

A GASTRONOMIA COMO MARCA IDENTITÁRIA DA CULTURA SANFRANCISCANA¹

PATRÍCIA GUERRA AZEVEDO²

Resumo

Os hábitos alimentares podem ser considerados patrimônio imaterial de um povo. Através da alimentação é possível visualizar e sentir tradições que não são ditas. A alimentação é também memória, opera muito fortemente no imaginário de cada pessoa e está associada aos sentidos: odor, visão, sabor e audição. Destacam-se como hábitos alimentares as diferenças, as semelhanças, as crenças e a classe social. O bode assado, o surubim em diversas modalidades, hoje tão divulgados em restaurantes do país, são marcas identitárias da região em estudo que passa por transformações com a introdução de novos produtos e hábitos a exemplo do vinho em substituição da cachaça ou mesmo da cerveja, do tucunaré (peixe vindo da Amazônia), da tilápia, espécie vinda do Japão, da pizza ou mesmo da comida a quilo. São novos hábitos, novas identidades que podem ou não preservar saberes e sabores passados por gerações.

Palavras-chave: Patrimônio imaterial; Gastronomia; Identidade.

Abstract

Eating habits may be considered intangible heritage. Through the power you can see and feel the traditions that are not spoken. Food is also memory, operates very strongly in the imagination of each person and is linked to the senses: smell, sight, taste and hearing. Highlights dietary differences, similarities, beliefs and social class. The goat roast, surubim in several modalities, as reported today in restaurants in the country, are identity marks of the study area that go through processing with the introduction of new products and habits like the wine instead of rum or beer, of peacock bass (fish coming from Amazonia), tilapia, a species from Japan, pizza or even the food by the pound. Are

new habits, new identities that may or may not preserve knowledge and flavors passed down for generations.

Keywords: Intangible heritage; Gastronomy; Identity.

JEL: R1; R11

Introdução

Esse artigo pretende mostrar como os fatores sociais, ambientais, econômicos e culturais influenciam na inserção de novos hábitos alimentares e como a gastronomia vem evoluindo e modificando a vida das pessoas, a sua identidade, os seus costumes.

A cozinha de um povo constitui um traço marcante de sua cultura, pois resulta das características físicas do local onde ele vive, da sua formação étnica e de suas crenças religiosas e políticas. Toda cozinha tem

¹ Parte integrante do Projeto Rio São Francisco: cultura, identidade e desenvolvimento, resultante do Convênio entre a UNIFACS, o Albright College (EUA) e os Companheiros das Américas, Comitê Bahia-Pensylvania.

² Graduada em Gastronomia do Centro Universitário da Bahia – FIB / Estácio (12/2009).

“ *A história da Gastronomia é uma sucessão de trocas, conflitos, desavenças e reconciliações entre a cozinha comum e a arte de cozinhar. A evolução da culinária está ligada à variação de clima, a maior ou menor colheita, ao tempo de guerra ou de paz, pois tudo isso interfere na vida das pessoas e conseqüentemente, nos alimentos...* ”

a marca do passado, da história, da sociedade, do povo, da nação à qual pertence. Cozinhar é uma ação cultural que nos liga ao que fomos, somos e seremos.

A tradição está no saber do povo, está ligada à terra, ao lugar onde ele vive, à “exploração” dos produtos da região e das estações; a criação está relacionada à invenção, à renovação e às experimentações. Mas na gastronomia, tanto quem cozinha como quem come deve saber combinar tradição e criação.

Cozinhar é uma arte na qual, a alquimia dos ingredientes tende a resultar no melhor sabor original e que não pode ser vista simplesmente como uma mistura deles, é preciso saber combiná-los.

A Gastronomia tem como principal preocupação proporcionar o máximo de prazer a quem come, permitindo ao comensal identificar as características organolépticas (aparência, aroma, cor, sabor, textu-

ra) e diríamos, a quem prepara também. Não comemos apenas para saciar a fome, mas para termos prazer.

A pesquisa sobre os municípios de Juazeiro/Petrolina e Barra/Xique-Xique teve como enfoque a alimentação e sua importância na sobrevivência da população, que pode ser revelada através das diferentes condições sociais, econômicas e culturais das pessoas e como objetivo resgatar ou buscar a identidade cultural daquela população, levando-se em consideração seus costumes e heranças. Constatou-se que problemas socioambientais e econômicos vêm afetando estas áreas fazendo com que as famílias percam suas raízes, bem como a inserção de novos hábitos alimentares tem modificado a sua cultura e conseqüentemente fazendo-os buscar alternativas de sobrevivência.

