

Sabores de Viagem: As Culinárias Regionais nos Guias Turísticos entre 1966 e 1983

Revista Rosa dos Ventos
Dossiê Turismo e Gastronomia
4(III) 317-334, jul-set, 2012

© O(s) Autor(es) 2012

ISSN: 2178-9061

Associada ao:

Programa de Mestrado em Turismo

Hospedada em:

<http://ucs.br/revistarosadosventos>



Luciana Patrícia de Moraes¹

RESUMO

Partindo da premissa de que os saberes culinários se constituem em um dos principais suportes aos processos de construção e transmissão de identidades, busca-se entender a comida regional como expressão das culturas locais em sua relação com a atividade turística. Parte-se do pressuposto de que a difusão dos regionalismos tem relação próxima com o desenvolvimento desta atividade no Brasil, num movimento em que as personalidades regionais são apropriadas e alçadas ao status de atrativos e produtos turísticos. Para tanto, a discussão terá como ponto de partida uma reflexão sucinta sobre os guias de viagem como fonte de pesquisa, tomando como estudo de caso específico a presença de Minas Gerais e do Paraná no interior do Guia Quatro Rodas Brasil entre 1966 e 1983. A partir daí, foram buscados indícios dos discursos regionais através da divulgação de informações acerca das culinárias típicas destes estados, veiculadas pela publicação. Através da dinâmica destes indícios, propõe-se o entendimento do processo de ascensão das culinárias típicas como atrativo e produto turístico.

Palavras-chave: Turismo.
Gastronomia. Culinária
Regional. Identidade. Guia
Quatro Rodas.

ABSTRACT

Flavors of Traveling - Regional Cuisines in Tour Guide Books Between 1966 and 1983 - Assuming that culinary knowledge is one of the main pillars in the processes of construction and transmission of identities, this study aims to understand regional food as an local culture expression in its relation to tourism. The premise that the spread of regionalism has a close relationship with the development of tourism in Brazil is established in a movement in which regional actors are appropriated and reach the status of attractions and tourism products. Without establishing a causal relationship between tourism and regional food, it is understood that although the visibility of typical culinary in Brazil is related to a number of other variables, and that tourism is essential to understanding the

¹ Doutor e Mestre em História. Bacharel em Ciências Sociais. Email: luciana.morais12@gmail.com

characteristics and to reach the visibility of these cuisines. Therefore, the discussion has as starting point, a brief reflection about the travel guide books as a source of research, taking as specific case study of Minas Gerais and Paraná inside the *Guia Quatro Rodas* Brazil between 1966 and 1983.

Keywords: Tourism.

Gastronomy. Regional Culinary. Identity. Quatro Rodas Guide.

INTRODUÇÃO

A alimentação humana, por sua natureza complexa como ferramenta de satisfação das necessidades fisiológicas e, ao mesmo tempo, vetor de comunicação das sociedades consigo mesmas, ao transformar-se em tema e objeto de estudos, incorpora uma profusão de enfoques possíveis. Mesmo no interior da história, abordagem aqui adotada, as perguntas feitas ao alimento podem ser muito diversificadas, tratando desde o abastecimento alimentar, passando pela análise das alterações na produção e consumo ou pela trajetória de ingredientes, além dos *jeitos* específicos de cozinhar e comer, nas ditas cozinhas típicas. Acerca, mais especificamente, das cozinhas típicas regionais, é possível dizer que embora sua visibilidade, no Brasil, tenha relação com uma série de outras variáveis, o Turismo é fundamental para se compreender os contornos e o alcance dessas culinárias. As cozinhas locais adquiriram o status de atrativo e produto turístico, constituindo-se em um dos elementos que despertam o interesse do turista em conhecer o lugar, quase sempre se articulando com o interesse no consumo de tais culinárias. Mas esse *status* da culinária típica tem história e a análise dos guias turísticos pode revelar a trajetória da ascensão da culinária regional como bem cultural a ser usufruído pelos viajantes. A constatação desta possibilidade, bem como da escassez de estudos que tomem o Turismo como variável fundamental na emergência das culinárias regionais como instrumento de divulgação das culturas e das identidades locais, orientou a concepção deste artigo, que busca demonstrar, sucintamente, que a partir da década de 1970 as culinárias regionais se anunciam como atrativo turístico, embora sua legitimação e afirmação como tal tenha se dado em período posterior, quando a percepção da comida passa a ser vinculada mais diretamente aos discursos identitários no *Guia Quatro Rodas Brasil*, fonte fundamental da pesquisa empreendida.

Assume-se uma tentativa de revelar os cenários expostos para as identidades mineira e paranaense em um veículo de comunicação de abrangência nacional, voltado para o Turismo, questionando a composição de imagens eleitas dentre uma gama heterogênea de características dos dois estados brasileiros, para representá-los para os *de fora* e também para os *de dentro*². Entende-se que a discussão da trajetória da ascensão das culinárias ditas *típicas* como atrativo³ e, posteriormente, como produto turístico, pode contribuir para a reflexão acerca do lugar da comida no interior dos discursos regionais. O recorte temporal tem como marco inicial o ano em que foi publicado pela primeira vez o *Guia Quatro Rodas Brasil*, o mesmo ano em que foi lançado o Decreto-Lei 55/66, que constituiu uma primeira definição de política nacional de Turismo, no país. Também neste ano foi criada a Empresa Brasileira de

² Uma vez que o Turismo intermunicipal é bastante comum, entende-se que os habitantes de cada estado podem *consumir* os elementos identitários de sua própria região.

³ Sugiuro, no entanto, que para além desta perspectiva, se considere a possibilidade de estender o entendimento desta categoria, entendendo atrativo não somente como o que motiva o deslocamento, mas também aquilo que, estando o turista em uma localidade, se configura como algo que vale a pena conhecer. Do contrário, entende-se que aqui que a percepção da culinária como atrativo ficará restrita – e dirá respeito apenas às situações em que a gastronomia é o fator motivador do deslocamento.

Turismo – Embratur. O marco final foi definido no ano de 1983. Entre anos de 1966 e 1983 contava-se apenas com algumas informações sobre pratos típicos – informações esparsas e inconstantes – além da evolução do número de restaurantes identificados como pertencentes à especialidade regional, em seus cardápios. Mas, neste último ano ocorreu um salto no número de restaurantes dedicados à especialidade regional, bem como no número de municípios com restaurantes dessa especialidade, indicando a possibilidade de se tomar como intervalo de análise pertinente para o processo de ascensão das culinárias típicas regionais na fonte consultada.

A organização da reflexão aqui empreendida parte de uma breve descrição do contexto de retomada dos regionalismos no Brasil, para depois enveredar mais especificamente na seara do Turismo como variável relevante para o entendimento da temática da comida e culinária regional na atualidade. Posteriormente, o foco recairá sobre os guias turísticos como fonte de pesquisa. Por fim, será realizada uma descrição sucinta da trajetória da comida regional no *Guia Quatro Rodas Brasil*.

ASCENSÃO DOS REGIONALISMOS – O CONTEXTO DO FINAL DOS ANOS DE 1970

A preocupação com a caracterização dos habitantes das diferentes regiões que compõem o Brasil, na sua vastidão continental, historicamente tem dialogado com os esforços para a compreensão da própria Nação. Em ambos os casos, tem-se como resultado construções identitárias que relacionam características que seriam específicas de cada grupo, entendidas como capazes de realizar a síntese destes povos; de traduzir o *ethos*. Trata-se de construções discursivas a respeito do brasileiro e dos habitantes das diversas regiões do país⁴. No processo de construção das identidades ocorre a transformação das realidades históricas em mito que é, por definição, essencial e definitivo. A compreensão das identidades como construção social, portanto, passa pelo entendimento de sua relação com o mito. Mas, mesmo entendendo as identidades como mito e discurso, é necessário também chamar a atenção para o fato de que sofrem influência e, ao mesmo tempo, interferem na realidade. Na medida em que a fala sobre uma região é interiorizada e reproduzida⁵ por seus habitantes e também, no caso específico da análise dos guias de viagem, pelos *de fora*, faz-se realidade, ainda que uma realidade calcada em elementos imaginados e imaginários.

