maior”. O turista como bom apreciador de novidades, tem curiosidade sobre a cultura do outro, por esse motivo sempre está em busca de algo que saia de sua rotina e lhe traga boas experiências e recordações. A gastronomia típica proporciona aos visitantes e turistas, novas perspectivas sobre o destino turístico.

A relação entre a comida e o homem como já foi ressaltado no início deste trabalho, provém de longas datas. A comida é um dos fatores que mais pode haver interação entre os povos, pois a mesma é capaz de envolver vários sentidos e sensações,

proporcionando o intercâmbio de culturas, entre os visitantes e turistas, que não são mais apenas meros expectadores, estão cada vez mais dispostos a se envolverem com a comunidade receptora; e os visitados, levando em consideração que estes buscam de forma hospitaleira o bem receber por meio da apresentação de suas manifestações culturais, seus costumes e, sobretudo de sua gastronomia.

Em alguns países como França, Itália, Espanha, Portugal e Suíça, a gastronomia possui poder marcante, tornando-se assim uma atração a mais ou sendo atração principal para os turistas na escolha desses destinos. No Brasil, “o turismo gastronômico, age de maneira tímida, ainda é uma vertente pouco aproveitada nas estratégias de promoção de destinos turísticos” (NETO; AZEVEDO, 2010, p. 4), entretanto, temos algumas cidades que se destacam no assunto, são elas: Rio de Janeiro, Belo Horizonte e São Paulo, eleita a Capital Mundial da Gastronomia.

São Paulo atrai todos os anos quase 12 milhões de visitantes. A maioria corresponde ao turismo de negócios, mas já há várias décadas a capital tem vindo a atrair visitantes devido à sua riqueza gastronômica. Eleita a capital Mundial da Gastronomia, São Paulo reúne os melhores restaurantes do Brasil. São mais de 10 mil opções, que vão desde a cozinha simples até a mais refinada.[...] As possibilidades são infinitas, fazendo com que os turistas apreciem os melhores pratos do mundo numa só cidade. (BRASIL: GUIA DE CIDADES, 2012, p. 43)

O turismo gastronômico é uma vertente do turismo cultural, haja vista, que ambos envolvem os elementos culturais de um povo e despertam a curiosidade dos visitantes e turistas proporcionando-os experiências inesquecíveis. De acordo com Ignarra (2001, 81- 82) vale destacar, que existem pessoas ou mesmo grupos de pessoas que buscam este segmento com finalidade de apreciar a gastronomia. Dessa forma, não foge a regra da segmentação turística atribuída pelo mesmo autor, onde enfatiza que os vários tipos de segmentos não esgotam a possibilidade do surgimento de outros tipos de turismo.

Barreto (2007, p. 87) por sua vez, conceitua o turismo cultural como sendo todo “turismo no qual o principal atrativo não é a natureza, mas um aspecto da cultura humana, que pode ser a história, o cotidiano, o artesanato ou qualquer dos aspectos pelo conceito de cultura”. Vale ressaltar também, que esse tipo de turismo proporciona aos visitantes e turistas maiores interações e experiências com a comunidade receptora, e quem procura este segmento está disposto a vivenciar particularidades. Por tanto, o turismo cultural se sustenta de tudo que se relaciona com a cultura autóctone, bem como a gastronomia, que também está inserida na

cultura de uma sociedade e dessa forma “[...] faz parte da nova demanda por parte dos turistas de elementos culturais” (SCHLUTER, 2003, p. 70).

Por tanto, se faz necessário conceituar, este segmento que tem como principal motivação de deslocamento a gastronomia típica de determinados destinos turísticos, denominado turismo gastronômico. De acordo com Hall; Michell (2003 *apud* FERRO, 2013, p.46) este é definindo:

Como sendo o principal motivo do deslocamento turístico para visitação de produtores de comida; participa o em festivais e eventos de gastronomia; visita o   restaurantes e   localidade específicas de determinado alimento e experiências culturais atribuídas e especialmente   comida ou sua região produtora.

O turismo gastronômico busca enfatizar a valoriza o da gastronomia típica por parte da identidade cultural dos residentes, características peculiares de cada cultura, expressa pelos costumes e utiliza o de ingredientes típicos na prepara o de seus alimentos e a procura por parte dos visitantes e turistas ajuda a fomentar os traços deste segmento. A motiva o de conhecer os saberes e fazeres da gastronomia do outro proporciona sensa es inestimáveis, que encantam os visitantes e turistas.

Entretanto, apesar da relevância da gastronomia no setor turístico do Brasil, alguns destinos ainda não a possuem como um produto consolidado, atraindo visitantes e turistas motivados pela mesma, como por exemplo, o Estado Maranhão, que possui grande diversidade ambiental, representado por uma gama de ecossistemas naturais, o que favorece a variedade de alimentos de origem animal e vegetal, o que contribui para a diversifica o dos recursos alimentares da popula o, proporcionando o surgimento de novos sabores na rica gastronomia maranhense.

5. GASTRONOMIA MARANHESE E SEUS SABORES

A culinária regional é entendida, como o resultado da soma dos fatores: ingredientes disponíveis, técnicas de preparação e as tradições das diferentes etnias, que contribuíram para a formação de determinados países, regiões, estados, cidades e municípios (SILVA, 2014, p. 16). Neste sentido, cada região oferece sua gastronomia de forma peculiar, reflexo de sua cultura expressa em cada detalhe dos pratos típicos.

A gastronomia maranhense possui uma mistura de sabores, aromas e cores deixados pelos povos que influenciaram sua cultura os portugueses, os africanos e os indígenas. Neste sentido, cada povo que por aqui passou ou se instalou conseguiu integrar suas iguarias e até hoje se encontram presentes na mesa do maranhense, fazendo com que o cardápio se tornasse amplo e diversificado.

Devido a tais influências, a cozinha ludovicense passou a utilizar ingredientes e alimentos inseridos na sua alimentação. Segundo Rodrigues (2008) o consumo de peixes, camarão assado, siri, caranguejo, *múquem*, bagre com caju, tiquira e beiju foram deixados pelos índios. Dos portugueses herdamos também uma diversidade de pratos os cozidos, as caldeiradas, as sopas e as carnes. O arroz merece destaque especial dentre os alimentos introduzidos na alimentação do maranhense. Devido as suas várias possibilidades de produção e ao clima favorável da cidade de adaptação para o plantio, o estado transformou-se em um grande exportador de arroz para a Europa, no fim do período colonial.

De acordo com Lima (2012, p.47) dos povos negros oriundos do Banto e Iorubá herdamos o uso da folha de bananeira, da pimenta, do sarrabulho, (também conhecido em outras regiões do país como sarapatel), do leite de coco, da galinha-d'angola, do dendezeiro. O caruru e o vatapá são pratos de origem afro-brasileiros que surgiram para abrilhantar ainda mais essa culinária a base de povos e ingredientes totalmente distintos, promovendo dessa forma o intercâmbio cultural.

Devido à produção de arroz no período colonial, o estado passou a consumir bastante desse alimento e dessa forma um grande número de pratos a base de arroz foram surgindo. Dessa maneira, os maranhenses ficaram conhecidos como “papa-arroz”, ele acompanha vários cardápios: cozido, solto ou poncho (mole), simples, ou temperado com carne seca, camarão, feijão, pequi. O encontramos também em formas de papa, bolo ou arroz doce (LIMA, 2012, p.

180). Dentre os pratos à base de arroz temos: arroz-de-cuxá, arroz baião de dois, arroz maria-izabel, arroz de jaçanã (marreca selvagem), arroz de toucinho, arroz de marisco, arroz de caranguejo, arroz de camarão. Os imigrantes árabes também contribuíram para a formação da cozinha maranhense:

A corrente árabe para o Maranhão acentuou-se a partir de 1921 e restam-nos, até hoje, descendentes de famílias tradicionais que se arraigaram nos municípios de Rosário, Coroatá, Codó e Turiaçu, entre outros, cujos descendentes formam, hoje, famílias importantes na sociedade (LIMA, 2012, p. 51-52)

Com a instalação desses imigrantes no estado, conseqüentemente haveria influências de sua cultura sob a cultura maranhense, e dessa forma o intercâmbio cultural que hoje denota-se a grande diversidade do estado. De acordo com Lima (2012, p. 49) os árabes, foram os únicos imigrantes que se juntaram ao nosso cotidiano, os outros apenas passaram, sem deixar marcas. Desses herdamos o churrasco, o fígado, o quibe e a esfirra. Os doces a base de mel de abelha foram deixados pelos Árabes em Portugal, que por sua vez introduziram essa saborosa sobremesa na cozinha maranhense.

O Estado do Maranhão, devido a sua localização geográfica está dividido entre as regiões Norte e Nordeste possuindo características culinárias peculiares das citadas regiões. A culinária Nortista destaca-se pela forte presença indígena e a culinária Nordestina “[...] sob influência europeia, africana e indígena, a culinária da região se esmerou e adquiriu *sabor próprio*” (SPERLING 2002 *apud* SCHLUTER, 2013, p. 24).

De acordo com Lima (2012, p. 48) os nordestinos, também tiveram forte presença na cozinha, vindos de vários estados como o Ceará, Piauí, Pernambuco e Alagoas para o Maranhão devido às variações climáticas, resultando nas constantes secas, motivo esse que os trouxeram para o estado, dentre as várias contribuições destacam-se: a caça guisada com jerimum, guisados, paçocas, arroz de carne de sol, arroz de pequi, carne de sol, arroz baião de dois, rapadura, mariscos, peixes de mar e de rio preparados de diversas formas, sobremesas e refrescos de frutas tropicais.

Dessa mistura, surgiu o que se resulta na identidade cultural gastronômica maranhense, onde surgiram os principais pratos tipicamente do estado, que são baseados nos frutos do mar (caranguejo, camarão, sururu, dentre outros); peixes (pescada, peixe-pedra, peixe serra, uritinga, sardinha, piaba, bagre, curimatá, cascudo, traíra, jeju, piaba dentre outros) e o famoso arroz.

O arroz-de-cuxá é o principal prato típico maranhense e o mais famoso do estado, sua receita é composta por vinagreira misturada com farinha de mandioca seca, camarões secos, gergelim e arroz. A vinagreira fornece um toque especial a esse prato, é de sua responsabilidade a cor e o sabor, vale ressaltar, que é preciso usá-la com maestria, pois usada de mais ou de menos pode comprometer a estrutura do prato. Depois de pronto, pode ser acompanhado com torta, peixe frito ou com os demais pratos da gastronomia maranhense.

Não só de arroz se dá a gastronomia maranhense, temos pratos à base de mariscos e peixes como o Camarão ao alho e óleo, Camarão ensopado, Caranguejada, Peixada maranhense, Caldeirada de camarão, Peixe frito, Peixe assado, Sururu ao leite de coco, Torta de camarão, Torta de sururu, Torta de caranguejo, Patinha de caranguejo. Pratos como: Cuxá, Capote ao molho, Capote assado, Sarrabulho, Galinha ao molho pardo, Mocotó, Vatapá Maranhense, Dobradinhas, Creme de camarão, Filé de peixe à milanesa. Temos alguns pratos oriundos da caça, como o Arroz de Jaçanã, “os animais mais caçados no Maranhão são a paca, a cutia, o veado, o tatu, o porco-do-mato, a jaçanã, a marreca, o jaboti, o jurará e o camaleão” (LIMA, 2012, p. 226) que também fazem parte da gastronomia maranhense, dando um toque exótico no cardápio.

Não podemos esquecer a farinha, derivada da mandioca (*Manibot utilisima*, *Pohl*), nativa da América do Sul, é uma planta leitosa que pertence a família das Euforbiáceas, possui grossas raízes tuberosas ricas em amido e têm emprego na alimentação. Esse ingrediente possui presença marcante na cultura maranhense e não pode faltar na mesa. A farinha faz o acompanhamento de vários pratos, seja carne, peixe, café, frango, buriti, juçara (LIMA, 2012).

Também dispomos de um grande acervo de sucos feitos com as frutas regionais, Cupuaçu, Bacuri, Caju, Acerola, Cajá, Graviola, Murici, Maracujá, Buriti, dentre outros, a Juçara (conhecida no Pará e em outros estados como Açaí) geralmente é consumida com farinha branca ou farinha d'água, sendo complementada com camarão seco ou peixe seco. Outra bebida muito conhecida e apreciada pelos moradores e motivo de curiosidade por quem chega à cidade, é o Refrigerante Guaraná Jesus, “um raro fenômeno de resistência às grandes marcas globais que dominam o mercado nos quatro cantos do mundo” (LIMA, 2012, p. 318). Essa iguaria nos dá orgulho e só se encontra em terras maranhenses, também é conhecido como o “Sonho Cor de Rosa”.

Quanto às bebidas alcoólicas, podemos citar várias entre cachaças, batidas – mistura de cachaça com sucos de frutas – e licores – feitos à base de frutas regionais tais como o Jenipapo, o Abacaxi, a Jaca, dentre outros. Outra bebida alcóolica que possui presença marcante no cenário maranhense é a Tiquira, derivada da mandioca, é considerada uma bebida muito forte de com cor azulada e sabor diferenciado, porém mais saborosa do que a cachaça. Esta bebida possui uma lenda de que quem a toma não pode se pode molhar, pois imediatamente ficará bêbado (LIMA, 2012).

A parte de sobremesas fica por conta dos doces e bolos, herança portuguesa. O preparo dos doces maranhenses, segundo Lima (2012, p. 45) passou pelo “[...] progresso de aculturação, não só pela fundamental significação do açúcar, como pela variedade de frutas de inexcelsíveis cheiro e sabor, aqui encontradas”. A variedade de frutas contribuiu para a fabricação de deliciosos quitutes como: doce de abacaxi, doce de espécie, derresol, olho de sogra, quindins de Iaiá, quero mais, Pudim de farinha d’água, não me toques, doce de coco, dentre outros. Dentre os bolos destacam-se, mãe-benta, bolo português, bolo de tapioca, bolo bocado, bolo de noiva pobre, bolo de laranja.