Gastronomia – Conceitos e evolução

Apesar de a culinária brasileira ter sido influenciada por tantos povos, é inegável que os hábitos alimentares brasileiros se embasaram, primordialmente, na interação de três povos – o índio, o português e o africano. A esse respeito (Lima, 1999), diz ser “[...] na cozinha que a presença dos índios, negros e portugueses despertam o deleite e o prazer da mistura [...]”. A mesa brasileira é composta pelas tradições indígenas, pelas iguarias africanas e pela suculência portuguesa (FAGLIARI, 2005).

Além dos portugueses, africanos e indígenas, outros povos também deixaram suas marcas na culinária brasileira. Cada povo chegou ao Brasil com expectativas diversas e em situações financeiras diferentes. Assim, pode-se dizer que cada corrente imigratória apresentava características próprias e que as influências deixadas para a cultura brasileira, assim como a manutenção de suas tradições, foram induzidas por tais características (FAGLIARI, 2005).

Dentre os imigrantes, é possível afirmar que os italianos foram aque-

les que mais influenciaram os hábitos alimentares brasileiros. A cozinha italiana foi a única cozinha imigrante – além da negra e da portuguesa – aceita e assimilada em todo o Brasil. A maior herança deixada pelos italianos foi no campo das massas, as quais foram adaptadas ao gosto brasileiro, tornando-se muito popular no país (FAGLIARI, 2005).

A história da Gastronomia é uma sucessão de trocas, conflitos, desavenças e reconciliações entre a cozinha comum e a arte de cozinhar. A evolução da culinária está ligada à variação de clima, a maior ou menor colheita, ao tempo de guerra ou de paz, pois tudo isso interfere na vida das pessoas e conseqüentemente, nos alimentos que elas têm à sua disposição.

Cultivar a terra e dela tirar o sustento foi uma das descobertas mais importantes do homem pré-histórico, e que muito tempo depois, foi confirmado por Pero Vaz de Caminha ao aportar em Porto Seguro-BA, e pisar no seu solo, sentiu a terra fértil sendo o fato relatado ao rei de Portugal em sua carta que dizia “*A terra é plana e chã e, em tal maneira graciosa que, em se querendo, dar-se-á nela tudo*” (ORNELLAS, 2003).

A caça também era praticada, mas de forma precária; os caçadores tinham que percorrer longas distâncias à procura do extremamente necessário à alimentação e com o aumento de caçadores também veio a escassez de alimentos, o que fez com que procurassem outra forma para sobreviver. Foi quando perceberam que as sementes plantadas germinavam e davam origem a novas plantas que serviam para alimentá-los. Com isso, passou-se a observar a influência dos fenômenos meteorológicos sobre a terra, o sol, a lua e as estrelas, e também sobre a estação chuvosa ou de enchente, quando semear e quando colher.

O sertanejo nordestino aprendeu a sobreviver a períodos difíceis, desenvolvendo técnicas para armazenar alimentos que pudessem ser consumidos sem muitos recursos; foi a

partir daí que passaram a usar o sal como conservante. Vale salientar que os índios não utilizavam o sal para cozinhar, só faziam uso no preparo de um molho especial que só era acrescentado ao alimento no momento em que iam comer e que eles o obtinham pela retenção da água do mar e outros pela queimada da terra salitrosa. O sal do mar não foi um dos primeiros a ser utilizado e sim de ardósias argilosas, que eram lambidas pelos animais, denunciando assim a sua existência aos caçadores. Foi nas primeiras décadas do século XIX que Saint-Hilaire provou o sal do Rio São Francisco, por onde viajara por mais de cem léguas (ORNELLAS, 2003).

A pesca também era o principal meio de alimentação e sobrevivência. Herança deixada pelos índios, o peixe é ainda hoje uma das marcas do Nordeste; povo de uma cultura heróica, resistente às variações da natureza, estiagens ou furturas do litoral com praias infinitas.

Podemos considerar a cultura alimentar de um povo como patrimônio imaterial, que inserida de bens pode agregar significados à sua identidade cultural, preservando as suas raízes, heranças, saberes e sabores passados por gerações e que poderão fazer parte de novas histórias, de novos hábitos.

Ingredientes que inevitavelmente são descobertos, testados e incorporados aos pratos tradicionais dando a eles uma nova roupagem, poderão se tornar patrimônio material, desde que sejam registrados e que sirvam de fonte para novas gerações, com significado e importância para a sociedade.

Com o surgimento da globalização, as informações e produtos chegaram ao alcance de todos de forma cada vez mais rápida, permitindo participar ao mundo o dia-a-dia da gastronomia. Todos podem ter conhecimento de outras culturas culinárias e produtos de diferentes regiões, dando opções ao consumidor de alimentação, cultura e, sobretudo, prazer.