É interessante notar que para o caso de Minas Gerais é possível identificar uma construção discursiva preponderante – o discurso da *mineiridade* –, construído com base na identificação de um período de economia mineradora, seguido de um processo de ruralização decorrente da decadência da mineração no Estado. Este discurso, segundo análise de Arruda (1990), em suma, teria sido construído a partir de traços já identificados pelos viajantes do século XIX que foram organizados pela intelectualidade na primeira metade do século XX. Já o Paraná, ainda que o chamado *paranismo* se constitua como única tentativa de síntese do *ethos* paranaense, tal elaboração não adquiriu legitimidade suficiente como *mito de origem* do habitante do Estado. Nesse sentido, ainda na atualidade, fazer referência à identidade paranaense significa remeter ao *paranismo* sim, mas também às elaborações de outras identidades, como a que diz respeito ao norte do Paraná e ao oeste do Estado.

⁴Uma vez que este texto se organiza a partir dos estudos de caso de Minas Gerais e Paraná, serão trazidos à tona elementos dos processos de construção da identidade específicos destes estados sempre que isso se fizer pertinente.

⁵Consideram-se, também, na perspectiva adotada neste estudo, as variadas possibilidades de apropriação destes discursos pelos grupos sociais.

Neste artigo, a análise das comidas regionais, mineira e paranaense, e sua dinâmica no *Guia Quatro Rodas Brasil* é ferramenta para a compreensão de uma dinâmica sociocultural mais ampla – o processo de ascensão de comidas típicas como signo identitário e como atrativo turístico. O objetivo foi entender os processos que perpassam o surgimento das cozinhas regionais como emblemas que se oferecem ao consumo de viajantes, através dos estudos de caso de Minas Gerais e Paraná. Mas a proliferação, consolidação e legitimação das comidas típicas só podem ser entendidas a partir de referenciais que considerem a dinâmica sociocultural brasileira e a construção histórica da ideia do regional. A esse respeito, é possível constatar que entre meados da década de 1970 e meados da década de 1980 ocorre maior investimento governamental em políticas públicas voltadas para a valorização das culturas regionais⁶. Dulci (1988) aponta para a possibilidade de se analisar esta conjuntura a partir do movimento pendular percebido na história e historiografia brasileira entre o regional e o nacional; entre o privilégio das regiões no cenário político e sua contrapartida, o foco na unidade nacional⁷.

É interessante incorporar, além desta perspectiva, a que insere esta ocorrência no contexto mais amplo da globalização: é justamente a aceleração do tempo, a proximidade de espacialidades a princípio distantes e o desconforto gerado a partir disso que possibilita o reforço de práticas tidas como tradicionais, dentre elas, a culinária. Este período que tem início no fim da década de 1970 – constitutivo do ressurgimento dos regionalismos – é percebido, portanto, como o momento fundante da atual relevância que as comidas regionais tomaram no contexto brasileiro.

Como pesquisadora dos aspectos simbólicos em torno da alimentação, mineira morando na capital paranaense desde fins de 2003, um aspecto que sempre me chamou a atenção diz respeito ao fato de que é possível relacionar, para Minas Gerais, uma série de pratos comumente associados a esta região, configurando uma *cozinha mineira* que conta, inclusive, com restaurantes desta especialidade fora do território do referido Estado. Comumente as referências a esta cozinha ultrapassam a descrição de pratos considerados *típicos* e realizam uma narrativa da história mineira e de uma sociabilidade específica, como se pode perceber no *site* do restaurante *Dona Lucinha*, em Belo Horizonte:

O Restaurante Dona Lucinha se dedica a oferecer uma cozinha e um ambiente que preservam o sabor e a cultura alimentar dos tempos coloniais de Minas Gerais. “[...] Vale dizer: esta é a cozinha do tempo e da região do ciclo do ouro e do diamante”.⁸

Em contrapartida, o Paraná conta com uma divulgação mais efetiva apenas do Barreado como prato representativo do Estado, cuja oferta se concentra em alguns municípios do litoral, especialmente Morretes, que vem se afirmando no cenário nacional através do aproveitamento turístico do prato. A capital paranaense conta com apenas um restaurante que se autodefine através da especialidade *comida típica paranaense*. Este restaurante,

⁶Para os casos específicos aqui focalizados, conferir: FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA. *Política de cultura no município: diretrizes e ação* (1984) e GOVERNO ESTADUAL DE MINAS GERAIS. *Projeto culinária típica mineira*. Resolução nº 34, 1985.

⁷Rubem Oliven, na obra *A parte e o Todo* (2006), ao empreender uma análise da relação entre o nacional e o regional, a modernidade e a tradição no Brasil, ainda que não se refira a um movimento pendular, realiza uma análise da cadência entre a tendência à centralização ou à descentralização político-administrativa no país, desde a República Velha.

⁸Disponível em <<http://www.donalucinha.com.br/>>. Acesso em 12/07/2011.

através de seu site, descreve a culinária paranaense de maneira genérica, sem fazer referências claras à relação desta cozinha com a história regional.

Quirera com costelinha de porco defumada. Charque defumado e pilado com farinha. Risoto com macia carne de cordeiro. Sorvete com doce de carambola. E claro, o famoso barreado. É da culinária rústica e marcante do Paraná que surgem as delícias elaboradas pela chef Aline Guerra para o restaurante Estrela da Terra⁹.

Já no que se refere ao barreado, o prato tem sua origem descrita e determinada historicamente, ainda que tal descrição não considere a polêmica acerca de suas origens e a disputa entre os municípios de Antonina, Morretes e Paranaguá, polêmica já histórica: “O barreado é o prato mais típico da culinária paranaense, originário da rápida passagem dos açorianos pelo porto de Antonina, no litoral do Estado”¹⁰.

Percebe-se, através destes exemplos, um panorama em que a culinária de Minas Gerais recorre constantemente à afirmação de uma identidade mineira, enquanto no Paraná não é possível verificar a consolidação de uma cozinha vista como local¹¹, mas de um prato cuja origem (mesmo considerando-se as controvérsias), não tem a pretensão de sintetizar a história do Estado como um todo, mas que faz uma clara referência ao seu litoral. Não há, portanto, a veiculação de um discurso identitário do estado através da afirmação deste prato como típico. A percepção destas especificidades quanto à expressão de uma comida regional mineira e paranaense levou a questionamentos acerca da apropriação da culinária como prática cultural e sua transformação em produto turístico. A visibilidade que a culinária típica adquiriu não passa apenas pela demanda interna de indivíduos em busca de suportes para sua memória; passa também pela demanda turística de bens culturais a serem conhecidos e consumidos pelos viajantes.

TURISMO CULTURAL E COMIDA REGIONAL

O Turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (DE LA TORRE¹², 1992, p. 19, *apud* BARRETO, 1995, p. 13)¹³.

O Turismo é uma noção amplamente disseminada na atualidade, tendo sido apropriado como noção e, portanto, adquirindo significados variados. A atividade se insere em um quadro de problemas, temas e objetos pertinentes à análise sociocultural e histórica de maneira legítima, seja como eixo central de análise, seja como variável fundamental para a compreensão de

⁹ Disponível em <<http://www.restauranteestreladaterra.com.br/#/cardapio>>. Acesso em 12/07/2011.