A gastronomia maranhense, dessa forma reflete as peculiaridades advindas dos povos que contribuíram para sua formação cultural, bem como a sua formação gastronômica. Dessa forma, se faz necessário aos residentes que tenham o sentimento de pertencimento e por sua vez, valorizem os costumes e tradições maranhenses, para que não possam se perder no tempo, refletindo de maneira positiva tanto para a comunidade local quanto para os visitantes e turistas.

A valorização da cultura, por parte dos autóctones torna-se um fator relevante para o destino, levando em consideração, que quem valoriza, cuida da sua cultura e dessa maneira repercute na percepção dos visitantes e turistas.

6. CONSIDERAÇÕES SOBRE A PERCEPÇÃO DO TURISTA

O turismo como uma atividade social e econômica, que envolve o convívio e a troca de experiências entre as culturas, depende além do seu produto, de sua infraestrutura turística para bem atender sua demanda e por sua vez gerar receita para a comunidade receptora. Para Barreto (2007, p. 9) o turismo no que diz respeito ao setor econômico, beneficia mesmo aqueles que não lidam diretamente com a atividade.

Dessa forma, o setor movimenta a renda local, desde os prestadores de serviços e suas famílias até os outros membros da sociedade que se relacionam com esses prestadores de serviços turísticos, impulsionando dessa maneira, as relações sociais e econômicas da comunidade receptora. Para tanto, é de fundamental importância que a localidade turística tenha aparatos para bem atender os visitantes e turistas, levando em consideração que os mesmos precisam de acomodações, de alimentação, de entretenimento, de condições de deslocamento dentro da comunidade, etc.

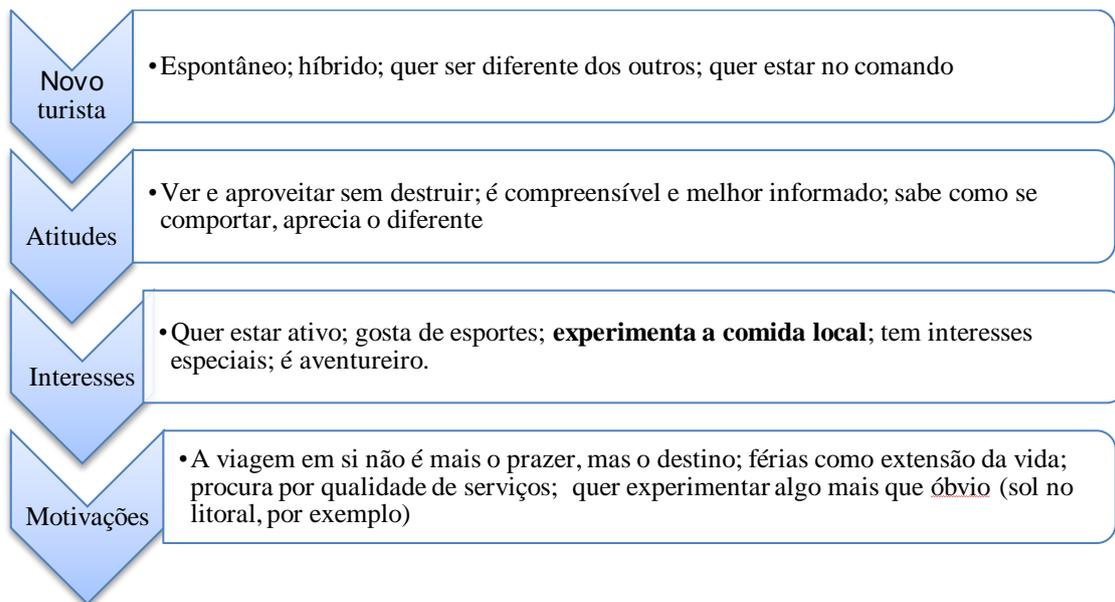
Os visitantes e turistas se envolvem com todo o sistema turístico, por tanto o modo pelo qual são recebidos (no que diz respeito à infraestrutura turística e o meio social) e as experiências vivenciadas por eles, projetam consequências que podem ser positivas ou negativas, haja vista que eles (visitantes e turistas) utilizam de sua ótica para identificar o que os rodeiam, através dos estímulos da percepção, conduzindo-os ou não o seu retorno.

No cotidiano das pessoas, é comum a criação de expectativas e busca de realizações, sobretudo no turismo esses dois fatores são bem mais críticos com relação ao destino escolhido, haja vista que os visitantes e turistas estão muito mais exigentes, não querendo apenas observar, mais sim interagir, com a comunidade receptora, não querem apenas ser felizes, querem também curtir essa felicidade, criam expectativas e pretendem não apenas satisfazê-las, mais também de surpreendê-las, realizando seus desejos e fantasias, por meio dos produtos e serviços prestados pelo *trade* turístico (COBRA, 2005, p. 68). Sobre o citado, Urry (2001, p. 63-64) também coloca suas considerações:

[...] os turistas tendem a alimentar grandes expectativas em relação àquilo que deveriam receber, já que “partir de férias” é um acontecimento dotado de particular significado. As pessoas procuram o *extraordinário*, de modo que serão extremamente críticas em relação aos serviços proporcionados que apareçam solapar essa qualidade.

O novo perfil do turista (FIGURA 1), adaptado do modelo de Poon (1994) *apud* Lemos (2000), revela suas atitudes, interesses e motivações, que o conduzem a determinado destino turístico:

Figura 1: Novo Perfil do Turista



Fonte: Esquema adaptado (POON, 1994 *apud* LEMOS, 2000, p.27, grifo nosso)

Percebe-se, que esse novo perfil do turista está mais preocupado com a preservação e conservação do meio ambiente, totalmente diferente do turismo de massa, o contato com a comunidade receptora, os serviços oferecidos e outras variáveis definem o novo turista.

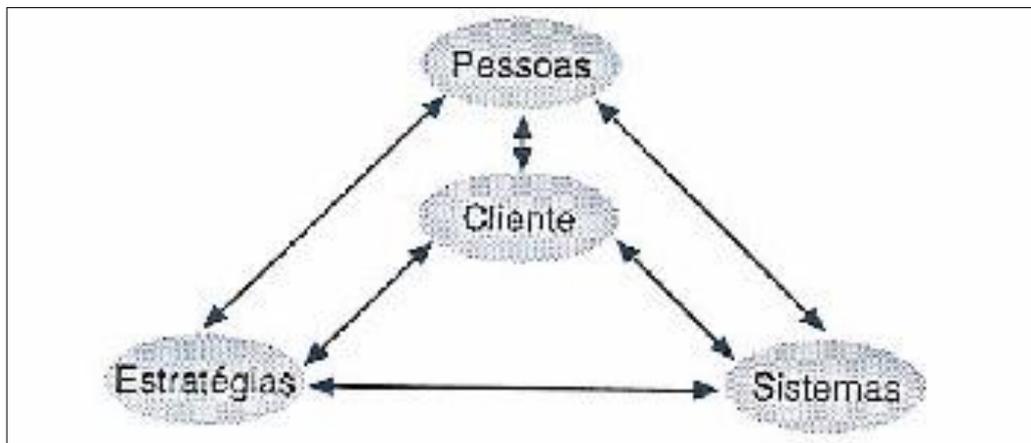
O olhar do turista, está mais clínico, o modo pelo qual o turista cria expectativas e vê o seu entorno, reflete em sua opinião sobre o destino visitado. Os estímulos ficam mais aguçados, quando o indivíduo está em um local diferente de sua origem, onde tudo é novidade e este fica entusiasmado, observando minuciosamente tudo em sua volta, a fim de buscar satisfação do produto e serviço oferecidos.

De acordo com Cobra (2005) um cliente satisfeito volta a comprar aquilo que de certa forma supriu suas necessidades, no caso do turismo, uma hospedagem, uma viagem, ou até mesmo uma nova visita à cidade e um cliente insatisfeito faz questão de divulgar amplamente a falta de qualidade dos serviços prestados. Nessa perspectiva, é importante zelar

pela satisfação dos visitantes e turistas, pois a sua satisfação refletirá a sua percepção sobre o lugar, e por sua vez conduzirá o seu retorno ou não.

Sobre o citado pode-se perceber, no Triângulo de Karl Albrecht (FIGURA 2), citado por Cobra (2005), a importância do cliente para o desenvolvimento e sucesso de uma localidade. Nota-se, que o cliente (visitantes/turistas) está localizado no centro do triângulo mostrando o seu valor.

Figura 2: Triângulo de Karl Albrecht



Fonte: Cobra (2005)

Os visitantes e turistas buscam vivenciar situações distintas do seu cotidiano, que envolvam todos os seus sentidos e sentimentos, que por sua vez, serão transformados em realizações ou mesmo em boas lembranças ou ainda em frustrações, dessa maneira, surge à percepção do ambiente visitado. Diante disso, se faz necessário compreender e analisar por meio da percepção o que as pessoas pensam e sentem com relação ao destino, tornando-se importante para atividade turística.

Nessa perspectiva, serão apresentados alguns autores com intuito de fortalecer o conceito sobre a percepção. Segundo Oliveira (2006, p.3):

A percepção das pessoas, sobre determinado assunto, é sempre carregada de uma visão própria de cada indivíduo, formada a partir de variáveis como meio social, história de vida, nível de escolaridade, religião, atividade econômica, entre outros. Conseqüentemente, cada indivíduo percebe o mundo qualitativo, efetiva e valorativamente, e é a partir dessa percepção que define seu modo de relação com a sociedade.

De acordo com o autor, a percepção é uma visão interpretativa individual que cada um possui sobre algo ou alguém, sendo capaz de discernir o que lhe é agradável ou desagradável, mais que também pode virar coletiva, haja vista que a propaganda “boca a boca” é a alma de qualquer negócio e a que mais possui credibilidade. No caso do turismo, não é diferente, a atuação dos serviços prestados, bem como as experiências vivenciadas no destino, repercutem na percepção dos visitantes e turistas que pode ser considerada como um indicador de fomento de um destino ou implicar de forma negativa em sua promoção.

Para Morgan (1977, p.169) a percepção é um “[...] processo de interpretação das sensações – isto é, dar-lhes significação – [...]”. Ou seja, com a utilização dos sentidos (visão, audição, olfato, tato e paladar) os indivíduos são convidados a decifrar o ambiente no qual estão visitando. No turismo, o uso dos sentidos se encaixa perfeitamente levando em consideração, que a atividade é convidativa a experimentar novas sensações, que são diferentes do seu cotidiano, por meio das manifestações culturais, dos atrativos naturais e da gastronomia.

O uso dos sentidos nos proporciona melhor vivência e experiência, principalmente em locais fora do convívio habitual, quando os visitantes e turistas interagem com a comunidade local, conhecendo suas tradições e sua gastronomia, ali acontece um intercâmbio cultural entre os povos, tornando a viagem bem mais interessante. É importante ressaltar também que nem todo turistas gosta dessa interação, por tanto é conveniente respeitar cada estilo, garantindo dessa maneira a satisfação do cliente.

Nessa perspectiva, as reflexões aqui levantadas visam identificar a percepção dos visitantes e turistas sobre a gastronomia ofertada na Casa das Tulhas, no Centro Histórico de São Luís/MA. Haja vista, que a alimentação possui um peso marcante no turismo, podendo atuar como atrativo, fomentando o turismo na região.

7. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste capítulo, serão apresentados os resultados e as discussões dos dados obtidos durante a pesquisa realizada junto aos visitantes e turistas sobre a percepção da gastronomia maranhense ofertada na Casa das Tulhas, mercado localizado no bairro da Praia Grande, no centro Histórico de São Luís/MA.

7.1 Metodologia

Para realização deste estudo, utilizou-se pesquisa bibliográfica e de campo, a fim de adquirir suporte para o embasamento teórico do estudo. Para Marconi e Lakatus (2003, p.183) a pesquisa bibliográfica “abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema estudado, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc.”. As autoras concluem ainda que a finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto.

A pesquisa de campo segundo Marconi e Lakatus (2003, p. 186) é utilizada no intuito de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de problema, para qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles.

Quanto aos objetivos, classificou-se como pesquisa descritiva, “são incluídas neste grupo as pesquisas que têm por objetivo levantar opinião, atitudes e crenças de uma população” (GIL, 1991, p.45) dessa forma a presente pesquisa se encaixa neste estudo na medida em que a mesma busca analisar a percepção dos visitantes e turistas sobre a gastronomia maranhense, mediante a utilização das técnicas padronizadas de coleta de dados.

Considerando, que o presente estudo buscou a opinião dos visitantes e turistas sobre a gastronomia ofertada na Casa das Tulhas, no Centro Histórico de São Luís/MA, utilizaremos o meio de observação direta extensiva por meio da utilização de um instrumento característico da pesquisa, o questionário definido por Marconi e Lakatus (2003, p. 201) como

“[...] um instrumento de coleta de dados, construído por uma série ordenada de perguntas [...]”, sendo utilizados três tipos de categorias: abertas, fechadas e de múltipla escolha; e a entrevista estrutura que se desenvolve “a partir de uma relação fixas de perguntas, cuja ordem e redação permanece invariável para todos os entrevistados [...]” (GIL, 1991, p. 117). O objetivo do uso dos dois instrumentos, questionário e entrevista, foi o levantamento de informações relativas à temática neste trabalho, fornecendo dessa forma, melhor precisão dos dados obtidos.