“ A gastronomia como patrimônio local está sendo incorporada aos novos produtos turísticos orientados a determinados nichos de mercado, permitindo incorporar os atores da própria comunidade na elaboração desses produtos, assistindo ao desenvolvimento sustentável da atividade. ”

Com o passar dos tempos a arte de comer foi se aprimorando e o conhecimento sobre a culinária e os exageros gastronômicos acerca da utilização excessiva de condimentos e a falta de preocupação com o seu valor nutritivo, se expandindo.

O hábito alimentar não é apenas biológico, é também social e cultural, pois possui um significado para cada sociedade e para cada cultura. É fator que diferencia a cultura, uma vez que a identidade é transmitida pelas pessoas também através do alimento, que reflete as preferências, as aversões, identificações e discriminações.

Através da alimentação, é possível visualizar e sentir tradições que não são ditas. A alimentação é também memória, opera muito fortemente no imaginário de cada pessoa, e está associada aos sentidos: odor, a visão, o sabor e até a audição. Destaca as diferenças, as semelhanças, as crenças e a classe social a que se pertence, por carregar as marcas de cada cultura.

A cultura de um país está integrada à alma do povo, como a sua

gastronomia, seu patrimônio, seus valores, costumes, história, agricultura, religião, aspectos históricos e geográficos. Desta forma a cultura de um lugar e sua comida típica estão intimamente ligadas (CÓRNER, 2003).

A gastronomia como patrimônio local está sendo incorporada aos novos produtos turísticos orientados a determinados nichos de mercado, permitindo incorporar os atores da própria comunidade na elaboração desses produtos, assistindo ao desenvolvimento sustentável da atividade. Assim, faz parte da nova demanda por parte dos turistas de elementos culturais.

A Gastronomia e o Turismo caminham juntos, pois não se pode pensar em turismo, sem prever entre outros itens, a alimentação, onde o viajante não pode abster-se dela, e desta forma, sempre tende a experimentar a cozinha local, fazendo com que aquela culinária se torne conhecida, atraindo mais turistas e consequentemente ampliando a renda daqueles que direta ou indiretamente sobrevivem do ramo de alimentação, e ainda levando-se em consideração, o potencial de crescimento das regiões estudadas.

O desenvolvimento do turismo cultural é promovido devido à sua capacidade de gerar receita e empregos no lugar em que se desenvolve. Devido ao fato de que raras vezes seja o agente motivador principal de um deslocamento turístico, recorre-se geralmente à criação de rotas temáticas e culturais que permitem integrar em um produto os elementos que individualmente não atraem interesse suficiente ou contam com certas dificuldades de promoção ou comercialização, tornando possível um produto final de maior valor que a soma das partes, incrementando assim seus benefícios econômicos e sociais, (SCHLUTER, 2003).

Desta forma a sua utilização como valor agregado a diversas manifestações culturais oferece a potencialidade de desenvolver a região, através do contato entre turis-

tas e membros da comunidade realizando com respeito e interesse mútuo, planejando as políticas públicas necessárias, bem como um acompanhamento desse crescimento com aproveitamento racional e sustentável do patrimônio cultural.

Mesmo com toda influência recebida de colonizadores e imigrantes que passaram pelo nosso território, as singularidades gastronômicas das regiões brasileiras se desenvolveram de acordo com as circunstâncias aqui encontradas e a influência que recebeu dos povos durante a colonização. “Todos os grupos humanos têm uma fisionomia alimentar. Pode ampliar-se, mas conserva os traços essenciais característicos” (CASCUDO, 2004, p. 373).

O conhecimento das origens gastronômicas possibilita o resgate de ritos e rituais,

de preparação e comensalidade, inerentes à cultura local, possibilitando a continuidade das tradições e valorizando diferenças em um mundo globalizado onde cresce cada vez mais o interesse pela gastronomia tradicional.

As cozinhas regionais são grandes motivadoras e inspiradoras da criação artística e a tematização dos restaurantes constitui um diferencial de atratividade. A construção dessa tematização pode ser proveitosa se os envolvidos tiverem conhecimento das tradições locais e do significado dos elementos culturais que a compõem.

A gastronomia no Vale do São Francisco

A pesquisa realizada nos municípios de Juazeiro/Petrolina e Xique-Xique/Barra, indica que a pesca é ainda a base alimentar de uma grande parte da população ribeirinha do São Francisco, a despeito da redução de algumas espécies tradicionais como o surubim ou mesmo a piranha. Segundo depoimentos de pescadores antigos, o surubim diminuiu em quantidade e em tamanho. Já as novas espécies que foram introduzidas depois da construção da Bar-

ragem de Sobradinho, tais como a tilápia, o tucunaré ou o curimatã estão com boa aceitação no mercado. O tucunaré frito, por exemplo, é bem difundido e considerado de muito bom paladar. Algumas comunidades, porém, são mais resistentes e não absorvem de imediato as “modernidades” é o caso da cidade de Barra, onde a espécie de peixe “tilápia” criada em cativeiro está sendo utilizada na merenda escolar ou em abrigos de idosos, porque são doados pelo governo e estão em fase experimental.