¹⁰ Disponível em <<http://www.restauranteestreladaterra.com.br/#/barreado>>. Acesso em 12/07/2011.

¹¹ Ainda que o restaurante Estrela da Terra afirme trabalhar com a culinária típica paranaense, o fato de se tratar de um único restaurante com este discurso denota a fragilidade de tal especialidade. Vale lembrar que o município da Lapa conta com o restaurante Lipski, indicado pelo *Guia Quatro Rodas Brasil* como restaurante de comida regional. Este estabelecimento oferece, em seu *site*, uma relação entre sua cozinha e a história regional, influenciada pelo tropeirismo. No entanto, não se trata de uma interpretação que se consolidou como referência identitária para o Paraná, ficando circunscrita ao entorno da região da Lapa.

¹² DE LA TORRE, Oscar. *El Turismo: fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.

¹³ São várias as definições de Turismo no âmbito acadêmico. Esta definição, no entanto, dialoga mais de perto com o ponto de vista aqui adotado, por deixar claro o entendimento do Turismo como um fenômeno social que, independente das motivações, gera inter-relações sociais, econômicas e culturais.

fenômenos relacionados. Mas, os conceitos referentes ao Turismo, assim como a própria noção da atividade, têm sido pensados e repensados, dada a dinâmica própria à atividade, refletindo-se em definições que, embora aproximadas, contêm nuances diversas. As definições de atrativo turístico e de produto turístico se inserem nesta conjuntura.

De acordo com a Embratur, atrativo turístico é “todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los” (EMBRATUR¹⁴, 1984, p. 127 *apud* LOHMAN; NETTO, 2008). Bahl (2004), por sua vez, ultrapassando a relação de causalidade estabelecida pelo termo *motivador*, entende os atrativos como *estímulo* ao deslocamento e permanência, de “todos os elementos que possam despertar a curiosidade dos turistas” (BAHL, 2004, p. 44). Do ponto de vista de Bahl, é necessário combinar o atrativo turístico com o acesso, que garantiriam o deslocamento do turista até o local, e também com facilidades que possibilitariam a permanência deste visitante. Assim, este autor concebe produto turístico como uma composição formada pelo atrativo, o acesso e as facilidades.

Lopes, (2005) fala da necessidade de distinguir as ideias de *atração turística* e *atrativo turístico*: *atração* seria qualquer coisa que pudesse atrair e motivar o deslocamento das pessoas a determinada localidade turística e *atrativo* se constituiria na *atração* dotada de infraestrutura básica e turística, que permitiriam sua comercialização. Para este autor, *atrativo turístico* seria sinônimo de *produto turístico*. Percebe-se, portanto, através deste exemplo, a indefinição de fronteiras precisas na conceituação de atrativo e produto turístico. No entanto, a pesquisa bibliográfica indica que, com maior frequência, atrativo turístico é percebido como aquilo que motiva ou estimula a visita à determinada localidade. Já a ideia de produto turístico, articula a existência de atrativos com facilidade de acesso e oferta de serviços que possibilitem o consumo pelo turista. “Produto turístico é o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos, acrescido de facilidade e ofertado de forma organizada por um determinado preço” (BRASIL, 2004).

No *Guia Quatro Rodas Brasil*, a visibilidade das culinárias regionais se dá na associação entre pratos e regiões em seções específicas destinadas à descrição da cozinha brasileira e à descrição das unidades federativas. Mas se dá, também, e principalmente, na vinculação destas culinárias e sua oferta comercial através dos restaurantes presentes em cada município. Neste sentido, ainda que se considere a fluidez terminológica, a comida típica regional é entendida, aqui, como atrativo e produto turístico, por incorporar a dimensão do acesso e das facilidades para seu consumo. A pesquisa com o *Guia*, como será possível perceber, indicou que se desde a segunda metade da década de 1960 a comida típica já tem certa visibilidade na fonte consultada, esta visibilidade está associada mais à ideia de atrativo, no sentido de despertar a curiosidade do visitante. Com o passar dos anos é possível perceber sua incorporação pelos cardápios dos restaurantes, revelando sua transformação em produto – processo que só irá se legitimar a partir da década de 1980 de uma maneira mais abrangente e constante.

É importante ressaltar a escassez de uma produção acadêmica cujo foco recaia sobre a relação entre o Turismo e a comida, do ponto de vista da história e das ciências sociais. Percebe-se que os estudos no interior destas áreas, quando se voltam para o contexto atual, têm atentado para o fenômeno da globalização e para os desenhos contemporâneos das cozinhas regionais. No entanto, a preocupação com a relação entre o lugar e o papel atual das culinárias regionais

¹⁴ EMBRATUR, *Inventário da oferta turística* – metodologia. Rio de Janeiro: DIPLAN/CEBITUR, 1984. p. 127.

e o Turismo tem passado à margem das discussões. Mas o Turismo se torna uma variável importante para a compreensão das identidades regionais porque se encontra como elemento articulador de sua veiculação. Assim, a atividade turística no Brasil, acompanhando um processo global, contribuiu para a proliferação das manifestações de identidade, na medida em que, ao favorecer o acesso dos turistas a um leque amplo de localidades transformadas em produto turístico, possibilitaram a proliferação do consumo das tradições destas localidades, entre as quais se insere a culinária.

Pesquisadores da área do Turismo têm realizado reflexões nesta direção. Susana Gastal (2003) indica a culinária como uma das possibilidades de se dar concretude à pretensa identidade germânica de Gramado. Para ela, as tortas, as cucas, os pães caseiros, o chopp e a cerveja contribuem para que essa identidade pretendida se faça mais concreta. Assim, o Turismo gastronômico é uma modalidade, ou um subsegmento, do Turismo cultural e o consumo da culinária típica é compreendido pelos autores em geral, como uma das formas de se consumir / conhecer a cultura local pelos turistas.

Lobo (2008) buscou compreender o uso da culinária local como atrativo e fator de diferenciação por alguns destinos turísticos. Esta utilização, para o autor, tem relação direta com o desenvolvimento local, na medida em que se apoia na necessária revitalização dos produtos ecoturísticos de maneira cíclica. Já Espeitx (2004), entendendo a culinária típica como cultura, discute o processo de patrimonialização das culinárias em sua relação com o Turismo. Para esta autora, o patrimônio cultural, entendido como uma ponte entre o passado e o presente de uma sociedade, é cada vez mais considerado como um recurso turístico. Neste movimento em que o Turismo se apropria do patrimônio, as fronteiras que o definem se alargam e a cultura alimentar passa a ser potencialmente *patrimonializável*. Cabe ainda destacar a tese de Gimenes *Cozinhando a tradição: festa, cultura e história no litoral paranaense* (2008). Em sua análise do Barreado e o processo de sua apropriação e institucionalização como um prato típico do Paraná, Gimenes articula a participação da iniciativa privada e das políticas públicas voltadas para o Turismo neste movimento, direcionando o entendimento da tipicidade do Barreado em suas relações com o desenvolvimento turístico do litoral paranaense e as disputas pela *paternidade* do prato entre os municípios de Antonina, Morretes e Paranaguá. Neste esforço, a autora discorre sobre o processo de institucionalização do Turismo no país e no estado do Paraná, indicando algumas pistas para a análise aqui empreendida sobre o processo que envolve conjuntamente a ascensão das culinárias regionais no Brasil e o desenvolvimento da atividade turística no país.

A pesquisa na fonte consultada, articulada com o referencial teórico adotado, indica que o relevo dado às comidas regionais como patrimônio alimentar passível de ser consumido pelo turista tem história e essa trajetória pode ser acompanhada de perto através de um olhar atento para o lugar da comida nos guias de viagem.