Depois de pronto o questionário, utilizou-se nesta pesquisa o pré-teste, em uma pequena amostra, com objetivo de identificar possíveis falhas na elaboração e aplicação do questionário (MARCONI; LAKATUS, 2003, p.203). Com a utilização do pré-teste, foi possível identificar erros na composição das questões escolhidas, uma delas não havia ficado clara, o que dificultou a compreensão dos entrevistados. Depois de reformulada e devidamente testada, retornou-se a aplicação dos instrumentos de pesquisa.

Com relação à técnica de abordagem, classificou-se como pesquisa qualitativa e quantitativa, onde o pesquisador manteve contato direto com o ambiente e o objeto de estudo e utilizará de recursos numéricos para quantificar os dados coletados.

Os questionários com perguntas aberta, fechadas e de múltipla escolha foram aplicados entre os meses de junho e julho de 2015, a quarenta e sete visitantes e turistas, selecionados aleatoriamente na área de estudo. Com a obtenção dos dados iniciou-se a tabulação e, por conseguinte a análise, para melhor visualização e compreensão destes foram expostos em forma de gráfico.

Os dados levantados, por meio do roteiro de entrevista estruturada, contendo sete perguntas destinadas a cinco proprietários de boxes, também foram aplicados no período de junho e julho de 2015, buscando relatos vivenciados por estes, contribuindo de forma significativa para uma melhor compreensão da área de estudo.

7.2 Caracterização da área de estudo

No período colonial, haviam dois estados coloniais separados, o Estado do Brasil e o Estado Maranhão e Grão Pará. Somente com a unificação dos dois últimos estados, que o

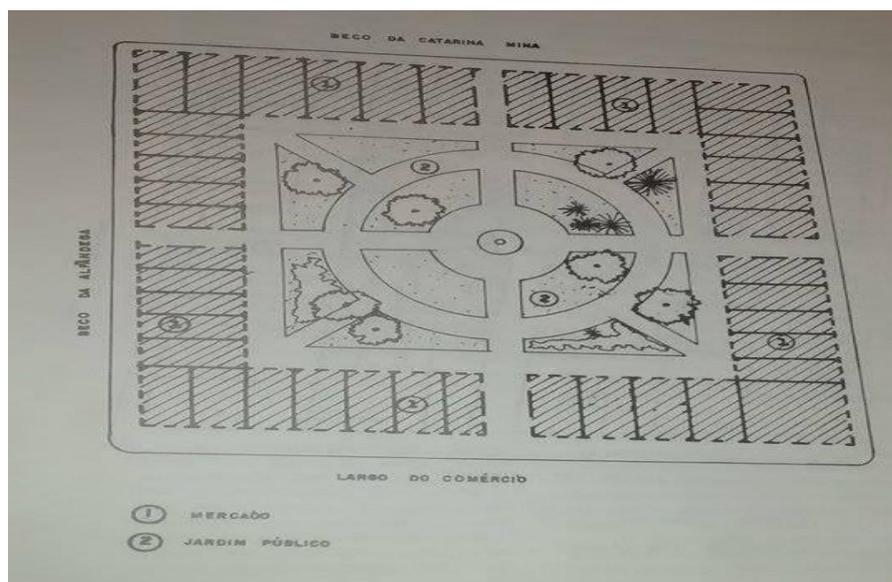
Maranhão começou a se desenvolver, a cidade de São Luís foi transformada em porto comercial, influenciando nas construções urbanas que acompanhavam o modelo das capitais européias. Até o século XIX, a cidade cresceu no sentido do porto, que possuía total predominância do transporte marítimo e fluvial, sendo a principal porta de entrada da capital, dando origem ao bairro da Praia grande, localizado no Centro Histórico de São Luís/Ma. As exportações de algodão, arroz e outros produtos regionais, integraram o Maranhão ao sistema mundial de comércio. Entretanto, no século XX, veio o declínio econômico do estado, devido à redução da expansão de atividades (ANDRÈS, 2006).

O bairro da Praia grande, denominado dessa maneira devido “[...] a praia pequena que lhe dava seguimento e desdobrava-se em duas outras: Trindade e Santo Antônio” (REIS, 1982, p.32), possui profunda relação com comércio do Maranhão. O conjunto arquitetônico do Centro Histórico, ocupa cerca de 220 hectares, compostos pelos bairros: Praia Grande, Desterro, Centro, Madre-Deus, Goiabal, Lira, Coréia, Vila Passos, Fabril, Diamante e Camboa. Está área reflete o passado enraizado no seu acervo arquitetônico construído no modelo europeu, resultando no seu reconhecimento como Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade, pela UNESCO em 1997 (IPHAN, 2015).

Por muitos anos, o Centro Histórico, passou por alguns percalços, no qual se pode destacar o seu episódio de total abandono, deixando o seu conjunto arquitetônico descaracterizado, pela ação do tempo e má conservação. Zelar este espaço, para que dê jus ao seu título e, sobretudo nos orgulhar da cultura ludovicense, tornou-se uma tarefa de todos tanto do poder público quanto da população. Dessa forma, oficialmente em 1981, com intuito de conservar o acervo arquitetônico, nesta área foi criado o Programa de Preservação e Revitalização do Centro Histórico (PPRCH), também conhecido como Projeto Reviver.

As primeiras obras iniciaram no bairro da Praia Grande, principalmente na Casa das Tulhas, também conhecida como Feira da Praia Grande ou Mercado das Tulhas. De acordo com Reis (1982) está área encontrava-se em meio a um vasto lamaçal, onde foram construídas as primeiras barracas, improvisadas e sem estrutura adequada, onde os comerciantes vendiam diversos produtos, estas foram extintas em 1833, e somente em 1855 iniciasse nova construção, sendo finalizada em 28 de Julho de 1861 pela Companhia Confiança Maranhense. No Projeto Original da Casa das Tulhas (FIGURA 3), na parte interna localizava-se o jardim da feira. Era na parte externa, que funcionava o Mercado da Praia Grande.

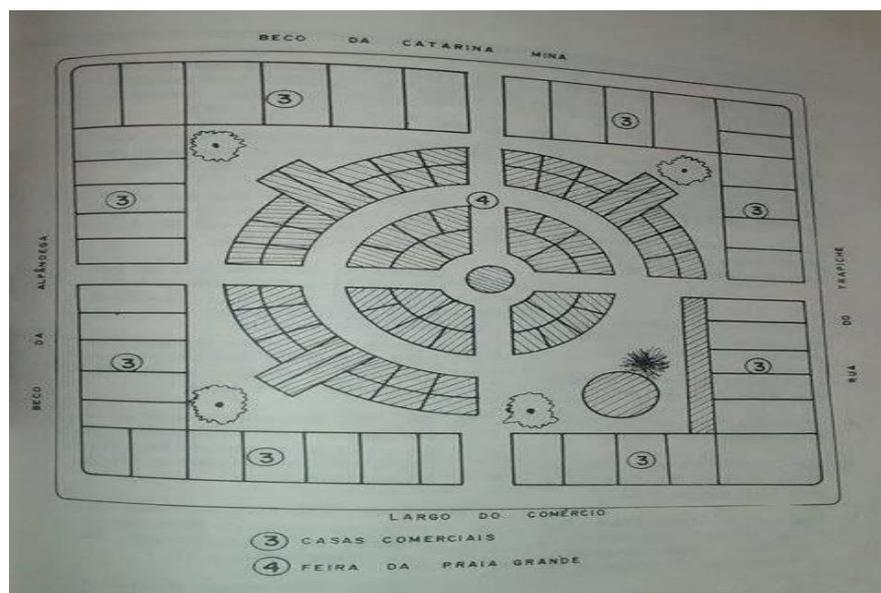
Figura 3: Projeto Original da Casa das Tulhas



Fonte: REIS (1981, p. 51)

Os Mercados Públicos, na maioria das localidades turísticas possuem o papel de mostrar através da arquitetura e dos produtos vendidos os aspectos culturais e históricos dessa sociedade. Dessa forma, a Casa das Tulhas não se difere dos outros mercados do país, se tornou um grande atrativo turístico da cidade, e representa de maneira simbólica a cultura local. Na Planta Atual de Ocupação (FIGURA 4), percebe-se que a Casa das Tulhas ocupa a parte interna do quadrilátero.

Figura 4: Planta Atual de Ocupação



Fonte: REIS (1981)

O prédio possui quatro entradas, sendo que a principal (FIGURA 5), fica localizada na Rua da Estrela. É formada por 72 boxes na área interna, além de bancadas e barracas que se encontram nos corredores da Feira. Lá podemos encontrar vários produtos que respiram a cultura maranhense, sendo comercializados e consumidos, tais como: peixes, camarão seco, castanha, farinha d'água, azeite de coco, vários tipos de doces regionais como o doce de espécie, o doce de buriti, licores, remédios caseiros, cachaças incluindo a Tiquira, guaraná Jesus, dentre outros. Encontram-se também bares que são frequentados por visitantes e turistas e moradores, geralmente de quinta a domingo o fluxo é em maior. Na parte externa da Feira há lojas de artesanatos com vendas de *suvenires*, bolsas feitas com a palha do buriti, miniaturas de azulejos, camisas, vestidos, sandálias, bombons recheados com as frutas típicas como cupuaçu e bacuri, dentre outros artigos.

De acordo, com Mapeamento dos Empreendimentos Gastronômicos localizados no Centro Histórico de São Luís/MA, pode-se identificar que na Casa das Tulhas possui os seguintes restaurantes: Bar e restaurante esquina do Reggae, Restaurante do Mauricio, Deco's bar e restaurante, Bar e restaurante da Lúcia, Bar e restaurante da Tia Amélia, Box da Marlene, Restaurante vovó Roxa, Bar e restaurante da Célia, Juçara Especial, Bar encontro dos amigos, Restaurante vovó Roxa. Dentre estes, apenas sete oferecem a gastronomia típica maranhense, além das outras opções caseira e regional, possuindo maior predominância da comida caseira. Dos citados acima, apenas um estabelecimento – Juçara Especial – oferece

como única opção a gastronomia típica. Com relação aos pratos internacionais, não foram encontrados em nenhum dos estabelecimentos na área. Dessa forma, nota-se que a maioria dos restaurantes valoriza a cultura gastronômica maranhense, por meio da oferta dos pratos oferecidos na Casa das Tulhas (GPICG, 2014).

Figura 5: Entrada Principal da Casa das Tulhas



Fonte: Arquivo Pessoal (2015)

Em entrevista realizada com os donos de boxes mais antigos da Casa das Tulhas, pôde-se perceber que a maioria está atuando há mais de trinta anos na Feira, todos possuem uma história diferenciada com o local, muitos ainda vinham quando criança acompanhar seus pais, o que denota e é confirmado pelos próprios, que a forma de aquisição dos boxes em sua maioria foi através de herança.

Os feirantes e comerciantes da Casa das Tulhas dizem que gostam de trabalhar no local, segundo entrevistado B (2015) uma das vantagens de manter um Box na Feira é “trabalhar por conta própria, ganha pouco mais ganha”. É unânime a resposta quando se fala em desvantagem, todos relatam a falta de segurança do lugar, em visita ao local pude perceber que até possui câmeras de segurança, só que não funcionam.

Diante de alguns percalços a Feira continua inspirando seus aspectos culturais e religiosos. Em entrevista com o entrevistado C (2015) relatou que acontece toda sexta-feira na parte interna, uma roda de Tambor de Crioula patrocinada pelos próprios comerciantes, ressaltou ainda uma curiosidade a respeito do padroeiro dos feirantes e comerciantes que é o

“Santo José das Laranjeiras” comemorado no último domingo do mês de outubro, é festejado com muita alegria. Os feirantes e comerciantes seguem em romaria até São José de Ribamar, na volta todos se reúnem no interior da feira e começa a festa “com horário pra começar e sem horário pra terminar”, enfatiza entrevistado A (2015).

É lembrado que antes a Feira era voltada para os moradores, que vinham comprar suas mercadorias, na maioria vindas do interior do estado, principalmente da Baixada Maranhense, havia grande movimento, como ressalta o entrevistado A (2015): “antigamente era melhor, a Feira era para os moradores, que vinham comprar sua mercearia, hoje à feira é para os turistas”.

Os frequentadores da Casa das Tulhas são na maioria turistas nacionais, com uma frequência menor encontram-se turistas internacionais. Em pesquisa realizada pela SETUR de São Luís/Ma, no mês de janeiro de 2015 intensifica que, o principal motivo de viagem foi negócios/estudos com 37,02%. Refletindo dessa forma, que o turismo de negócios ainda é um forte segmento na cidade.

7.3 Análise das Entrevistas

O objetivo deste tópico será organizar, detalhar e discutir a coleta de dados obtidos no transcorrer da pesquisa. Para tanto, foi elaborado um questionário (APÊNDICE 1) com 16 questões, contendo perguntas abertas, fechadas e de múltiplas escolhas . A análise inicia-se com as variáveis: gênero, faixa etária e nível de escolaridade, seguidas das variáveis específicas com finalidade de responder a pergunta problema desta pesquisa, dessa maneira identificar a percepção dos entrevistados sobre a gastronomia maranhense ofertada na Casa das Tulhas.