Nos quatro municípios estudados, tomamos conhecimento de diversas receitas do surubim preparado em moqueca, especialidade em Xique-Xique e o surubim ao molho de maracujá verde (do mato), bastante apreciado na cidade de Barra, sendo acompanhado pelo pirão com maracujá verde, ou seja, o próprio caldo da moqueca do surubim é uma iguaria do Sr. Odilon³.

A pesca artesanal é ainda uma atividade bem difundida na região e para muitos pescadores, a única fonte de sobrevivência. Em Xique-Xique, que se localiza à montante da Barragem de Sobradinho, no chamado Marco Zero, dispõe de um grande banco pesqueiro. Parte substancial dessa produção é comercializada através de frigoríficos para famosos restaurantes de Salvador, São Paulo e Belo Horizonte. Entretanto a pesca poderia ser ainda mais expressiva, se uma grande quantidade de pessoas não cometesse a chamada “pesca predatória”, utilizando malhas finas proibidas pelo IBAMA na época da piracema⁴. O desrespeito a legislação faz com que se pesque o peixe em fase de crescimento, não devolvendo ao rio os menores para que possam se desenvolver e re-

“*Além do peixe, a carne de bode é outro sustentáculo da gastronomia regional. É tradicionalmente apreciada tanto cozida como assada, sendo que em Petrolina foi construído pela Prefeitura Municipal um centro gastronômico...*”

produzir, levando ao desaparecimento de diversas espécies.

Além do peixe, a carne de bode é outro sustentáculo da gastronomia regional. É tradicionalmente apreciada tanto cozida como assada, sendo que em Petrolina foi construído pela Prefeitura Municipal um centro gastronômico chamado Bodódromo, para difundir essa especialidade regional. Todavia, tem-se observado nos últimos anos uma tendência de se usar o “cordeiro”, carne mais tenra e que agrada mais o paladar dos novos moradores e de turistas que visitam a cidade. (SOUZA; CALDAS, 2008).

Com a carne de bode também se prepara kafta⁵ e pizza. Isso sem falar dos espetos especialmente montados com o coração desse animal além dos cortes especializados como a picanha, o filé mignon e o carpaccio de bode. De todas as novidades, a

³ Sr. Odilon é um pescador de 65 anos, que gosta bastante de cozinhar. Prometeu-nos esta sua especialidade quando voltássemos à Barra. A promessa foi cumprida e a receita plenamente aprovada.

⁴ Período de reprodução dos peixes; sendo a pesca proibida para comercialização. Somente pode ser feita com anzol e para consumo da família em até 5kg.

⁵ Kafta é uma iguaria da cozinha árabe, preparada com carne moída (nesse caso a de bode), cebola e especiarias (árabes), envolvidas num palito de churrasco e depois grelhado.

mais recente é o bode marinado e cozido ao vinho e ervas. Para beber, em vez de cerveja, é comum ver nas mesas baldes com garrafas de cabernet sauvignon e syrah ao gelo. De entrada, degustam-se queijos finos de cabra, como o do tipo bursin, temperado com alho, orégano, pimenta calabresa ou outras especiarias. “Tenho o melhor negócio do mundo”, afirma o dono do restaurante, Isaías Mororó, 41 anos – um ex-cobrador de ônibus que montou, em dez anos, um verdadeiro império do bode... Hoje Isaías recebe diariamente 600 pessoas no restaurante, consumindo 400 animais mensais. É visto como o “rei do bode”, uma celebridade. Com o maior fluxo de turistas exigentes, aumenta a sofisticação e a qualidade dessa carne, mais saudável que a de gado⁶.

Domina como ninguém os segredos para dar um novo valor ao tradicional ícone sertanejo como iguaria. Não é fácil lidar com a carne desse animal. Tanto assim que a preferência dos restaurantes é pelo uso de um primo mais macio do bode – o carneiro. Mas a graça para o turista é contar que comeu bode. Gherman de Araújo, pesquisador da Embrapa, brinca: “O carneiro é que morre e o bode é que leva a fama”. Mais que isso, significa lucros. De fato, o marketing do bode é bastante forte para o turismo no sertão, ainda mais agora, quando ganha um toque de sofisticação com a chegada do vinho. As possibilidades são inúmeras, a ponto de pesquisadores da Embrapa estudarem o uso das sementes e cascas de uva que sobram na produção da bebida para alimentar os caprinos, tornando-os mais saudáveis e saborosos. Bode e vinho dependem cada vez mais um do outro. É um casamento, abençoado pelo turismo, que tem tudo para ser duradouro e feliz⁷.