GUIAS DE VIAGEM

Se o Turismo é variável fundamental para a compreensão da ascensão das comidas regionais como atrativo e produto turístico a partir a década de 1970, a ferramenta essencial nesta análise é um guia de turismo impresso – o guia de maior circulação nacional, que é também a única publicação deste gênero que, no Brasil, se manteve estável em todo o recorte temporal desta análise. Antes de tudo, é necessário apontar o potencial desta ferramenta nas análises

históricas sobre determinados temas, bem como, nesta mesma direção, indicar suas limitações – o que a fonte permite e o que não permite dizer.

A opção pela investigação da temática pretendida através deste tipo de fonte se deve, por um lado, à percepção de que através do percurso pelas páginas de um guia turístico no formato do *Guia Quatro Rodas Brasil*, ao longo dos anos, seria possível observar a relevância das culinárias regionais e suas variações periódicas e isso poderia contribuir para o entendimento do processo através do qual estas comidas passaram a ser vistas como atrativo e produto turístico – como cultura passível de ser consumida pelos visitantes de uma localidade. Mas a escolha da fonte se deu também pela percepção de seu caráter inovador enquanto fonte de pesquisa histórica e social. Diversos autores atestam a falta de importância dada pela Academia ao fenômeno turístico e, embora nos últimos anos esta tendência venha se revertendo, geralmente se atribui esta situação ao fato de que a temática é considerada como um tema menor para as ciências. É possível que da mesma maneira, como um produto editorial vinculado à atividade turística, os guias impressos sejam vistos como uma literatura funcional, de maneira bastante simplificada, voltados unicamente para a indicação de lugares e serviços turísticos. No entanto, entende-se que os guias impressos podem revelar a rede de variáveis implícitas na dinâmica da atividade; as suas diversas configurações ao longo da história e suas relações com os contornos mais gerais dos grupos sociais. Assim, se sustenta que os guias impressos de turismo trazem a possibilidade de se abrir novas linhas de investigação sobre temáticas variadas.

Concordando com Matos e Santos (2004), entende-se que o gênero do qual fazem parte os guias turísticos impressos, carrega uma complexidade que ultrapassa, em muito, orientações de rotas e serviços para turistas. Os guias impressos participam da construção histórica de uma série de indícios, como, por exemplo, sua utilidade, os recursos que devem representar e os valores que veiculam – e esta construção, como o adjetivo *histórica* indica, diz respeito a um tempo e a um lugar; a uma percepção de mundo. Em suma, os próprios guias são o resultado de uma construção histórica. Os autores em geral apontam para o século XIX para se referir ao nascimento do guia turístico impresso com o caráter que ainda hoje tem este tipo de publicação¹⁵. Mas é possível localizar na literatura de viagem características que irão influenciar fundamentalmente a forma e o conteúdo dos guias chamados de turísticos. Os primeiros viajantes a escrever sobre tal experiência, ao descrever os locais visitados e indicar o que ali encontraram, como as dificuldades, a alimentação e formas de hospedagem disponibilizadas durante o percurso, já realizavam, de certa maneira, a tarefa de *guiar* aqueles que se aventurassem pelos espaços – ainda que suas obras não tivessem esse objetivo.

O caráter orientador dos guias de viagem, juntamente com sua aspiração à padronização e ao acúmulo de conhecimento, dizem respeito ao contexto em que se inserem: o Humanismo, que atingiu seu ápice no século XVI, gerando uma tendência geral ao controle e planificação da vida e das coisas. É assim que, quando se pode falar em guia turístico impresso, a partir do século XIX, esta característica de *guiar* se reproduz e se exacerba. Como chama a atenção Csergo (1998) tais guias, aos poucos, codificam a percepção das localidades que retratam.

¹⁵Cf. MATOS, Ana Cardoso; SANTOS, Maria Luísa F. N. Os guias de Turismo e a emergência do Turismo contemporâneo em Portugal (dos finais de século XIX às primeiras décadas do século XX). In: *Scripta Nova – revista eletrônica de geografia y ciencias sociales*. Universidad de Barcelona. Vol. VIII, n. 167, jun.2004. CHABAUD, Gilles; COHEN, Évelyne; COQUERY, Natacha; PENEZ, Jérôme (orgs.). *Les guides imprimés du XVIe au XXe siècle: villes, paysages, voyages*. Paris: Éditions Belin, 2000. CSERGO, Julia. A emergência das cozinhas regionais. In: FLANDRIN, J.L.; MONTANARI, M. *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. p. 806-824.

A partir desta breve contextualização dos guias de Turismo impressos, é preciso destacar em que medida o *Guia Quatro Rodas Brasil* é capaz de lançar luz sobre o objeto investigado: a emergência da culinária regional como atrativo e produto turístico. Destacam-se que três aspectos definidores dos guias impressos como um gênero específico dialogam de perto com os objetivos desta reflexão. Primeiramente, a função desempenhada pelos guias de conduzir o olhar e o caminhar do turista¹⁶. Esta função é inerente aos guias. Como chama a atenção Karpic (2000, p. 370, tradução nossa), “todos os guias são dispositivos de conhecimento, todos reivindicam uma forma de autoridade sem a qual seriam desprovidos de qualquer influência”. Em segundo lugar, os espaços, nos guias, são inventados e reinventados neste processo de condução do turista. É interessante notar, a este respeito, que estes estereótipos acabam por fazer parte de certa definição de identidade, seja regional, seja nacional: o *Guia Quatro Rodas Brasil*, ao divulgar a partir de uma determinada época imagens e representações sobre a culinária regional, além de vincular tais informações a certas localidades, contribui para uma percepção do que seria a identidade regional. Sobre este aspecto, Csergo (1998 e 2000) e Boyer (2000) sublinharam a relação entre a construção de estereótipos pelos guias e a definição de identidades. Por fim, o terceiro aspecto que torna tão eloquente a utilização de um guia turístico de viagem como fonte de pesquisa reside em sua qualidade de produto historicamente localizado. Os autores e editores destes guias estão localizados em um tempo e um espaço que determinam ou influenciam suas percepções de mundo. Cada época, em cada lugar tem questões que se sobressaem e configurações específicas que interferem em todas as esferas da vida social e isto deve ser considerado ao se analisar um guia turístico, como qualquer outra fonte de pesquisa.

Em relação às possibilidades oferecidas pela fonte de pesquisa aqui adotada, é importante dizer que o que está inscrito nas páginas do guia é que se constitui na informação com a qual se consegue trabalhar. Dito de outro modo, não é possível analisar as apropriações do objeto pelos leitores, as percepções e objetivos dos editores – a apropriação que estes fazem da história e reproduzem em sua publicação.

COMIDA REGIONAL NO GUIA QUATRO RODAS BRASIL

Publicado pela primeira vez em 1966, o *Guia Quatro Rodas Brasil* nasceu como um suplemento da revista *Quatro Rodas* e uma dissecação de sua denominação, embora possa parecer um lugar comum, é reveladora de seu sentido: trata-se de um guia e, portanto, tem o objetivo de conduzir o viajante pelo Brasil. Já a expressão *quatro rodas* faz referência direta às viagens automotivas e, a este respeito, é interessante sublinhar que a inspiração para esta publicação é o guia editado pela Michelin, líder mundial no setor dos pneumáticos¹⁷. Csergo (1998)

¹⁶Esta condução se dá tanto nos serviços e localidades indicados, quanto em algo mais explícito: as rotas ou roteiros turísticos que, no *Guia Brasil Quatro Rodas* são inseridos desde sua primeira edição, em 1966.