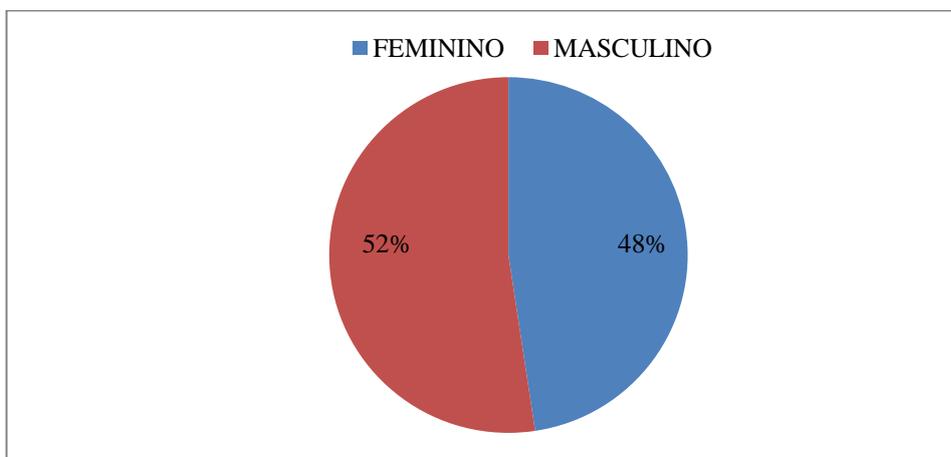
A apresentação dos dados obtidos será por meio de gráficos, para uma melhor visualização, contribuindo para melhor compreensão dos resultados alcançados durante a pesquisa. A discussão dos dados será desenvolvida no decorrer da análise sendo respaldada de acordo com a revisão literária e os resultados obtidos.

O questionário foi aplicado, entre os meses de junho e julho de 2015 com quarenta e sete visitantes e turistas que se encontravam na área de estudo desta pesquisa – Casa das Tulhas, sendo selecionados de maneira aleatória.

Durante a pesquisa ocorreu algumas limitações, quanto a aplicação do roteiro de entrevista estruturada, voltada para a atual presidente da Associação dos Feirantes e Comerciantes da Casa das Tulhas, que pretendia obter maiores informações da área de estudo de forma empírica, porém nenhuma das solicitações foram atendidas. Com relação ao procedimento de coleta de dados destinado aos entrevistados, aplicou-se o pré-teste na última semana do mês de maio de 2015, com intuito de identificar possíveis falhas na elaboração e na aplicação do questionário, por tanto estas foram identificadas e solucionadas.

Valendo-se deste dado para conhecer a distribuição de gênero (GRÁFICO 1), que se encontrava disposto a colaborar com a pesquisa, nota-se que 52% referem-se ao gênero masculino, constatando dessa maneira que este gênero é predominante na participação desta pesquisa, já o feminino compreende-se apenas 48% do universo.

Gráfico 1: Gênero



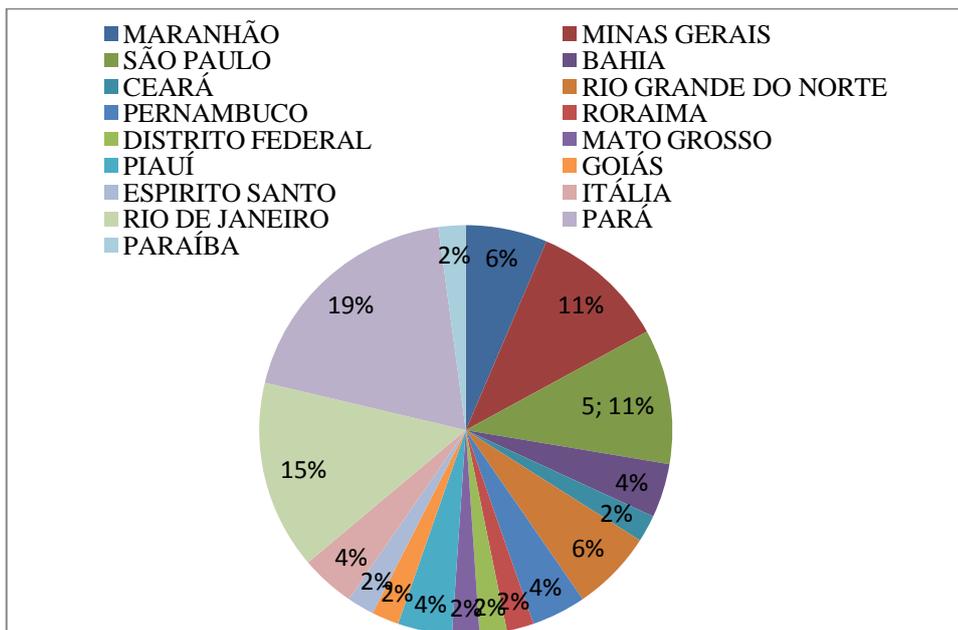
Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Fato semelhante foi constatado na pesquisa de Demanda Turística realizada pela Prefeitura Municipal da cidade de São Luís, por meio da Secretaria Municipal de Turismo (2015), na qual verificou-se que quanto ao gênero 50,97% dos entrevistados foram do sexo masculino. Dessa maneira, percebe-se que este público possui assiduidade no destino.

Com intuito de identificar o local de origem (GRÁFICO, 02), destacados pelos estados dos visitantes e turistas que escolhem a cidade de São Luís como destino turístico

nesta pesquisa, constatou-se que 19% são oriundos do estado do Pará, 15% referem-se ao Rio de Janeiro, seguido pelo estado de São Paulo e Minas Gerais, ambos com 11%, dos respondentes, 6% declararam que são do Maranhão, com 6% também encontramos representantes do Rio Grande do Norte. Os estados de Pernambuco, Bahia e Piauí somam 6%. Dos turistas internacionais apenas 4% se destacam nessa amostra, sendo oriundos da Itália.

Gráfico 2: Local de origem



Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Nota-se que os turistas nacionais são a maioria, fato semelhante foi verificado na pesquisa de Demanda Turística realizada pela Prefeitura Municipal da cidade de São Luís por meio da Secretaria Municipal de Turismo (2015), na qual verificou-se que com 97,87% dos entrevistados são brasileiros, enquanto 2,13% representam os turistas internacionais.

Ignarra (2001) destaca que, uma das formas de organizar o turismo é levar em consideração a demanda e a oferta, com finalidade de planejar da melhor forma possível a atividade na localidade. Para isso o uso de variáveis para a segmentação do mercado é indispensável, a idade, por exemplo, constitui os seguintes grupos: turismo infantil, turismo juvenil, turismo de meia idade, turismo de terceira idade.

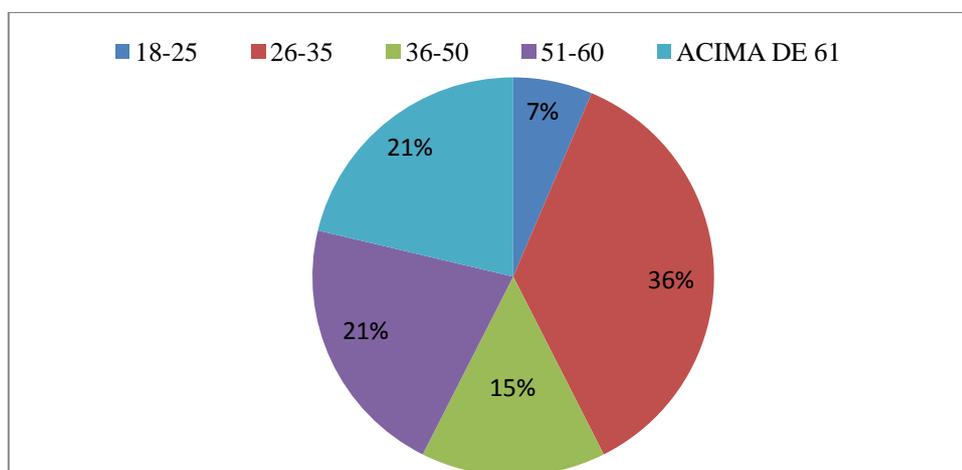
Dessa forma, com relação a faixa etária (GRÁFICO 03), nota-se que os visitantes e turistas com no intervalo entre 26 a 35 anos ocupam 36%, dessa forma, representam o nível maior de visitação na amostra da correspondente pesquisa, seguido com 21% as faixas etárias

entre de 51-60 e acima de 61, considerados de meia e terceira idade, respectivamente, também possuem presença marcante, geralmente são pessoas aposentadas que viajam acompanhadas pelo grupo de mesma idade.

Percebe-se também, nessa amostra da pesquisa que os entrevistados viajavam em pequenos grupos de amigos, os mais jovens e os mais velhos com familiares ou com seus cônjuges. Em conversa informal, durante a aplicação dos questionários alguns respondentes, na maioria de meia idade e terceira, relataram que devido ao tempo livre aproveitam para viajar e conhecer outras culturas. Para Cobra (2005, p. 195) devido a “disponibilidade de tempo e também de renda, os consumidores saem em busca da realização de seus sonhos, fantasias, lazer, prazer e desejos...”. Reforçando dessa forma que o tempo livre é um grande aliado do turismo.

A faixa etária entre 36 a 50 ocupam a fatia do gráfico com 15% e o restante entre 18 a 25 anos ficam apenas com 7%, diante desse percentual, nota-se os jovens possuem um percentual pequeno na procura do destino São Luís nesta pesquisa.

Gráfico 3: Faixa etária



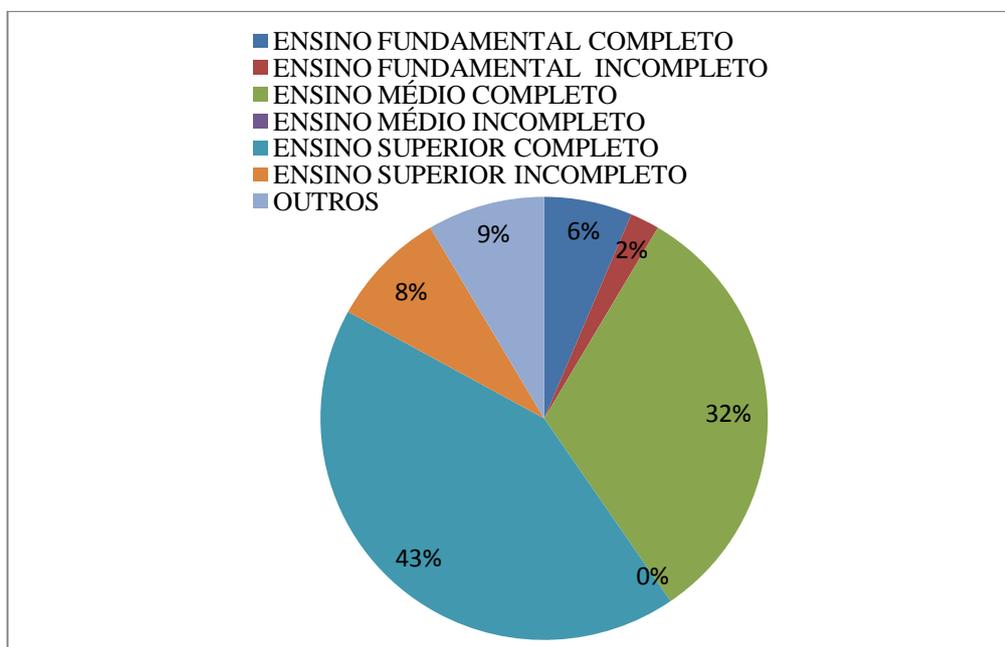
Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Quanto ao grau de escolaridade (GRÁFICO 04) dos respondentes notou-se que 43% possui ensino superior completo. Uma quantia considerável dos entrevistados completou o ensino médio, correspondendo a 36% da amostra, possuindo outros níveis de graduação, como pós-graduação encontram-se 9% dos respondentes, 8% representam os que não concluíram o ensino superior. Ficando apenas 6% da amostra correspondendo ao ensino

fundamental completo e 2% possuem ensino fundamental incompleto. Diante dessa informação, percebe-se que o público que visita a cidade de São Luís que se encontrava na Casa das Tulhas possui um grau de instrução mais elevado.

Devido a “facilidade” de ingressar na educação superior, por meio das universidades federais, estaduais e particulares, com várias modalidades – presencial, à distância, semi-presencial – encaixando dessa forma em cada perfil. O acesso ocorre de várias formas tais como: vestibulares tradicionais, ENEM, SISU, FIES, PROUNI (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2015).

Gráfico 4: Escolaridade



Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Dessa maneira, levando em consideração a escolaridade dos visitantes e turistas constituir-se por um grau de instrução elevado e, sobretudo serem maior número de respondentes, acredita-se que o nível de exigência também seja maior em relação aos produtos e serviços oferecidos, haja vista que os mesmos possuem maiores acessos à informação. Esse dado se torna relevante no que tange garantir a satisfação dos visitantes e turistas de São Luís. Ora, se o turista é exigente, e não só por isso, estão vale apenas garantir a sua satisfação, que conseqüentemente contribuirá para o seu retorno.

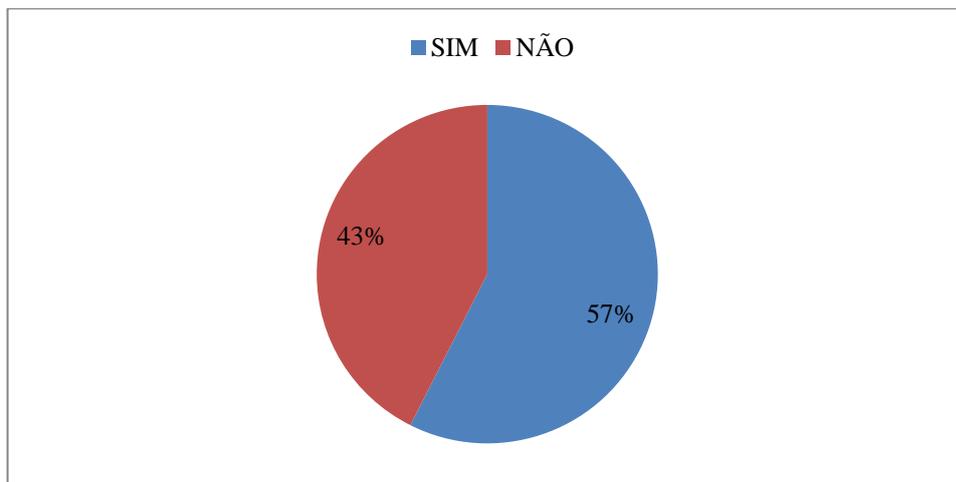
Questionados se esta era a primeira vez em São Luís/MA (GRÁFICO 05), 57% dos entrevistados declararam que sim. Diante dessa informação podemos notar que a cidade possui potencialidade de atrair novos visitantes e turistas. Vale salientar que, esses “marinheiros” de primeira viagem são clientes em potenciais para o futuro de uma determinada localidade turística.