Esses municípios têm outra riqueza gastronômica que são as frutas, advindas da irrigação, principalmente em Juazeiro e Petrolina, destacando-se as uvas, o melão, a melancia e mesmo o coco e a cana-de-

açúcar, dentre outras. No entanto, frutas tradicionais da Caatinga com o umbu ou o maracujá do mato bastante apreciado pela população local atualmente estão sendo beneficiados e transformados em doces ou geléias e exportados para a Europa, através da Cooperativa de Mulheres de Curaçá, Uauá e Canudos, a COOPERCUC (SOUZA; CALDAS, 2008). Isso tem trazido uma renda adicional à população e aumentado o número de pessoas envolvidas nessa atividade.

Em Barra, pode-se notar muitas plantações de buriti, cana e manga ao longo do percurso da Zona rural, chamada de “brejo”, justamente por ser muito úmida e não necessitar de irrigação, é que as frutas são abundantes, destacando-se a manga que é exportada.

Dentre alguns “brejos” visitados podemos citar o “Brejo do Saco” que produz a rapadura e o “Brejo São Gonçalo” onde se produz cachaça, ambos de forma artesanal, sendo a última produzida utilizando moinho movido com tração animal. Parte da cachaça produzida é consumida na região e a outra transportada em vasilhames plásticos, comercializada em várias regiões, em garrafas de água mineral e refrigerante, sem identificação, sem rotulagem, sem as informações básicas, principalmente a sua origem.

Já na feira livre de Xique-Xique também encontramos grande variedade de frutas, verduras, vindas de Juazeiro tais como o melão, a melancia, a manga, dentre outras ou mesmo procedentes dos Brejos de Barra (segundo informação de um feirante, o Sr. Apolônio); existe também

por lá uma quantidade considerável de restaurantes com cardápios bastante variados; além da “Casa do Norte”, onde entrevistamos o seu dono, o Sr. Aroldo, natural de Irecê e que mora na região há três anos; comercializa vários produtos, dentre os quais: “manteiga de gado”, requeijão, doces diversos, biscoitos variados (“avoador”), condimentos e especiarias como o açafreão da terra, óleo de pequi e canela em pau; é o único na região que comercializa esses produtos que são de Pernambuco (tempero e raiz), Jacobina (manteiga, doces, biscoito) e dos Brejos (óleo de buriti e de pequi); possui também um restaurante que só serve churrasco.

Vale ressaltar que na feira livre de Barra encontramos diversos produtos sendo comercializados, a exemplo dos doces de frutas, do melão, doce de abóbora, da rapadura, da rapadura com amendoim e outros ingredientes, do doce de buriti, do buriti desidratado, donde se pode extrair um óleo que é utilizado como cicatrizante, óleo de pequi, etc. sem esquecer dos peixes.

De uma forma geral nas feiras, além dos odores de pratos tradicionais pode-se observar também muita descontração e muita satisfação por parte dos comensais. Às vezes, observa-se troca de receitas entre os clientes e os donos dos pequenos restaurantes ou entre os clientes e as cozinheiras, o que torna o ambiente bastante amical e descontraído.

Na revisão da literatura podemos observar em Pearson (1972) que a “dieta alimentar” dos barranqueiros, barqueiros e outros ribeirinhos do Vale Sanfranciscano, consistia de

⁶ Disponível em http://revistahost.uol.com.br/publisherpreview.php?edicao=0808&id_mat=1649 “Em Cena: Quando o vinho encontra o bode. Região às margens do São Francisco atrai vinícolas e cria opções de turismo que abrem uma nova realidade econômica para o sertão”. Sergio Adeodato. Acesso em 26 abr. 2009.

⁷ Disponível em http://revistahost.uol.com.br/publisherpreview.php?edicao=0808&id_mat=1649 “Em Cena: Quando o vinho encontra o bode. Região às margens do São Francisco atrai vinícolas e cria opções de turismo que abrem uma nova realidade econômica para o sertão”. Sergio Adeodato. Acesso em 26 abr. 2009.

farinha de mandioca, carne seca e às vezes feijão e rapadura, além de peixes, moluscos e crustáceos que eram fornecidos em fatura pelo rio e pelo mar, pois residiam às suas margens ou próximos a elas, era bem diferente da outra parte da população que pudemos assim chamar elite, que se alimentava de verduras e frutas européias cultivadas nas pequenas hortas existentes em suas casas, pois residiam nas partes onde a terra era mais molhada e fértil.