¹⁷O Guia Vermelho Michelin (Le Guide Rouge) é, hoje, um guia gastronômico. Sua evolução, no entanto, desde que surgiu em 1900 passou por uma função de orientação logística rodoviária, além de um guia de utilização do pneu. Posteriormente incorporou, além da indicação de serviços como postos de abastecimento, hotéis e restaurantes, a disponibilização de um plano detalhado de cada localidade listada, podendo ser denominado, então, de guia turístico (1909 a 1933). Em seguida, se transformou em um guia essencialmente gastronômico, ainda que as preocupações turísticas não estejam totalmente ausentes. Se o Guia Brasil Quatro Rodas tomado como um todo se aproxima mais do segundo momento do Guia Vermelho, a editoria de gastronomia se inspira no guia gastronômico. Conferir: KARPIC, Lucien. Le Guide rouge Michelin. In: *Sociologie du travail*. n. 42, 2000. p. 369-389. FRANCON, Marc. L'univers

estabelece, para o caso da França, uma relação direta entre o turismo automotivo e a incorporação das cozinhas regionais ao que denomina *economia turística*. A autora destaca que este tipo de Turismo, “através da descoberta das estradas, favorece a exploração do espaço local [...]” (CSERGO, 1998, p. 818) e é isso que irá conferir sentido às cozinhas regionais no interior dessa *economia turística*.

A fórmula estrutural do *Guia Quatro Rodas Brasil*, em certa medida, se manteve ao longo de sua trajetória, chegando inclusive aos dias de hoje. Trata-se de um índice de municípios brasileiros com indicações sucintas sobre distâncias, localização, economia, além de serviços e atrativos turísticos. De acordo com Castanho, a equipe responsável pela inserção dos restaurantes em cada município listado conta atualmente com 12 repórteres, coordenados por ele. A equipe visita anualmente cerca de 600, dos 800 municípios listados pela publicação a cada exemplar. Os restaurantes especiais, premiados pelo Guia, são visitados todos os anos¹⁸. O índice de municípios é antecedido por páginas informativas sobre os símbolos e convenções utilizados pela edição, além de informações sobre o país ou sobre as regiões ou, ainda, sobre os roteiros de viagem sugeridos a partir de determinada época. Estas páginas também trazem, desde as primeiras edições, de forma não padronizada nem contínua, informações sobre a cozinha regional.

Dizer que a estrutura básica se manteve na publicação se refere a uma organização que inicia com uma carta do editor com um panorama da edição, seguida de símbolos e convenções, informações gerais, seja sobre os espaços, seja sobre os serviços e, na sequência, uma lista de municípios, seus serviços e atrativos. Desde seu primeiro exemplar, o *Guia* já deixava clara a intenção de ser uma publicação periódica, com as informações mais atualizadas a cada ano: “Voltaremos todos os anos, sempre atualizando e ampliando nossas informações, incluindo um número cada vez maior de localidades”. (GUIA..., 1966, p. 6). Mas, se em 1966 a intenção era ampliar a cada ano o número de localidades listadas, o que se percebe através da análise de todo o período coberto pela amostragem, é que há ondas de ampliação, retração e estabilização do número de indicações de municípios, bem como de restaurantes. Houve um crescimento numérico de restaurantes listados até 1975, seguido por estabilização e novo crescimento até 1983, auge do número de restaurantes listados pelo Guia em todo o período analisado. A partir daí houve uma queda considerável e, entre 1994 e 1996 houve um novo pico, mas em patamar bem inferior ao do ano de 1983.

Antes de dar continuidade à análise da fonte, faz-se necessário justificar a eleição de dois estados para estudo de caso. Sustenta-se que a análise destas duas regiões de maneira coordenada, “permite levar em conta as especificidades dessas experiências, ajudando a compreender como um fenômeno universal assume características diversas nas conjunturas históricas analisadas” (CAPELATO, 1998, p. 32). Assim, para o estudo de um mesmo fenômeno, a saber, a ascensão das culinárias regionais ao *status* de atrativos turísticos, e a partir da percepção das diferenças nas trajetórias dos diversos estados brasileiros, trata-se de “fazer uma escolha em meios sociais diferentes, de dois ou mais fenômenos que apresentam, à primeira vista, certas analogias. Cabe, a seguir, constatar e explicar as semelhanças e

touristique Michelin. In: CHABAUD, Gilles; COHEN, Évelyne; COQUERY, Natacha; PENEZ, Jérôme (orgs.). *Les guides imprimés du XVIIe au XXe siècle: villes, paysages, voyages*. Paris: Éditions Belin, 2000. p. 113-120.

¹⁸Estas informações dizem respeito ao ano de 2010 e foram obtidas através de entrevista com Ricardo Castanho, editor de gastronomia do Guia Quatro Rodas Brasil desde 2002, sendo que desde 1998 atuava como repórter da publicação. Não foi possível conseguir, com a editora, informações sobre os procedimentos dos anos anteriores.

diferenças” (*Ibid*, p. 33). O *Guia Quatro Rodas Brasil*, se constituiu na fonte que possibilitou de maneira mais efetiva uma percepção da imagem de cada estado em âmbito nacional.

Voltando à primeira edição do *Guia*, é bastante relevante assinalar que data de 1966, ano que inaugura, para o Turismo nacional, uma perspectiva de planejamento e gestão centralizada: de novembro deste ano data o Decreto-Lei 55/66. A ideia de tomar já a primeira edição da publicação se articulou com o desejo de perceber as transformações do lugar da comida deste momento em que se *fundava* o planejamento do Turismo no Brasil até a ascensão dos regionalismos de maneira mais evidente, em fins da década de 1970¹⁹. O período eleito para análise neste artigo – 1966 a 1983 – é um momento identificado como marcado pelo esforço no estabelecimento e afirmação dos regionalismos no plano nacional. As informações coletadas indicam tratar-se de um momento em que esta faceta das culinárias regionais se anunciava como possibilidade.

Como já se sublinhou, a visibilidade da culinária das regiões brasileiras no *Guia* se dá, desde a primeira edição, de duas maneiras básicas: na formulação de uma lista ou quadro de comidas regionais, colocada nas páginas iniciais da publicação (com uma variante que insere as comidas regionais na descrição dos estados, também nas páginas preliminares) e na identificação da especialidade dos restaurantes listados para cada município que consta no *Guia*²⁰. Ao longo dos anos, é possível perceber a dinâmica da importância dada à culinária pelas transformações das seções nos exemplares consultados. No primeiro exemplar, de 1966, não há nenhuma seção especificamente voltada para a comida típica regional. No entanto, com exceção do Acre, Distrito Federal, Goiás e Mato Grosso, além dos territórios do Amapá, Rondônia e Roraima, em todos os demais são citados pratos considerados como *típicos*.

Uma vez que o *Guia* é uma publicação de caráter turístico, esta indicação das comidas regionais revela já a existência de uma sensibilidade para a culinária das regiões. No entanto, algumas pistas indicam que ainda não se trata exatamente de uma percepção deste elemento do ponto de vista de atrativo turístico, mas como curiosidade: a fluidez dos termos que o *Guia* utiliza para se referir a tais pratos é uma delas – *pratos mais comuns, cozinha alagoana, na cozinha, prato mais típico, principal alimento, alimento básico, pratos populares* etc. Além disso, se infere que essas cozinhas estão sendo *descobertas*. Ao mesmo tempo em que são descritos pratos extremamente específicos e que, por isso mesmo, demandam uma explicação sobre sua preparação ao lado da denominação – como a torta capixaba –, também são relacionados genericamente peixes, carnes, cozinha germânica etc. Esse caráter de descoberta também é revelado quando o olhar se volta para os pratos relacionados para os estados do Amazonas e Pará: no Amazonas, Paxicá e Casquinhas de Muçua são relacionados como dois pratos típicos diferentes. Já no Pará, *Paxicá* é colocado como nome alternativo dos Casquinhas de Muçua. Este traço, que revela certo desconhecimento, é percebido

¹⁹ Exemplares consultados: 1966, 1967, 1970, 1974, 1975, 1976, 1977, 1978, 1979, 1980, 1983, 1984, 1985, 1986, 1987, 1989, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2008.