Com parcela significativa nesta amostra da pesquisa, encontram-se 43% dos entrevistados que afirmam que esta não é a primeira que visitam a cidade. Esses por sua vez identificaram a quantidade de vezes que visitaram esse destino, em sua maioria reponderam, por duas vezes, outros enfatizaram cinco, seis ou mais de dez vezes.

Neste sentido, nota-se que a porcentagem dos visitantes e turistas que visitam a cidade por duas vezes ou mais, é respaldada pelas seguintes motivações destacada pelos mesmos, interligam respectivamente o seu retorno motivados a dois seguimentos: lazer e negócios. Diante de tal informação, se faz necessário que o trade turístico tenha conscientização de tal demanda, a fim de minimizar ou mesmo sanar os problemas e dessa forma potencializar ainda mais o turismo na cidade.

Observa-se que o retorno dos visitantes e turistas, para um destino turístico reflete na motivação, na capacidade provável de satisfação que por sua vez cogitará na fidelização destes. Para Cobra (2005, p. 205) o marketing de relacionamento é tão ou mais importante do que o marketing transicional, aquele que possui como foco apenas as vendas. O marketing de relacionamentos por sua vez, possui fator primordial dentro de qualquer organização, pois age de forma que manter um cliente é tão importante quanto conquistar um novo. Dessa forma os clientes satisfeitos procuram o destino por mais vezes.

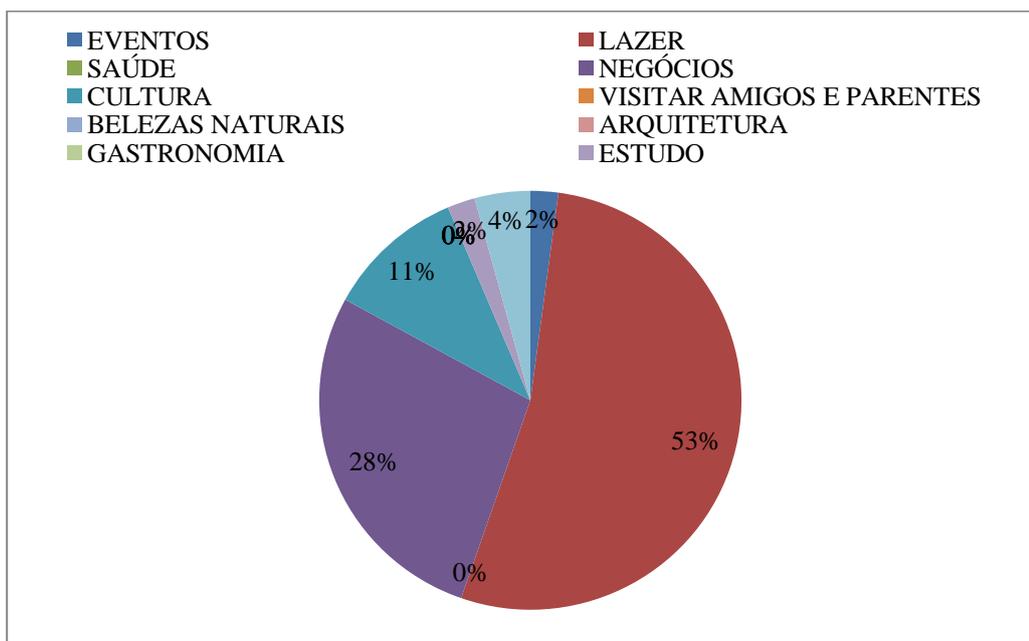
Gráfico 5: Primeira vez em São Luís



Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Compreender os visitantes e turistas que saem de seu local de origem em busca de outros ambientes por diversas motivações é de suma importância para que o destino escolhido obtenha sucesso e desenvolvimento, haja vista que se determinada localidade turística dispõe de um produto ou serviço capaz de atrair visitantes e turistas, o que incrementa a sua visitação, deve ser visto ou revisto com mais cautela.

Gráfico 6: Motivação da viagem



Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Conforme McIntosh (1997) *apud* Beni (1998), os motivos para viajar podem ser agregados de várias formas tais como: motivações físicas, que denotam a necessidade do corpo ao descanso, agitação ou tratamentos de saúde, dentre outros fatores conduzem a procura por lugares que supram essas carências; os motivos culturais, o desejo de conhecer outras culturas, hábitos, costumes e outros também são bastante requisitados; motivações interpessoais, que se referem ao anseio de interagir com outras pessoas, de visitar amigos e parentes, de sair da rotina diária; e motivações de *status* e prestígio, usam a viagem como uma maneira de mostrar ao outro que pode viajar para qualquer lugar e ser reconhecido por isso, aguça ainda mais o seu ego.

Neste sentido, questionados sobre a motivação da viagem (GRÁFICO 06), os visitantes e turistas que foram entrevistados na Casa das Tulhas declaram que foram instigados por alguma motivação, a estarem no local, 45% foram motivados pelo lazer. Diante desta análise, nota-se que o turismo de lazer, é um segmento em ascensão dentro da sociedade, haja vista que devido a correria do dia a dia das pessoas, procuram por lugares que remetem a tranquilidade, ao descanso. Dessa forma Dumazedier (1973) *apud* Souza (2010) conceitua o lazer como:

Conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se ou entreter-se ou ainda para desenvolver sua formação desinteressada, sua participação social voluntária, ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das ocupações profissionais, familiares e sociais.

Vale ressaltar que o período da realização da pesquisa de campo, junho e julho de 2015, também influenciou no quesito da motivação, considerando que corresponde ao período das férias escolares e dos festejos juninos, o que aponta para esse resultado de aproximadamente metade da amostra (45%) indicar como principal motivação, o lazer.

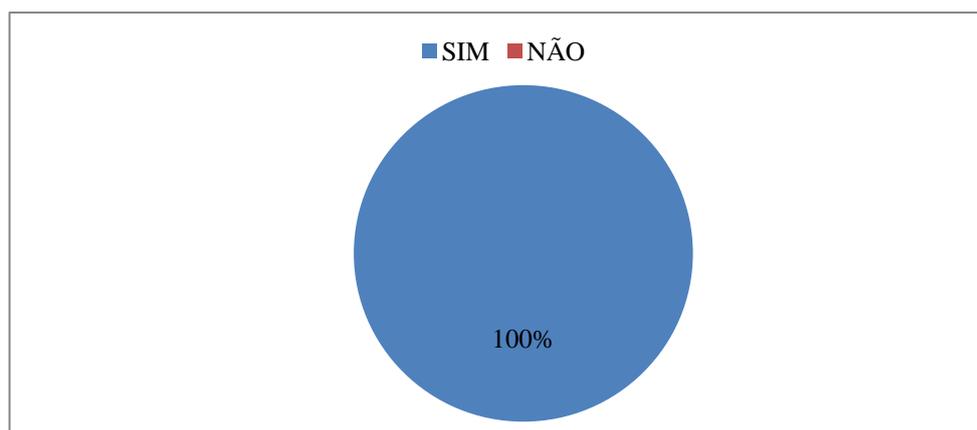
Em contrapartida, a pesquisa de Demanda Turística realizada pela Prefeitura Municipal da cidade de São Luís através da Secretaria Municipal de Turismo (2015), revela que o principal motivo da viagem apontado pelos turistas entrevistados foi Negócios/Estudos com 37,02%, seguido da visita a parentes/amigos com 34,30% e passeio com 12,40%. Cabe aqui ressaltar que esta pesquisa realizou-se no mês de janeiro de 2015.

De acordo com a pesquisa do decorrente trabalho, motivados pelos negócios correspondem a 28%, os 11% estiveram na cidade para visitar amigos/parentes, por motivo de

saúde apenas 4%. Vale ressaltar que essa percentual refere-se ao turismo interno do estado, onde muitos maranhenses dependem e por sua vez se deslocam para a capital em busca dos serviços públicos de saúde.

Vale ressaltar, que dentre os entrevistados, apenas 2% se declararam motivados pelos quesitos gastronomia, estudos, eventos e cultura. Isso nos faz refletir que alguns segmentos do turismo de São Luís precisam ser revistos e melhor trabalhados, haja vista que possuem potencialidades. A formatação de novos produtos relacionados à cultura popular como hábitos, costumes e tradições, é fundamental para que o destino São Luís se desenvolva turisticamente, com maior enfoque nas formas de expressão popular e valorização da cultura local.

Gráfico 7: Conhecimento da gastronomia maranhense



Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

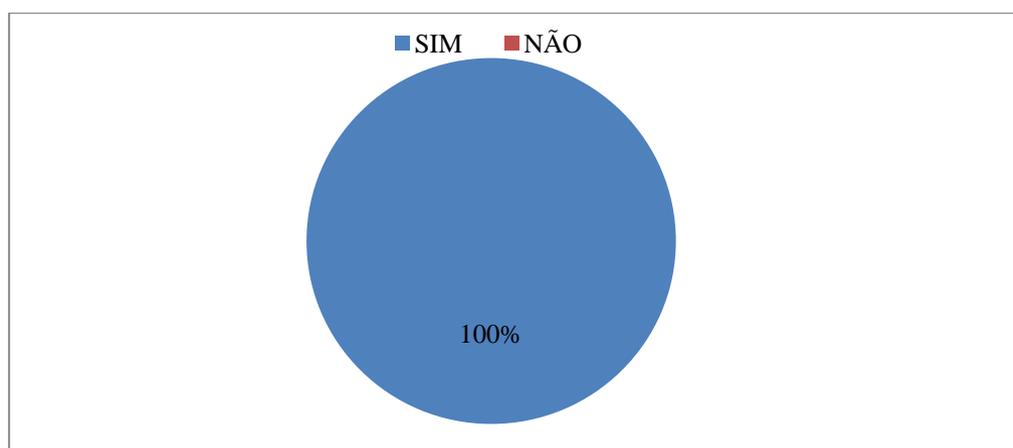
Sobre o conhecimento da gastronomia típica (GRÁFICO 07), 100% dos entrevistados relataram que já conhecem ou ao menos já ouviram falar. Em caso de resposta positiva, foram solicitados a identificar um prato da gastronomia maranhense, dessa forma não há de se surpreender que o tradicional Arroz-de-cuxá foi o mais apontado. Mesmo sem ainda terem experimentado o prato, os mesmos o identificaram pelo nome. Dessa maneira percebe-se que esse prato, reflete toda a simbologia da gastronomia maranhense.

Os pratos típicos tendem a caracterizar e identificar o local de origem, sendo em muitos casos relacionados de forma voluntária ou mesmo involuntária quando se pensa ou se fala de uma cidade, estado ou país.

A representação de um local por meio do alimento abundante nesta região é facilmente assimilada por quem a conhece, assim como estrangeiros que associam a feijoada ao Brasil, o Acarajé virou símbolo da Bahia, o Pão de Queijo é associado a Minas Gerais, o Arroz de Cuxá por sua vez ao Maranhão, a vinicultura é associada à Região Sul de nosso país, o *hot dog* aos Estados Unidos da América, o Salsichão com Chucrute à Alemanha, entre outros. (SILVA, 2014, p. 52).

Os alimentos que são relacionados a uma localidade remetem a sua identidade cultural, expressa nos seus ingredientes, saberes e fazeres de sua cozinha. O arroz de cuxá representa dessa forma a herança gastronômica do estado, é muito procurado e apreciado pelos visitantes e turistas, é considerado como um prato exótico e de gosto forte. Nota-se que os que visitam a cidade experimentam a gastronomia típica e dessa maneira podem conhecer a cultura através de saborosos.

Gráfico 8: Degustação da gastronomia maranhense



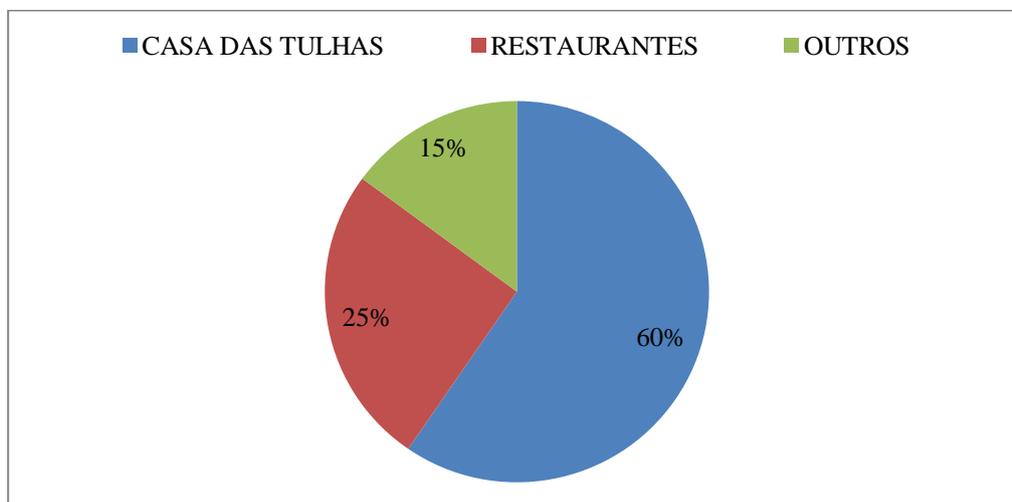
Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

A gastronomia de uma localidade proporciona aos visitantes e turistas não apenas a satisfação de suas necessidades fisiológicas, mas também a curiosidade dos que visitam a cidade, no sentido de que os pratos típicos revelam sentimentos, gostos e aversões. Vale ressaltar que “a cozinha tradicional está sendo reconhecida cada vez mais como um componente valioso do patrimônio intangível dos povos” (SCHLUTER, 2003, p. 11), mas ainda não se formatou como produto turístico, atua como coadjuvante, apenas esta ingerida nas necessidades dos que visitam a cidade.