Ainda segundo o mesmo autor, os primeiros colonos europeus e africanos a se estabelecerem nas áreas semi-áridas do Vale, precedidos pelos ameríndios levavam uma existência bastante precária. Os que viviam nas fazendas de criação dispunham de carne e leite exclusivamente para a fabricação de requeijão e queijo e esses produtos eram de qualidade inferior. Naquela época se plantava pouca mandioca, pois achavam que o solo não era fértil. Mais tarde, ao descobrirem a fertilidade do solo, aumentaram a plantação e iniciaram o plantio de feijão e cana-de-açúcar.

Enologia

A produção de vinho no Brasil está relacionada com a chegada da imigração italiana que trouxe seus hábitos e cultura para várias regiões do país influenciando nossos costumes e divulgando suas tradições fazendo crescer o interesse turístico por algumas cidades localizadas no Rio Grande do Sul devido à sua forte descendência italiana, além de estarem na maior região vinícola do país. Passear pelos vinhedos, participar da colheita da uva, conhecer de perto o preparo do vinho; esse já foi um sonho distante para muita gente. Um roteiro que, até alguns anos, só seria possível na Europa ou no sul do Brasil, está se consolidando no Nordeste, na região baiana do Vale do São Francisco, segundo pólo produtor do vinho nacional.

O Vale do São Francisco abrange uma grande área que se estende por cinco estados brasileiros. A região refere-se a uma parte específica do Vale, o Submédio São Francisco, for-

mado por áreas dos estados da Bahia e de Pernambuco⁸.

A caatinga predomina em quase toda a área. Em razão da pouca chuva o Vale do São Francisco é considerado uma das melhores regiões do mundo para o plantio de uvas. A irrigação com as águas do Rio São Francisco e o clima ímpar fazem do Vale do São Francisco a única região do mundo onde as videiras produzem duas safras e meia por ano⁹.

O pólo vitivinícola do Vale do São Francisco é responsável por 95% da uva de mesa cultivada no Brasil. Nos últimos anos, investimentos maciços em pesquisa e tecnologia têm permitido à região consolidar-se como importante pólo produtor também de vinhos. A região já responde por 15% do vinho fino elaborado no país. Os principais municípios produtores são Santa Maria da Boa Vista e Lagoa Grande, em Pernambuco, e Casa Nova, na Bahia (Anuário Brasileiro da Uva e do Vinho, 2006)¹⁰.

Embora existam registros de cultivo de videiras nos estados da Bahia e Pernambuco, já no século XVI, por ocasião da colonização pelos europeus, o desenvolvimento da viticultura na região do Vale do São Francisco inicia, segundo Falcade (2005), na década de 1960, graças aos projetos governamentais que incentivavam a implantação da agricultura irrigada na região do semi-árido nordestino. O cultivo de uvas para vinificação iniciou-se em 1978, com a chegada de Jorge Garziera, enólogo gaúcho, que se mudou para o Nordeste com o objetivo de implantar um projeto de produção de uvas na Fazenda Milano, onde se criou a Vitivinícola Vale do São Francisco, que produz os vinhos Botticelli¹¹.

“Nós temos um produto turístico de excelente qualidade que é o vinho e a comida dos Lagos do São

Francisco, que se harmonizam perfeitamente. A carne de bode pode ser degustada com o vinho de uva Shiraz e o surubim com o espumante produzido na região. Quem gosta de vinho gosta de uma boa comida!”, explica a presidente da Bahiatursa, Emília Salvador Silva.

Em Petrolina, o consumo de vinho aumentou 400% em dois anos – prova de que, aos poucos, a bebida cria novos hábitos na terra de Lampião e seu bando de cangaceiros. Há exemplos de charme, o restaurante Maria Bonita alia a culinária portuguesa à degustação das boas marcas regionais, sob orientação de *sommeliers*. Mas o novo costume se expressa com mais força no maior e mais popular pólo gastronômico da cidade: o Bodódromo. Atrativo turístico de Petrolina, o local abriga dez restaurantes especializados no preparo de pratos à base do tradicional quadrúpede nordestino. Mais de 6 mil animais são abatidos por mês para abastecer as cozinhas. Podem ser cozidos junto com cabeça e miúdos no preparo da tradicional buchada. E também podem ser assados na brasa e servidos no espeto com feijão-de-corda, farofa e mandioca.