²⁰ A partir de meados da década de 1980 a culinária típica vai ganhando outros espaços.

como um indicador da novidade que é, mesmo para o *Guia*²¹, a cozinha de determinadas regiões.

Neste ano, para Minas Gerais, além dos queijos, leite e doces, o *Guia* relaciona apenas um prato: Lombo com Tutu (feijão e farinha) e couve. O Paraná, por sua vez, tem indicados o alto valor alimentício do pinhão²² e o Barreado, descrito como *cozido em panela de barro*. A este respeito, cabe a seguinte observação: ainda que no processo de construção identitária paranaense o elemento imigrante tenha tomado uma importância por vezes superdimensionada em detrimento de outros elementos importantes para a formação social e histórica do Paraná, isso não se torna visível, ao menos neste primeiro momento de divulgação em âmbito nacional das características históricas e culturais do estado.

Já no ano de 1967 aparece pela primeira vez no *Guia Quatro Rodas do Brasil* a seção “Pratos típicos brasileiros”, como uma relação de pratos com ingredientes e preparo descritos em coluna ao lado, além da associação com um estado ou região. Nesta seção, as preparações identificadas a Minas Gerais são: Aluá, também identificada à região Nordeste; Baba de Moça; Feijão Tropeiro; Tutu à Mineira. O Paraná tem como prato típico indicado o Barreado. Note-se que entre os pratos identificados a Minas Gerais, o primeiro deles, o Aluá, é uma bebida que, posteriormente, não se afirmou como típica do Estado. Além disso, o Tutu de Feijão é descrito como variante do Feijão Tropeiro, o que não corresponde ao que é descrito nas receitas em geral. Quanto ao Barreado, único prato associado ao Paraná, a carne utilizada – costeleta – e a festa à qual o prato é relacionado não correspondem ao que comumente é associado à preparação. Em seu estudo sobre o Barreado, Gimenes (2008) descreve o Carnaval como o festejo ao qual se relaciona o prato, sendo que em sua ampla pesquisa, em nenhum momento cita o Ano Novo como festejo identificado pelas suas fontes ao prato. Segundo a mesma autora, a costeleta não figura entre as carnes mais comuns com que se prepara o prato.

No ano de 1970 os pratos típicos aparecem novamente na seção que descreve os estados. Os estados com maior número de pratos relacionados neste ano são todos pertencentes às regiões Norte e Nordeste, com destaque para o Pará e a Bahia. Em ambos, o destaque é para comidas com denominação exótica aos viajantes – Abará, Açaça, Caruru, Efó, Munguzá, Sarapatel, Panelada, Arabu, Mujica, Guererê etc –, bem como, no caso do Pará, preparações a tidas, atualmente, em desacordo com as noções de sustentabilidade e preocupação ambiental, caso da Sopa de Tartaruga e do Tracajá. Neste ano Minas Gerais contou com cinco menções (Feijão Tropeiro, Baba de Moça, Galinhada, Queijos e Tutu à Mineira) e o Paraná teve três

²¹ É importante ressaltar que o *Guia*, embora seja uma publicação de abrangência nacional é produzido por uma editora com sede no município de São Paulo, cuja equipe, em sua grande maioria, reside no mesmo município. Talvez o caráter e o conteúdo das informações sobre cada Estado e cada localidade listada fossem diferentes se as equipes fossem regionais.

²² No entanto, o pinhão não é indicado com a intenção de relacioná-lo como comida da região. Sua citação está relacionada com a araucária de que, segundo o *Guia*, “tudo se aproveita: madeira, fibra, resina, nós, casca dos galhos, pinhão (de alto valor alimentício)” (GUIA..., p. 60). Vale a pena ressaltar, ainda, que em nenhum dos exemplares consultados o pinhão foi destacado com alimento associado ao estado do Paraná.

indicações de pratos regionais (Barreado, Canjica e Churrasco). Mesmo não figurando entre os estados mais expressivos em número de pratos típicos, é possível conjecturar que a análise dos pratos relacionados em Minas Gerais já aponta certa história a ser contada. De um lado, o Feijão Tropeiro, citado também no ano de 1967, indica a pretensão de se apropriar da figura do tropeiro como um emblema da cultura mineira, ainda que o tropeirismo não tenha se restringido a Minas. No caso dos queijos e da galinhada, indica-se a importância da fazenda no imaginário mineiro, uma vez que a galinha é associada à necessidade de espaço para sua criação e o queijo demanda tempo para seu preparo.

No caso do Paraná, os pratos não carregam especificações explícitas ou implícitas, faltando mesmo ao Barreado a relação com o litoral, sendo apenas indicado como prato típico paranaense. Quanto à presença do Churrasco entre os pratos típicos mencionados, é difícil estabelecer uma relação específica: de um lado, pode inserir o Paraná entre os estados do Sul do país, com uma cultura que privilegia o consumo da carne. Por outro lado, a análise dos diversos exemplares do *Guia Quatro Rodas Brasil* revela em todo o território nacional a presença de churrascarias. Desta maneira, o Churrasco como comida típica no Paraná também pode indicar a presença de uma comida vista como brasileira.

De 1974 até 1985 o Guia não traz uma relação entre comidas típicas e estados ou regiões, nem outras informações específicas sobre os costumes locais, a não ser através de informações esparsas nos roteiros de viagens, presentes desde a primeira edição²³ ou, ainda, nas informações gerais sobre o Brasil e regiões voltadas para estrangeiros, publicadas em inglês e espanhol. Trata-se de um aspecto curioso que leva a inferir sobre a percepção das comidas regionais mais como exotismo a ser divulgado para os estrangeiros que como atrativo e produto turístico, motivador de visitação, de apreciação e de consumo, juntamente com outros aspectos culturais de cada região.

O CONSUMO DA CULTURA: OFERTA COMERCIAL DA COMIDA REGIONAL MINEIRA E PARANAENSE

Em 1966 não há indicação, na maior parte dos municípios listados, de onde é possível consumir tais preparações²⁴. A relação entre o entendimento da comida como produto e sua disponibilidade nos restaurantes é indicada por Ricardo Castanho, em entrevista à autora:

Claro que existe uma centena de especialidades regionais ou locais no Brasil que a gente não divulga, mas a boa maioria delas, a maioria delas, estão *linkadas*²⁵ a receitas que você não vai encontrar nos restaurantes. São coisas consumidas, às vezes, na casa das pessoas e tal, mas que não se transformaram ainda num produto turístico (CASTANHO, 2010, s.p.).

²³ Mesmo nesse caso, trata-se de informações esparsas e inconstantes.

²⁴ Nesse ano, a não ser em algumas exceções, não há indicação do tipo de comida servida em cada restaurante (especialidade).

²⁵ Palavra inglesa cujo significa é elo, ligação.