Há de se convir, que a motivação gastronômica ainda não oferece um fator determinante dentro do turismo nacional, haja vista que possuem poucos estudos e de certo

modo pouco interesse em inserir a alimentação/gastronomia como oferta turística, sem perder a sua identidade funcional.

Gráfico 9: Locais que foram experimentados os pratos



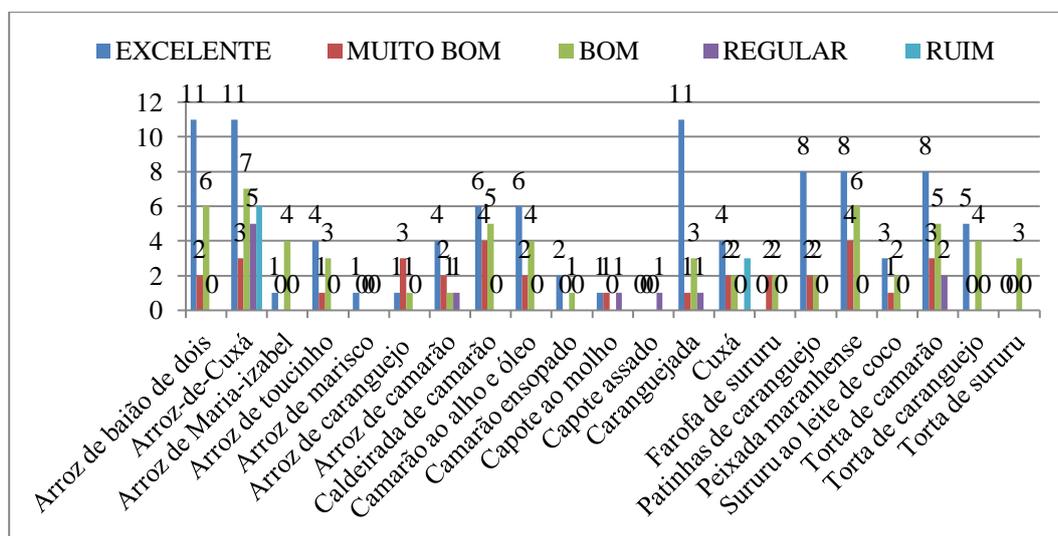
Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Ao serem questionados sobre o local onde ocorreu a degustação do prato (GRÁFICO 09), 60% revelaram terem experimentado na Casa das Tulhas, local que expressa a cultura ludovicense de forma notória. Os que experimentaram os pratos típicos em outros espaços *gourmets* da cidade como restaurantes da orla marítima, restaurantes do Centro Histórico, restaurantes em supermercados, somam 25%. O restante da amostra que se refere a outros locais no questionário, com 15% declararam que degustaram em casa de amigos/parentes e devido ao momento propício no qual a cidade se encontrava – início das festas juninas – os arraiais também foram cenário de momentos entre os visitantes e turistas e a comida típica do estado.

Diante das informações acima, podemos complementar que, o interesse em experimentar a gastronomia típica de uma região influencia na procura por locais que oferecem esse tipo de alimento. Segundo Schluter (2003) essa procura se deve ao surgimento do conceito de valorização das diferenças entre as regiões nacionais e internacionais, dessa forma através da gastronomia tradicional pode-se obter uma melhor compreensão da cultura do outro.

A gastronomia típica representa a cultura identitária de uma localidade, expressa em cada ingrediente e forma de preparo de seus alimentos. Para tanto há de se convir que a percepção sobre os pratos experimentados nas localidades turísticas é de suma importância.

Gráfico 10: Pratos típicos experimentados com nível de satisfação.



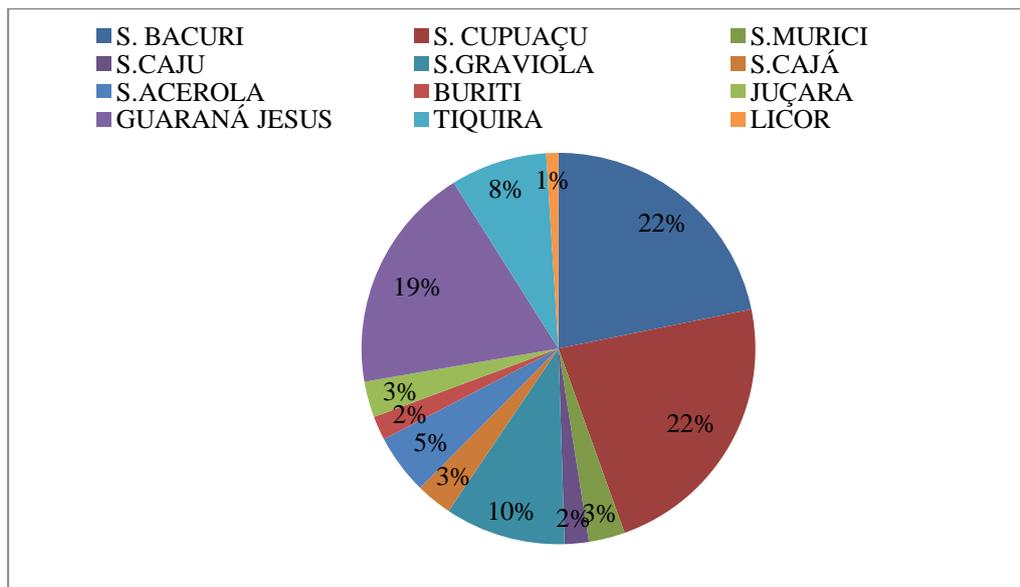
Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Com relação ao nível de satisfação dos pratos típicos degustados pelos visitantes e turistas (GRÁFICO 10), não utilizou-se em porcentagem, optou-se por tabular de forma numérica. Sendo que o arroz de baião de dois e o arroz-de-cuxá, alcançaram o nível máximo de satisfação – Excelente – retratado por 11 entrevistados. Enquanto 6 pessoas declararam que o arroz-de-cuxá é Ruim.

Obtendo o nível de satisfação – Excelente – o cuxá foi considerado como por 4 pessoas e denominado – Ruim – por 3. As iguarias a base de mariscos, de acordo com entrevistados, foram considerados como – Excelente – os seguintes pratos típicos: a caranguejada, conforme 11 pessoas; enquanto a patinha de caranguejo, a torta de camarão por 8 pessoas; a caldeirada de camarão e o camarão de ao alho e óleo foram citados por 6 e a torta de caranguejo considerada por 5.

Vale ressaltar que, essa pergunta do questionário, foi de múltipla escolha, dessa maneira o respondente poderia escolher mais de uma alternativa.

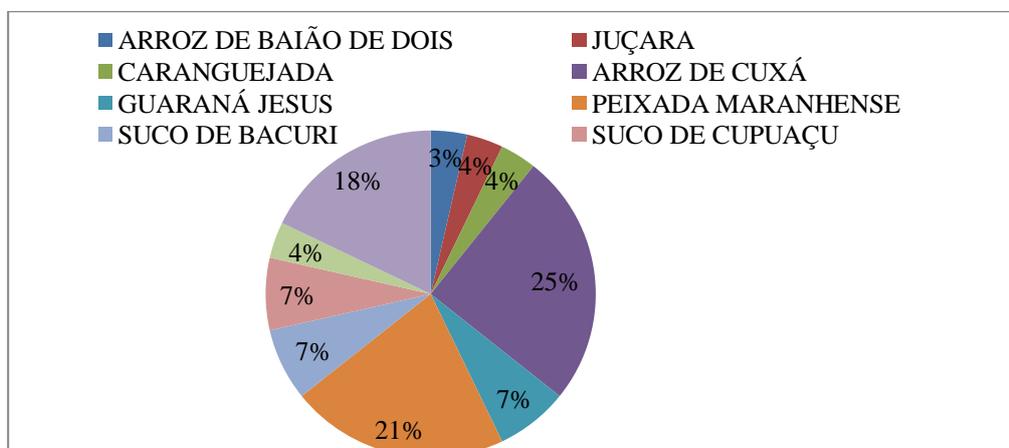
Gráfico 11: Bebidas experimentadas na Casa das Tulhas.



Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Questionados se haviam experimentado alguma bebida típica maranhense na Casa das Tulhas (GRÁFICO 11), os entrevistados responderam mais de uma opção dentre as que estavam no questionário. Os sucos são muito apreciados pelos visitantes e turistas que chegam à cidade, dando destaque as frutas da Amazônia como o bacuri 22% e cupuaçu 22% possuem maior representatividade. O refrigerante Guaraná Jesus abrange 19%, o suco de graviola fica com 10% da amostra, com 8% a Tiquira tradicional aguardente do estado, os demais somam 20%, que correspondem aos licores, a juçara e aos sucos de caju, goiaba, murici, cajá, acerola, buriti.

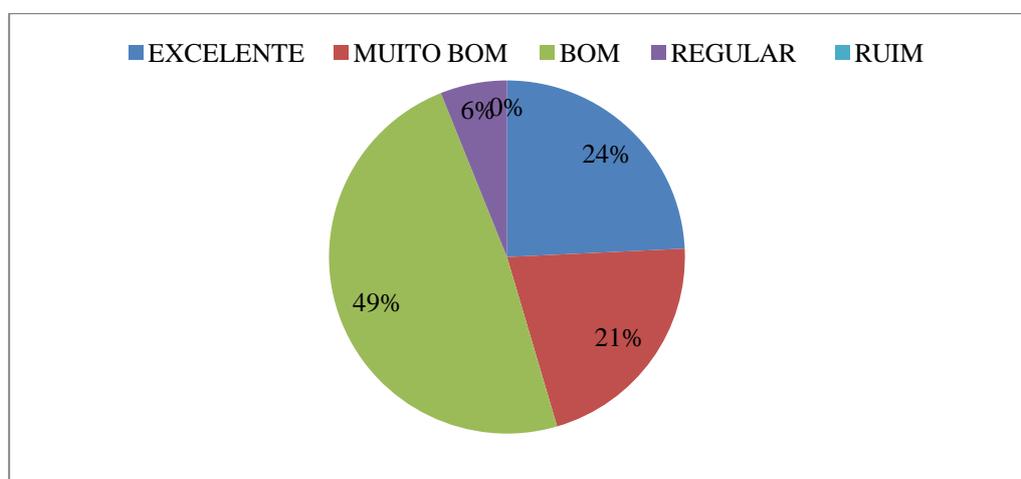
Gráfico 12: Prato que mais gostou de experimentar na Casa das Tulhas



Fonte: Dados da pesquisa (2015)

Indagados sobre o prato típico que mais gostaram de experimentar na Casa das Tulhas (GRÁFICO 12), o arroz-de-cuxá dentre os respondentes foi o mais requisitado ficando com 25%, a peixada maranhense corresponde a 21%, a torta de camarão com 18%, os sucos de cupuaçu e bacuri e o refrigerante guaraná Jesus representam 7% cada, a juçara, a carangueja, o arroz de baião de dois e a tiquira somam 15% da amostra. Nota-se dessa forma que o arroz-de-cuxá, foi colocado como o produto que mais foi apreciado pelos visitantes e turistas na Casa das Tulhas.

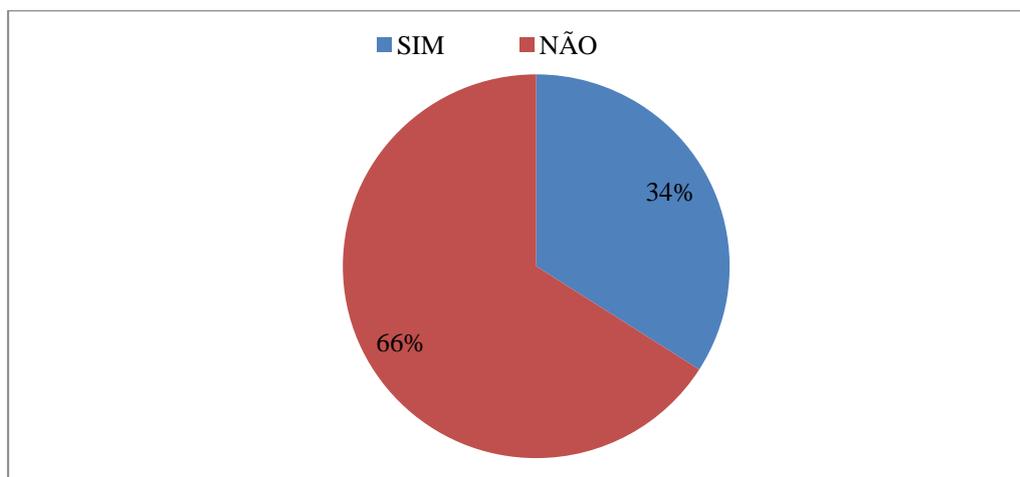
Gráfico 13: Percepção sobre a gastronomia maranhense ofertada na Casa das Tulhas



Fonte: dados da pesquisa (2015)

No gráfico acima, que representa a percepção sobre a gastronomia ofertada na Casa das Tulhas às respostas foram diversificadas, sendo que 49% dos visitantes e turistas classificaram como Bom, 24% como excelente, 21% como muito bom e apenas 6% relataram como regular. Isso nos faz refletir que a gastronomia Maranhense possui um potencial turístico para o estado, todavia é necessário que existam parcerias entre o trade turístico da região para que haja o fomento desse produto. De modo geral, a gastronomia possui um grau de aceitação, de acordo com pesquisa realizada pela SETUR (2015) classificaram-na como “Excelente, com 45,35% da mostra, enquanto 32,17% revelaram como “Bom”. Dessa forma, a pesquisa nos faz refletir sobre um novo seguimento turístico na cidade, o Turismo Gastronômico, já que temos uma grande aceitação por parte dos turistas.