O roteiro no semi-árido é uma opção ao tradicional turismo de sol e mar do Nordeste. “Além de gerar riquezas com a vinda de turistas, é a melhor maneira de divulgar os vinhos da região e atrair novos mercados compradores”, analisa Nivaldo Carvalho, presidente da Associação Integrada de Turismo do Vale do São Francisco. Diante desse potencial, com verba de R\$ 3 milhões foi elaborado um roteiro turístico envolvendo oito municípios da região, como melhorias urbanas, reforma da orla fluvial e das estradas, formatação de atrativos e plano para comercializar o novo produto.

⁸ Disponível em <http://www.pesquisaemtransportes.net.br/turismoemanalise/index.php/turismoemanalise/article/viewFile/72/72>. Acesso em 14 set. 2010.

⁹ Disponível em <http://www.pesquisaemtransportes.net.br/turismoemanalise/index.php/turismoemanalise/article/viewFile/72/72>. Acesso em 14 set. 2010.

¹⁰ Disponível em <http://www.pesquisaemtransportes.net.br/turismoemanalise/index.php/turismoemanalise/article/viewFile/72/72>. Acesso em 14 set. 2010.

¹¹ Disponível em <http://www.pesquisaemtransportes.net.br/turismoemanalise/index.php/turismoemanalise/article/viewFile/72/72>. Acesso em 14 set. 2010.

Como pólo de fruticultura irrigada, responsável por 80% das exportações brasileiras de uva e manga, a cidade de Petrolina e seu entorno despontam como uma ilha de riqueza em meio à Caatinga. O município atrai feiras e eventos técnicos sobre o tema e, durante todo o ano, recebe executivos e outros profissionais que chegam para negociar insumos agrícolas e frutas. Nas últimas décadas, atraídos por esse progresso, empreendedores migraram do Sul e do Sudeste com suas famílias em busca de oportunidades de negócio nesse mercado emergente. O comércio cresceu, universidades foram inauguradas para fixar os jovens na região, elegantes edifícios ocuparam a orla fluvial da cidade – e o turismo tem o poder de fazer esse progresso decolar¹².

O Enoturismo “É um processo lento, mas que terá resultados”, explica Vinícius de Santana, secretário de Desenvolvimento Estratégico, Cultura e Turismo de Petrolina, estimando receber cinco mil turistas por mês para a rota do vinho em pleno sertão. Entre os atrativos, destaca-se a enoteca com auditório e museu sobre a história da bebida, inaugurado em 2009, no município de Lagoa Grande, a 54 quilômetros de Petrolina. O lugar, antes pobre e sem perspectivas, promove feiras sobre uva e vinho e aposta no enoturismo como uma redenção. O distrito de Vermelhos, onde era alto o índice de miséria e violência, ganhou saneamento, asfalto e escola. Desemprego praticamente não existe¹³.

Expectativa confirmada, por um dos dez guias de turismo que recepcionam os visitantes na Vinícola Garziera (Victor Coelho Santos, 20 anos), pioneira no enoturismo regional. Em duas horas de roteiro, o jovem mostra os parreirais, os tanques de fermentação e o setor de engarrafamento e embalagem. Depois, leva os grupos até a sala de degustação, climatizada com o frio da montanha, para provar diferentes vinhos acompanhados por canapés e – não podia deixar de ser – queijos finos de ca-

bra. O Guia de turismo, anteriormente citado, explana um pouco sobre a enologia e ainda incentiva a comercialização: “Nossos vinhos são mais aromáticos e frutados”. Garrafas podem ser adquiridas na loja da vinícola como lembrança de um “milagre”, proporcionado pelo visionário Jorge Garziera, ao levar de Garibaldi (RS) para o semi-árido nordestino as tradições italianas de sua família. Hoje o enoturismo representa 20% do faturamento da empresa, que triplicou nos últimos dois anos. Para 2009, planeja-se investir R\$ 1 milhão para melhorar os serviços, com chalés e até teleférico sobre os parreirais¹⁴.

“Qualquer semelhança com a fria Serra Gaúcha não é mera coincidência. Há dez anos, essa região recebia cinco mil turistas por ano e, agora, são 130 mil. “Se tudo der certo, o São Francisco poderá seguir os mesmos passos”, compara Henrique Benedetti, responsável pela Fazenda Ouro Verde. Adquirida em sociedade com a empresa Lovara/ Miolo no município de Casa Nova, próxima ao lago de Sobradinho, possui uma área de 700 hectares, da qual 150 são de parreirais que se abrem aos turistas, com esquema de visitação e prédio para degustação e vendas de varejo. Inaugura em outubro daquele ano, com investimento de R\$ 1 milhão, a nova atração entrou para a agenda de promoção turística da Empresa de Turismo da Bahia (Bahiatursa). No outro lado do Velho Chico, o governo pernambucano começou a promover o enoturismo dentro do programa “Pernambuco Conhece Pernambuco”, voltado para o turismo regional¹⁵.