Nesse sentido fica evidente que a relação entre a comida regional e o Turismo passa, necessariamente, pela possibilidade de consumo, e a presença extremamente tímida de restaurantes com a indicação da especialidade regional, demonstra que esta relação ainda não se consolidou. No roteiro de cidades do *Guia* em 1966 e 1967 não aparecem restaurantes regionais em Minas Gerais ou no Paraná, indicando que o processo de associação entre comida e identidade em ambos os estados ainda estava por ser gestado de maneira mais contundente. A partir de 1967 torna-se mais frequente a indicação da especialidade dos restaurantes, mesmo que a preocupação com esta indicação marque maior presença nas grandes cidades e que isto não seja um padrão estável, comum a todas as cidades do mesmo porte. No entanto, importa registrar que as cidades de Belém, Recife, Salvador e Porto Alegre contam com a indicação de comida típica ou regional para alguns restaurantes, sendo que, no caso da capital do Rio Grande do Sul, já há uma separação dos restaurantes por categoria e uma delas é a categoria *regional*. Em São Paulo, figura a categoria *brasileira*, mas não há indicação do que seria servido em cada restaurante, dificultando a vinculação a alguma região específica para cada estabelecimento.

Sobre a relação das culinárias regionais com o Turismo, para os casos de Minas Gerais e Paraná, sublinha-se que em 1970 não há, no *Guia*, indicação de restaurantes de culinária regional ou típica no Paraná e, em Minas, há indicação somente em Belo Horizonte (dois estabelecimentos) e em Cordisburgo. A presença da culinária típica neste último município pode apontar o início da sensibilidade da publicação para o aproveitamento da culinária como atração em localidade turística, já que nesta cidade se localiza a Gruta de Maquiné, indicada pelo *Guia* como atração local. Assim, é possível perceber, já em 1970, o aumento da preocupação com a divulgação da especialidade dos restaurantes relacionados. De 1974 em diante, o número de restaurantes voltados para a especialidade regional aumenta pouco a pouco e se mantém estável, ainda que mudem os restaurantes indicados e que, para cada estado analisado neste estudo, as variações ano a ano tenham contornos específicos, que serão analisados ao longo deste tópico²⁶.

No ano de 1974, em Minas Gerais, seis municípios contam com restaurantes dedicados à comida típica ou comida mineira: Belo Horizonte, Cordisburgo, Mariana, Ouro Preto, São João Del Rei e Tiradentes. Note-se que à exceção de Belo Horizonte, capital do Estado, e de Cordisburgo, que tem como atração a Gruta de Maquiné, os demais municípios que contam com restaurantes de cozinha regional são cidades históricas que, inclusive, já constam em sua maioria, nos roteiros indicados pelo *Guia* desde 1966²⁷, indicando, mais uma vez, a aproximação entre as cozinhas regionais e a atividade turística para o caso de Minas Gerais. No

²⁶ Além da indicação das especialidades dos restaurantes, o *Guia* passa a divulgar, também nas informações sobre os municípios, aquilo que se pode comprar durante a visita, e onde comprar estes produtos regionais.

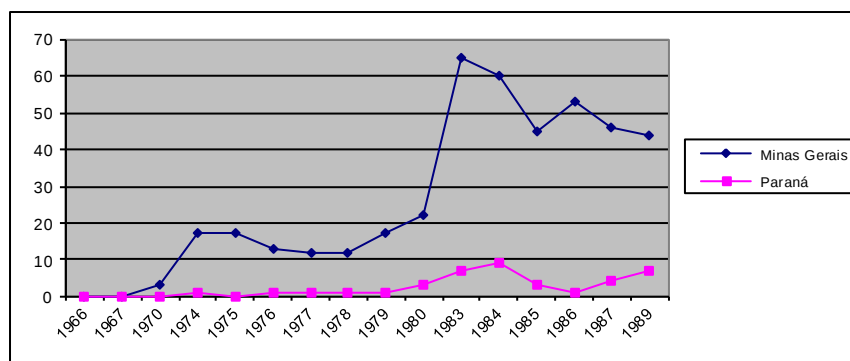
²⁷ Em 1966 as cidades históricas indicadas são: Sabará, Ouro Preto, Congonhas do Campo, São João del Rei e Tiradentes. No ano de 1967 constam Diamantina, Ouro Preto, Mariana, Sabará, Congonhas e São João del Rei.

Paraná, em Curitiba, no ano de 1974 o restaurante Carreteiro é indicado como voltado para a comida regional²⁸.

Entre 1970 e 1979 os restaurantes regionais concentram-se nas duas capitais (Curitiba contava com o restaurante Carreteiro) e, em Minas, além da capital²⁹ também estavam presentes em algumas das cidades históricas, onde se destacam Ouro Preto e Tiradentes. É interessante sublinhar, também, que neste período as estâncias mineiras não apresentavam comumente restaurantes de culinária regional, mas apenas citava-se a venda de doces, queijos e licores em geral. É em 1983 que ocorre uma espécie de boom de municípios com restaurantes regionais e neste movimento os estabelecimentos começam a aparecer também nas estâncias, como Araxá, Cambuquira, São Lourenço, além de cidades com outras vocações econômicas, sem destaque para o Turismo.

É possível perceber, portanto, a partir das informações disponibilizadas pela fonte, que a década de 1970 se constitui no período de gestação deste movimento de associação entre culinária e identidade através da afirmação das culinárias regionais. O gráfico 1, a seguir, acompanha a evolução do número de restaurantes no Guia. Pode-se perceber, por exemplo, que embora a curva de Minas Gerais e Paraná apresente semelhança quanto aos períodos de aumento ou diminuição do ritmo, Minas Gerais demonstra movimentos mais bruscos, enquanto o Paraná apresenta curvas mais suaves.

Gráfico 1 – Evolução do número de restaurantes regionais, por ano (1966 – 1989)



Fonte: *Guia Quatro Rodas Brasil*

O Paraná, de 1974 a 1980, conta apenas com o restaurante Carreteiro, em Curitiba na categoria comida regional e, em 1983 o restaurante Brunella's, de Londrina, é indicado como regional. É extremamente importante sublinhar aqui que é no ano de 1980 que, pela primeira vez, o Barreado aparece como especialidade gastronômica, servido nos dois restaurantes indicados pelo *Guia* no município de Morretes: Madalozo³⁰ e Nhundiaquara. É significativo o fato de que a identificação da especialidade não

²⁸ Em nenhuma das edições consultadas, em que o restaurante *Carreteiro* é relacionado à cozinha típica, fica claro qual o tipo de comida servida. No entanto, consulta a um exemplar da Revista Quatro Rodas do ano de 1975i, indica que se trata de uma churrascaria que também serve o barreado.

²⁹ Em Belo Horizonte, nos anos de 1979 e 1980 os restaurantes regionais estão presentes na categoria *brasileira*.

³⁰ Optou-se por reproduzir a grafia utilizada pela fonte. Este restaurante conta com grafias diferenciadas em exemplares diferentes do Guia.

relaciona comida regional ou típica ou paranaense, mas ao Barreado como especialidade.

O ano de 1983 é importante no início do processo de consolidação da culinária regional como atrativo, a partir da análise do número de restaurantes desta especialidade listados pelo *Guia Quatro Rodas Brasil*. Esta fonte também sugere que é a partir daí que a dinâmica de afirmação das identidades através da culinária, em Minas e no Paraná, se distancia, no plano da expressividade em âmbito nacional, tomando por base também o número de restaurantes regionais em cada estado. Enquanto em Minas Gerais este número salta de 22 em 1980 para 65 em 1983, o salto, no caso do Paraná, é de três para cinco. Percebe-se que, enquanto no caso mineiro o número quase triplicou, no Paraná, o número de restaurantes regionais indicados pelo Guia Brasil não chegou a dobrar, sugerindo a possibilidade de que Minas Gerais estivesse investindo de maneira mais contundente na associação entre Turismo e culinária, refletindo nas indicações do *Guia Quatro Rodas Brasil*³¹.