Gráfico 14: A gastronomia maranhense como fator motivacional de viagens



Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

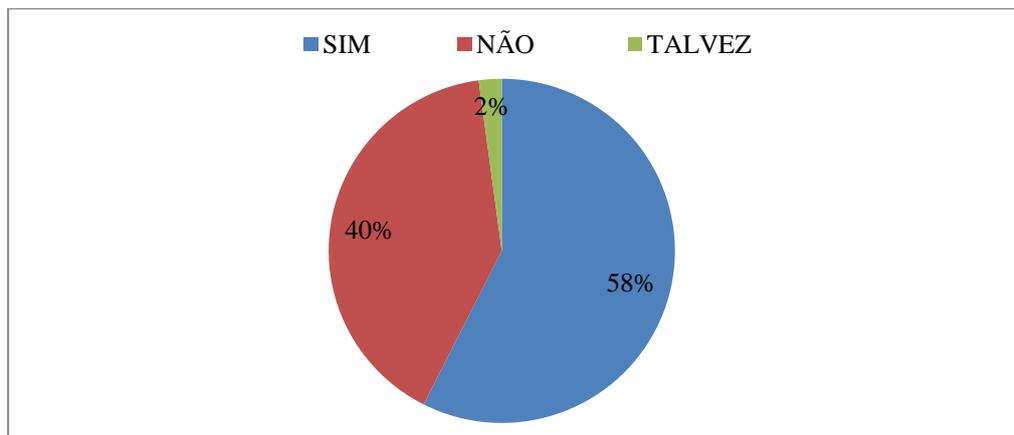
Levando em consideração o fator motivação de viagens, 66% dos entrevistados declararam que a gastronomia maranhense não age como fator único de deslocamento, está vinculada a outros fatores. Como cita Fagliari (2005, p. 10) “a alimentação é vista por turistas somente como oferta turística e não como atrativo turístico”. Diante da informação obtida, percebe-se que apesar da sua peculiaridade e presença marcante de temperos a gastronomia maranhense, infelizmente ainda não é vendida como um produto turístico para as regiões do país tão pouco a nível mundial.

Para Ignarra (2001, p.30) a somatória do atrativo turístico, serviços turísticos, infraestrutura básica e o conjunto de serviços urbanos de apoio ao turismo resultam no produto turístico, que por sua vez reflete na oferta e demanda da localidade turística.

Quando indagados sobre o fato da gastronomia típica do estado ter sido um fator capaz de motivar o deslocamento, 34% dos respondentes acreditam que a gastronomia típica do estado pode sim, ser um fator motivacional de viagem.

A aprovação da gastronomia pode ser observada conforme gráfico 15, onde o turista e o visitante são indagados se recomendariam a gastronomia maranhense a outros visitantes e turistas potenciais.

Gráfico 15: Recomendação da gastronomia maranhense ofertada na Casa das Tulhas.



Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Sobre a recomendação da gastronomia maranhense ofertada na Casa das Tulhas (GRÁFICO 12), pode-se perceber que apesar da carência com relação a infraestrutura básica e turística do local, em sua maioria, precisamente 58% da amostra recomendariam a gastronomia ofertada no espaço. Enquanto 40% declararam que não recomendariam e apenas 2% opinaram pela opção talvez.

Percebe-se, que a recomendação da gastronomia ofertada neste espaço será feita por amigos, pela propaganda “boca a boca”. Supõe-se dessa forma que os mesmos foram satisfeito com o “produto” ofertado. Para Cobra (2005, p.197) a satisfação do consumidor seja em turismo ou não, é vista como um fator crucial para o sucesso das mais variadas organizações.

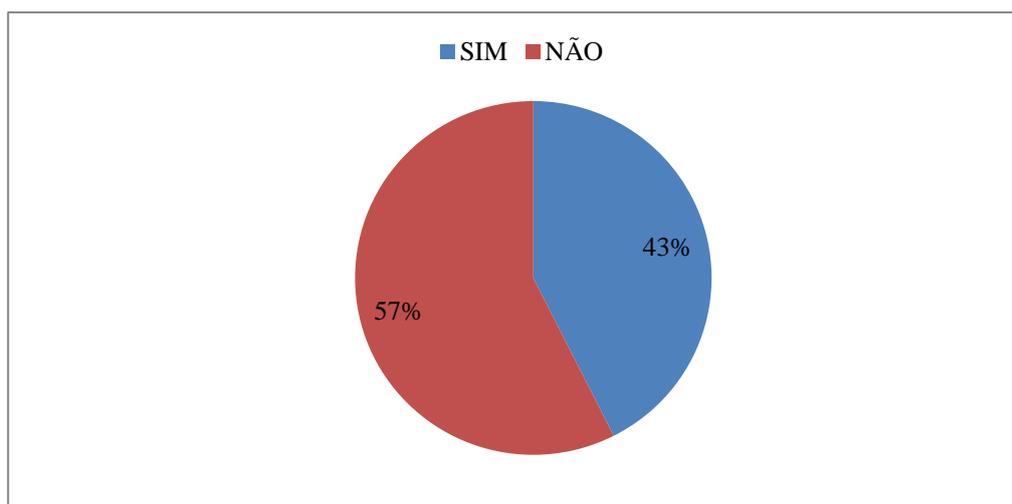
Para Bentivegna (2002) *apud* Balem (2009, p.27) “a influência pessoal geralmente tem um papel mais decisivo em influenciar o comportamento do que a propaganda e outras fontes dominadas pelo comercializador”. Geralmente as pessoas possuem mais confiança quando a informação dita é feita por alguém que já passou pela experiência, esse tipo de comunicação pode ser feito pessoalmente, onde as pessoas depositam mais credibilidade ou pelas redes sociais, onde muitos trocam informações com pessoas do seu âmbito de amizade ou não.

Dessa maneira o marketing boca a boca é uma ferramenta primordial para a atividade turística, agindo como ferramenta de divulgação, esse tipo de marketing pode colocar o destino em ascensão ou mesmo em declínio. A credibilidade desse marketing respaldada sobre o dito popular que afirma que “a voz do povo é a voz de Deus”. Ora, se

sobre determinada localidade turística ouve-se apenas opiniões negativas, é lógico que os visitantes e turistas optarão por outros destinos.

Na pergunta de número 14 do questionário da presente pesquisa, enfatizamos sobre os pontos positivos e negativos com relação a gastronomia ofertada na Casa das Tulhas, os respondentes declaram que a comida é muito saborosa e julgaram como positivo o atendimento. Haja vista que, a gastronomia envolve muito além de comidas e bebidas, o ambiente, o atendimento também são considerados fatores relevantes, ou seja, o complemento que auxilia na nota. Quanto aos pontos negativos, a higiene, os preços e a infraestrutura do local, se sobressaíram. Alertando dessa forma, que o espaço precisa de um olhar mais clínico já que o mesmo é um local que representa tangível e intangível a história marcante da cidade. Possui forte presença de visitantes e turistas que procuram o local com finalidade de conhecer tal história.

Gráfico 16: Pretensão de retorno à cidade pela gastronomia



Fonte: Dados da Pesquisa (2015)

Sobre a pretensão de retorno a cidade pela gastronomia (GRÁFICO 13), 55% relataram que não pretendem retornar somente pela gastronomia. Os mesmos ainda concluem que a gastronomia é um “complemento” e não uma motivação especial de deslocamento. Enquanto, 45% declararam que sim, voltariam pela gastronomia genuína, diante dessa informação pode-se perceber que a gastronomia não possui ainda um fator de motivação de deslocamento turístico, apesar de ser muito requisitada.

A gastronomia maranhense precisa de melhores instrumentos de divulgação no mercado turístico, haja vista que possuímos uma gastronomia exótica e peculiar, e que pode ser aproveitada na oferta turística da cidade. A mesma precisa ser mais trabalhada, utilizando o marketing como ferramenta para divulgação e formatação de rotas gastronômicas com finalidade de “[...] mostrar os valores culturais de determinadas localidades tendo como eixo os pratos típicos da região” (SCHLUTER, 2003, p. 75). A inserção destas rotas no *city tour* de São Luís seria uma saída para que a gastronomia se sobressaísse como mais um dos vários atrativos locais e dessa maneira implementar o turismo gastronômico na cidade.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como finalidade analisar a percepção dos visitantes e turistas sobre a gastronomia ofertada na Casa das Tulhas, no Centro Histórico de São Luís/MA, bem como identificar se a mesma age como fator de motivacional de deslocamento.

Ao longo da vida humana, pode-se perceber que o instinto de se alimentar sempre esteve junto ao homem. Partindo da premissa que, o mesmo precisa de alimentos para se manter vivo. A alimentação, sobretudo passou de simples ato de saciar a fome para atender outras motivações como: o desejo e o prazer de comer. Baseada pelo desejo e prazer de ingerir boa comida e bebida, surgiu a gastronomia.

Atualmente a gastronomia possui duas vertentes dentro do turismo, a primeira refere-se às necessidades fisiológicas, ação pela qual o homem precisa atender em qualquer fase de sua vida, seja em casa, na rua ou mesmo viajando; a segunda refere-se ao uso da gastronomia como produto turístico, refletindo dessa forma como principal motivação de deslocamento.

Por meio da gastronomia típica, os visitantes e turistas fazem um intercâmbio cultural, entre o seu local de origem e o local visitado. Nessa perspectiva, a gastronomia de uma localidade expressa a sua cultura, por meio de suas tradições refletidas em cada ingrediente e forma de preparo. Cada prato reflete sua história e podendo até mesmo se tornar um elemento indenitário do destino.

Em algumas localidades, a gastronomia age de forma marcante, sendo como um principal atrativo turístico, refletindo dessa forma no deslocamento em prol de experimentá-la, enquanto em outras regiões atua apenas como coadjuvante, um bem necessário a vida humana.

Vale destacar, que em certos destinos a gastronomia é bem aceita pelos visitantes e turistas, porém não atua como atrativo turístico, como é o caso da gastronomia maranhense. Diante dessa perspectiva, 66% dos entrevistados declararam que a gastronomia maranhense não age como fator motivacional. Lazer e negócios foram os principais motivos citados pelos respondentes.

É relevante destacar, que 100% dos entrevistados relataram que já tinham conhecimento gastronomia maranhense, sendo que o tradicional arroz-de-cuxá foi o mais

apontado, mesmo sem ainda terem experimentado este prato, os pesquisados o identificaram pelo nome, bem como o refrigerante guaraná Jesus. Outros produtos como os sucos de bacuri e cupuaçu, tiveram destaque nessa amostra.

Com base nos dados obtidos e analisados, é possível dizer que a gastronomia típica ofertada na Casa das Tulhas possui um nível de aceitação favorável, alcançando 49% do nível de satisfação dos entrevistados, que classificaram como “Bom”, seguido de 21% como “Muito Bom” e 6% declararam como “Regular”, nenhum dos entrevistados classificou como “Ruim” a gastronomia típica neste espaço.

De acordo os dados obtidos dos questionários aplicados na área de estudo, junto aos visitantes e turistas, constatou-se que quanto aos aspectos positivos temos o atendimento e a comida, com relação aos aspectos negativos, destacam-se a infraestrutura do local, a higiene e os preços. Entretanto, em visitas ao local, pode-se perceber que o mesmo precisa de melhores cuidados, carecendo de infraestrutura básica e turística, qualificação dos donos de boxes, bem como a dos seus funcionários por meio de cursos voltados para o atendimento, informações turísticas, idiomas, para que o visitante possa levar uma boa impressão do destino.

Um percentual relevante também foi detectado sobre a recomendação da gastronomia maranhense ofertada na Casa das Tulhas, 58% da amostra recomendariam, enquanto 40% declararam que não recomendariam e apenas 2% opinaram pela opção talvez.

Dessa forma, nota-se que a percepção, ou seja, a impressão que os visitantes e turistas levam, reflete de forma positiva ou negativa sobre o produto ou atrativo dos destinos turístico. Haja vista que, os mesmos sob o uso das informações principalmente com o uso da ferramenta do marketing “boca a boca”, formatam sua imagem.