Em 1983 e 1984 Antonina e Morretes têm restaurantes relacionados pelo *Guia* servindo Barreado e, em 1983, o *Guia* chama a atenção para uma festa móvel em Morretes: a Festa do Barreado. Em Antonina, o destaque cabe à feira de produtos típicos de Antonina em novembro, com venda de doces, palmito e artesanato, sendo que os doces e o artesanato não são especificados. É também no ano de 1983 que o restaurante Carreteiro em Curitiba deixa de ser indicado pelo Guia Brasil, sendo que não se obteve a informação se o restaurante apenas deixou de ser indicado, ou se deixou de existir.

CONCLUSÃO

O que se procurou demonstrar até aqui, através da fonte principal – o *Guia Quatro Rodas Brasil* – apoiado pelas fontes secundárias, foi um movimento de estabelecimento das identidades regionais, em particular, na sua relação com a comida e a culinária. Movimento ainda disforme em fins da década de 1960, mas já marcado por uma maior preocupação, inclusive governamental com o desenvolvimento do Turismo, através da ampliação da infraestrutura e da organização da atividade por meio de associações e elaborações de políticas³². Como foi possível observar, desde o primeiro exemplar do *Guia Quatro Rodas do*

³¹ É importante ressaltar que a proliferação de restaurantes de culinária típica regional observada nos casos estudados é o reflexo de um movimento nacional. Mas se esta dinâmica atende, de um lado, a estratégias de *marketing*, por outro lado a emergência dos regionalismos é que é o pano de fundo desta conjuntura que torna interessante investir neste segmento específico de gastronomia. É por este caminho, por esta articulação, que se visualiza a transformação das culturas regionais – e a culinária aqui observada – em produto turístico.

³² Data de 1953, por exemplo, a criação da Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV), entidade extremamente importante no que diz respeito ao desenvolvimento da atividade no Brasil, inclusive na divulgação dos destinos. No âmbito estadual, para a década de 1960 é possível citar a criação da HIDROMINAS (Águas Minerais de Minas Gerais), Lei nº 2.268 de 26/12/1960, Conselho Estadual de Turismo (MG), Lei nº 7.362 de 02/01/1964, da Empresa Paranaense de Turismo (PARANATUR) e do Conselho Paranaense de Turismo, ambos através da Lei nº 5.948, de 27/05/1969.

Brasil se fazem presentes informações sobre a culinária das regiões brasileiras, o que atesta uma atenção não só para sua existência, mas também para o seu potencial como veículo de experimentação das culturas específicas. No entanto, a forma não padronizada em que tais informações são disponibilizadas, ora na descrição dos estados (como em 1966 e 1970), ora com páginas específicas sobre o tema (como em 1967), sugere que a publicação ainda não tem clareza sobre este mesmo potencial, sobre as formas concretas que a comida regional pode assumir no tocante à atividade turística.

Os dados disponibilizados indicam que é a depois de iniciada a década de 1980 e, especialmente a partir de 1983, que a associação entre comida, identidade e Turismo é divulgada de forma mais contundente, ainda que desde o início desse movimento Minas encampe essa ideia buscando apresentar uma cozinha, e não um prato, como o Paraná. Talvez isso justifique a presença de restaurantes regionais em municípios com diferentes vocações econômicas (lembrando que até aqui se analisou um momento anterior àquele em que o Turismo passou a ser colocado de maneira mais contundente como fator de desenvolvimento regional) e, no Paraná, somente em Morretes (principalmente), Antonina e Lapa. É importante dizer, ainda, dado o salto no número de indicações de restaurantes regionais no *Guia Quatro Rodas*, que o ano de 1983 foi marcante, neste período inicial, do ponto de vista da relação comida, identidade e Turismo, sendo que a partir daí estabilizou-se uma tendência ao estabelecimento desta relação entre as regiões e suas culinárias específicas.

Em meados da década de 1980 esta tendência se torna ainda mais visível e, no início dos anos de 1990 começou a ser gestado um novo processo – o de legitimação destes bens culturais relacionados ao universo da cozinha – a culinária típica se afirma como produto turístico. Mas estes movimentos fogem do escopo aqui pretendido. Entende-se, na busca pelo entendimento dos casos analisados, que o Guia Quatro Rodas Brasil se constitui em um guia para o pesquisador, não na perspectiva de um roteiro de viagem, mas por localizar a dinâmica das identidades regionais em sua relação com o Turismo e com o estabelecimento de atrativos e produtos turísticos.

REFERÊNCIAS

ARRUDA, M.A. do N. *Mitologia da mineiridade: o imaginário mineiro na vida política e cultural do Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1999.

BARRETO, M. *Manual de iniciação do estudo do Turismo*. Campinas: Papyrus, 1995.

BRASIL, Ministério do Turismo. *Inventário da Oferta Turística: estratégia de Gestão*. Brasília: Ministério do Turismo, 2004.

CAPELATO, M.H.R. *Multidões em cena*. Campinas: Papyrus, 1998.

CHABAUD, G.; COHEN, É.; COQUERY, N.; PENEZ, J. (orgs.). *Les guides imprimés du XVIe au XXe siècle: villes, paysages, voyages*. Paris: Éditions Belin, 2000.

CSERGO, J. A emergência das cozinhas regionais. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (Orgs.) *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

DULCI, O.S. Identidade regional e ideologia: o caso de Minas Gerais. In: *Textos de Sociologia e Antropologia*, Belo Horizonte: UFMG, n. 27, nov./dez. 1988. 36p.

ESPEITX, E. Patrimonio alimentario y Turismo: una relación singular. In: *Pasos revista de Turismo y patrimonio cultural*. v. 2, n. 2, p. 193-214, 2004. In: <www.pasosonline.org>, acesso em 21/03/2011.

GASTAL, S. Turismo na pós-modernidade: agregando imaginários. In: GASTAL, S.; CASTROGIOVANNI, A. C. (orgs.). *Turismo na pós-modernidade – (des) inquietações*. Porto Alegre: Editora PUCRS, 2003.

GIMENES, M.H.S.G. *Cozinhando a tradição: festa, cultura e história no litoral paranaense*. Curitiba, 2008. Tese (Doutorado em História), Universidade Federal do Paraná.

KARPIC, L. Le Guide rouge Michelin. In: *Sociologie du travail*. n. 42, 2000. p. 369-389.

LOBO, H.S. Entre sabores e vivências: culinária típica local e ecoturismo no centro-sul do Brasil. In: *Revista nordestina de ecoturismo*. Aracaju, v. 1, n. 1, p. 34-50, 2008.

LOHMAN, G.; PANOSSO NETTO, A. *Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph, 2008. (Série Turismo).

LOPES, C.H. Turismo: o detalhe que faz a diferença. In: <<http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=6531>>. Acesso em 14/07/2011.

LOPES, T. Rotas nacionais: fragmentando os roteiros turísticos sobre Ouro Preto. In: BANDUCCI, Á.; BARRETTO, M. (orgs.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas, SP: Papirus, 2001.

MATOS, A.C.; SANTOS, M.L.F.N. Os guias de Turismo e a emergência do Turismo contemporâneo em Portugal (dos finais de século XIX às primeiras décadas do século XX). In: *Scripta Nova – revista eletrônica de geografia y ciencias sociales*. Universidad de Barcelona. Vol. VIII, n. 167, jun.2004.

MONTEBELLO, N. de P.; COLLAÇO, J.H.L. *Gastronomia: cortes e recortes*. v. II. Brasília: Editora Senac-DF, 2009.

OLIVEN, R.G. *A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-nação*. Disponível em <Petrópolis: Vozes, 2006.