O objetivo proposto inicialmente foi alcançado, de forma que este trabalho poderá servir como base para futuros trabalhos e também poderá contribuir junto *trade* turístico da cidade. Nesse âmbito, com intuito de formatar a gastronomia maranhense como atrativo turístico principal são propostas algumas alternativas como: divulgação da gastronomia enfatizando a sua valorização cultural de forma mais acentuada no mercado turístico, com a inserção da gastronomia nos roteiros já existentes, criação de roteiros e eventos gastronômicos, bem como a implementação do turismo gastronômico.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Mayana Cosendey. **Festivais gastronômicos: um exemplo de Petrópolis gourmet**. Universidade Federal Fluminense. – Quissamã, 2009. Disponível em: http://www.proac.uff.br/turismo/sites/default/files/MAYANA_COSENDEY_AGUIAR-tcc.PDF. Acesso em: 20 dez 2014.
- ANDRÈS, Luiz Phelipe de Carvalho Castro. **Reabilitação do centro histórico de São Luís: análise crítica do programa de preservação e revitalização do centro histórico de São Luís – PPRCHSL, sob o enfoque da conservação urbana integrada**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Urbano) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.
- BALEM, Eduardo. **Marketing boca a boca: estudo da recepção de informações positivas sobre produções cinematográficas**. Universidade Federal do rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/18961/000733601.pdf?sequence=1>. Acesso em 15 jun 2015.
- BARCZSZ, Débora Silvestre; AMARAL, Franciely F. Azarias do. **Turismo gastronômico: a percepção do turista na 18ª festa nacional do cerneiro no buraco de Campo Mourão Estado do Paraná**. Patrimônio: Lazer & Turismo, v.7, n.11 jul.-ago.-set./2010, p.66-98. Disponível em: <http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio>. Acesso em 10 Out 2014.
- BARRETO, Margarita. **Cultura e turismo: Discussões contemporâneas**. – Campinas, SP: Papyrus, 2007. (Coleção Turismo).
- BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. – 13ªed. Ver. E atual. – Campinas: São Paulo – Papyrus, 2003.
- BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. – 2ª ed. – São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 1988.
- BRASIL: **Guia de Cidades 2012**. – 1. ed. – São Paulo: Empresa Brasileira de Com. E Produções, 2012. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Brasil_-_Guia_de_Cidades.pdf. Acesso em 2 fev 2015.
- BRAUNE, Renata. **O que é gastronomia**. – São Paulo: Brasiliense, 2007. (Coleção primeiros passos).
- CASCUDO. Luís da Câmara. **Antologia da alimentação no Brasil**. – 2. ed. – São Paulo: Global, 2008.
- CASCUDO. Luís da Câmara. **História da alimentação no Brasil**. – São Paulo: Global, 2004.
- CASTRO, Fernanda Meneses de Miranda; SANTOS, Juliana Gomes Marinho dos. **A cultura gastronômica como atrativo turístico: relato de uma experiência de pesquisa nos**

restaurantes de Aracaju/SE. Revista Hospitalidade. São Paulo, v.IX, n.2, p. 155 – 174, jul. – dez. 2012. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/download/9376>. Acesso em 14 jun 2014.

COBRA, Marcos. **Marketing de serviços: turismo, lazer e negócios.** Edição compactada. São Paulo: COBRA, 2005.

FAGLIARI, Gabriela Scuta. **Turismo e alimentação: análises introdutórias.** – São Paulo: Roca, 2005.

FERRO, Rafael, C. **Gastronomia e turismo cultural: reflexões sobre a cultura no processo do desenvolvimento local.** Contextos da alimentação: Comportamento, cultura e sociedade. Artigo, vol. 2, nº 2, 2013. Disponível em: <<http://www.revistas.sp.senac.br/index.php/revistacontextos/article/viewFile/483/427>>. Acesso em 20 mai 2014.

FORNARI, Cláudio. **Dicionário-Almanaque de comes & bebes.** – Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma historia da gastronomia.** 5ª ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande e senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal.** – 48ªed. rev. – São Paulo: Global, 2003. (Introdução à história da sociedade patriarcal no Brasil; 1).

GIL, Antônio Carlos, 1945 – **Métodos e técnicas de pesquisa social.** – 3ª ed. São Paulo: Altas, 1991.

GRUPO IDENTIDADES CULTURAIS DA GASTRONOMIA MARANHENSE. **Relatório semestral de atividades do projeto de extensão: educação e capacitação dos profissionais nos pequenos empreendimentos direcionados para gastronomia maranhense no Centro Histórico de São Luís - certificação sustentável.** São Luís: Universidade Federal do Maranhão: Departamento de Turismo e Hotelaria, 2014.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo.** -- 2. ed. ver. e ampl. – São Paulo : Pioneira Thomson Learning, 2003.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

IPHAN. **Centro Histórico de São Luís.** Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarDetalheConteudo.do?id=17251&sigla=Institucional&retorno=detalheInstitucional>. Acesso em 6 abril de 2015.

LEMONS, Sandra Ferrapontoff. **Fidelidade do turista aos empreendimentos hoteleiros.** Turismo – Visão e Ação – ano 2, n.5, p. 23-31, out 1999/ mar 2000. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/22390/fidelidade-do-turista-aos-empresendimentos-hoteleiros>>. Acesso em 25 de maio de 2015.

LICKORISK, Leonard J; JENKINS, Carson L. **Introdução ao turismo**. Tradução de Fabíola de Carvalho S. Vasconcellos. – Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LIMA, Zelinda Machado de Castro. **Pecados da gula: comer e beber das gentes do Maranhão**. 2ª ed. amp. – São Luís: Instituto Geia, 2012.

LOPES, Lilian Maria de Siqueira. **A alimentação no Brasil colônia**. São Paulo: Centro Universitário católico Salesiano Auxilium, 2009. Monografia (História). Disponível em: < <http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/49596.pdf>>. Acesso em de 15 junho de 2015.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. – 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MASSIMI, Marina. **Alimentos, palavras e saúde (da alma e do corpo), em sermões de pregadores brasileiros do século XVII**. In: História, Ciências, Saúde – Manguinhos, v. 13, n. 2, p. 253-70, abr. – jun, 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/hcsm/v13n2/03.pdf>. Acesso em: 2 de março de 2015.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Portal do Brasil. Disponível em: < <http://www.mec.gov.br/>>. Acesso em: 01 de junho de 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico do Brasil – 2010/2011**. São Paulo: Fundação instituto de Pesquisa econômica, 2012. Disponível em: < http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/downloads_demanda/Demanda_domxstica_-_2012_-_Relatxrio_Executivo.pdf>. Acesso em: 2 jun 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudo da demanda turística internacional 2007-2014**. Brasília: Departamentos de Estudos e pesquisa, 2014. Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/demanda_turistica/internacional. Acesso em: 2 de junho de 2015.

MONTANARI, Massimo, 1949 - **Comida como cultura**. Tradução de Letícia Martins de Andrade. – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

MORGAN. Clifford Thomas, 1915 – **Introdução à psicologia** [por]; tradução de Auriphebo B. Simões; revisão técnica André Luiz Gaiarsa. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1977.

NETO, Ernani Coelho; AZEVEDO, Marcelo. **Turismo, imagem territorial e gastronomia: o valor simbólico da comida na atratividade de destinos turísticos brasileiros**. Observatório de Inovação do Turismo – Revista Acadêmica. vol. V – nº 2, jun, 2010. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/5768>. Acesso em: 12 de dezembro de 2014.

OLIVEIRA, Bianca Rafaella. **A gastronomia como produto turístico: uma análise do potencial gastronômico da cidade de natal/RN**. Monografia (Turismo) Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2013. Disponível em: <https://sigaa.ufrn.br/sigaa/verProducao?idProducao=1948632&key=863f14e5b3dfd29a854bf10b197d3a04>. Acesso em: 14 de novembro de 2014.

OLIVEIRA, Elton Silva. **Percepção dos autóctones com relação a economia, meio ambiente e ao turismo em Ilhéus – BA**. In: IV SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL. Rio Grande do Sul: Universidade Caxias do Sul, 2006. Disponível em:

< http://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT10-9.pdf>. Acesso em: 14 de novembro de 2014.

ORNELLAS, Leiselotte Hoeschl. **A alimentação através dos tempos**. 2ª ed. – Florianópolis: Editora da UFSC, 2000. 307 p. : Il.

PREFEITURA DE SÃO LUÍS. Secretaria Municipal de turismo. **Sinopse: pesquisa de turismo receptivo – alta estação/janeiro, 2015**.

REIS, José Ribamar Sousa dos. **Feira da Praia Grande**. São Luís: S, N, 1982.

REJOWSKI, Mirian. **Turismo no percurso do tempo**. – São Paulo: Aleph, 2002.

RODRIGUES, Selma da Glória. **A contemporaneidade da gastronomia Ludovicense: (Cuxá) X Big Mac/Mac Donald na cultura, identidade e tradição**. In: Revista Cambiassu. Publicação Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão - UFMA - ISSN 01202-3583 São Luís - MA, Ano XVIII, N° 4 – Janeiro a Dezembro de 2008. Disponível em: <http://www.cambiassu.ufma.br/cambi_2008/selma.pdf>. Acesso em: 14 de abril de 2014.

SCHLUTER, Regina G. **Gastronomia e turismo**; tradução Roberto Sperling. – São Paulo: Aleph, 2003. (Coleção ABC do Turismo).

SILVA, Ana Letícia Burity da. **Culinária maranhense: a identidade alimentar na capital do Maranhão sob o olhar dos frequentadores das áreas turísticas**. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) – Universidade Federal do Maranhão, – São Luís, 2014.

SIMONCINI, João Batista Villas Boas. **Hibridismo alimentar no Brasil e a origem da feijoada**. In: Congresso Internacional de Gastronomia – Mesa tendências. – São Paulo: Senac, 2012.

SOUZA, Tatiana Roberta de. **Lazer e turismo: reflexões sobre suas interfaces**. 6º Semintur. Anais do VI Seminário de pesquisa em turismo do Mercosul – Saberes e fazeres no Turismo: Interfaces: Universidade de Caxias do Sul, 2010. Disponível em: http://www.ucs.br/ucs/tplVSEminTur%20eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/gt11/arquivos/11/Lazer%20e%20Turismo%20Reflexoes%20Sobre%20Suas%20Interfaces.pdf. Acesso em: 15 de junho de 2015.

TEIXEIRA, Patrícia Silva. **A feira central de Ceilândia: um espaço gastronômico da culinária brasileira**. Distrito Federal: Faculdade Cenecista de Brasília. Monografia (Turismo), 2004. Disponível em: <<http://livros01.livrosgratis.com.br/ea000674.pdf>>. Acesso em 31 mai 2015.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 2001.

APÊNDICES

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS VISITANTES E TURISTAS

O presente questionário objetiva coletar dados para a construção do trabalho monográfico com o tema: **GASTRONOMIA MARANHENSE: A PERCEPÇÃO DOS VISITANTES E TURISTAS SOBRE A GASTRONOMIA OFERTADA NA CASA DAS TULHAS NO CENTRO HISTÓRICO DE SÃO LUÍS-MA**, que será apresentado ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão. Os dados obtidos serão analisados de forma global e sigilosa, impossibilitando a sua identificação. Sua colaboração é fundamental para o êxito deste trabalho.

DATA ____/____/____

1. Sexo:

Feminino

Masculino

2. Local de origem: _____

3. Faixa etária:

De 18 a 25

De 26 a 35

De 36 a 50

De 51 a 60

Acima de 61

4. Nível de escolaridade:

Ensino Fundamental Completo Incompleto

Ensino Médio Completo Incompleto

Ensino Superior Completo Incompleto

Outros

5. Primeira visita a São Luís – MA? Caso de resposta negativa, quantas vezes?

Sim Não _____

6. Qual o motivada da viagem para São Luís – MA?

Eventos Lazer Saúde Negócios Cultura

Visitar amigos/parentes Belezas Naturais

Arquitetura Gastronomia

7. Você conhece ou já ouviu falar da gastronomia maranhense? Em caso positivo cite um prato e o lugar onde experimentou:

() Sim. Qual? _____ Onde? _____ () Não

8. Assinale abaixo os pratos da gastronomia maranhense que você já experimentou, analisando seu nível de satisfação do prato degustado:

Pratos	Excelente	Muito bom	Bom	Regular	Ruim
Arroz de baião de dois					
Arroz-de-Cuxá					
Arroz de Maria-izabel					
Arroz de toucinho					
Arroz de marisco					
Arroz de caranguejo					
Arroz de camarão					
Caldeirada de camarão					
Camarão ao alho e óleo					
Camarão ensopado					
Capote ao molho					
Capote assado					
Caranguejada					
Cuxá					
Farofa de sururu					
Patinhas de caranguejo					
Peixada maranhense					
Sururu ao leite de coco					
Torta de camarão					
Torta de caranguejo					
Torta de sururu					

9. Quais as bebidas típicas maranhense você já experimentou na Casa das Tulhas?

Suco de: Bacuri Cupuaçu Murici Graviola Caju Cajá Acerola
 Buriti Juçara Guaraná Jesus Tiquira Outros_____

10. Cite o produto da gastronomia típica que você mais gostou de experimentar na Casa das Tulhas?_____.

11. Qual a sua percepção sobre a gastronomia maranhense ofertada na Casa das Tulhas?

Excelente Muito Bom Bom Regular Ruim

12. Você acha que a gastronomia maranhense pode ser um fator motivador de viagens?

Sim Não

13. Quais os pontos positivos e negativos com relação a gastronomia na Casa das Tulhas?

Positivos:_____

Negativos:_____

14. Você recomendaria a gastronomia maranhense ofertada na Casa das Tulhas?

Sim Não Talvez

15. Você pretende retornar a São Luís pela gastronomia típica?

Sim Não

APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM OS FEIRANTES MAIS ANTIGOS DA CASA DAS TULHAS

1. Nome:_____

2. Idade:_____

3. Quanto tempo atua na Casa das Tulhas?_____

4. Qual foi a forma de aquisição do Box?

()Herança ()Aluguel ()Outros_____

5. Quais os tipos de produtos você comercializa?

6. Quais as vantagens e desvantagens de manter o Box na Casa das Tulhas?

7. Você acredita que os clientes que frequentam o seu Box são a maioria:

()Turistas nacionais ()Turistas internacionais ()Moradores