A Fazenda Ouro Verde está situada na zona intertropical do planeta, na macro-região geográfica nordeste do Brasil, no estado da Bahia, numa porção intermediária do Rio São Francisco, conhecida como submédio do São Francisco e é uma das novas regiões vitivinícolas brasileiras produtoras de vinhos finos. Caracteriza-se por estar em altitudes ao redor de 350 metros, em áreas com paisagem típica da caatinga do sertão nordestino e com uma viticultura localizada em áreas planas¹⁶.

A Fazenda Ouro Verde é um dos primeiros projetos de vitivinicultura do Vale do São Francisco, idealizado pelo sr. Mamoru Yamamoto. E já existia uma vinícola, com mais de 20 anos, a qual foi totalmente reformada e ampliada para atender a atual demanda. Hoje trabalha com capacidade operacional de um milhão de litros por ano, e prevê para 2012, quatro milhões de litros por ano. Da mesma forma que em outras regiões, também na Fazenda Ouro Verde, os vinhos elaborados no empreendimento estarão associados a Região do Vale do São Francisco, suas ilhas, gastronomia, frutas exóticas. O folclore local, o sol, o calor, as belezas do nordeste brasileiro, que se traduzem em produtos típicos da região¹⁷.

Considerações finais

O binômio sol e mar fez com que o Nordeste brasileiro fosse reconhecido em todo o mundo, assim como os seus valores turísticos e culturais. A gastronomia nordestina, por exemplo, pode representar um papel importante como vetor para o desenvolvimento e crescimento das re-

¹² Disponível em http://revistahost.uol.com.br/publisher/preview.php?edicao=0808&id_mat=1649 Matéria de Sergio Adeodato. Acesso em 26 abr. 2009.

¹³ Disponível em http://revistahost.uol.com.br/publisher/preview.php?edicao=0808&id_mat=1649 acesso em 26 de abril de 2009.

¹⁴ Disponível em http://revistahost.uol.com.br/publisher/preview.php?edicao=0808&id_mat=1649 acesso em 26 de abril de 2009.

¹⁵ Disponível em http://revistahost.uol.com.br/publisher/preview.php?edicao=0808&id_mat=1649 acesso em 26 de abril de 2009.

¹⁶ Disponível em https://miolo.locaweb.com.br/site/PT/content/terroir/vale_do_sao_francisco_regiao.php Acesso em 01 mar. 2009

¹⁷ Disponível em https://miolo.locaweb.com.br/site/PT/content/terroir/vale_do_sao_francisco_regiao.php Acesso em 01 mar. 2009

giões estudadas (Xique-Xique/Barra e Juazeiro/Petrolina). Esse artigo é o resultado de pesquisas e estudos que tiveram como objetivo resgatar e/ou desvendar a identidade cultural daquelas populações levando-se em consideração seus costumes e heranças, e como os problemas socioambientais e econômicos vinham afetando aquelas áreas fazendo com que as famílias perdessem suas raízes. Identificar o que a região oferecia e ainda pode oferecer como meio de sustento daquelas famílias, bem como iguarias peculiares à região e como a inserção de novos hábitos alimentares tinha modificado a sua cultura e conseqüentemente fazendo-os buscar alternativas de sobrevivência.

De acordo com Furtado (2004), as pessoas buscam novos conhecimentos, querem experimentar novos sabores, vivenciar outras culturas e a gastronomia pode ser o motivo principal, ou o inicial, para se conhecer determinado local [...] (TURyDES, 2008)¹⁸.

O que não seria diferente nessas regiões, que precisam de um pouco mais de atenção dos seus governantes, que precisam ser mais “exploradas” pelo potencial que elas têm, mostradas ao mundo, seja pela sua história, pelo artesanato, pela religiosidade, pelo surubim ou pelo bode, pela sua culinária regional.

Enfocando a gastronomia típica que se traduz como a arte de comer bem, e se relaciona com o turismo e com a história de um povo. Sendo assim, a gastronomia nordestina é caracterizada como tropical, colorida, suculenta, diversificada, altamente nutricional e sempre saborosa, considerada como uma das melhores e mais variadas do mundo.

Terra das moquecas de frutos do mar, banhadas no azeite de dendê nativo e temperadas num bom molho de pimenta malagueta; do acarajé e do abará vendidos pelas baianas em pontos determinados pelos orixás; dos folclóricos vatapá e caruru; de culinária que transbor-

dou do sertão para a beira mar, com a carne-do-sol com pirão de leite. O feijão verde com manteiga de garrafa e o bode assado, entre tantos outros; dos doces que tornam qualquer regime absolutamente impraticável, a Bahia moderna, não mais a de Dona Flor, abriga também a culinária de várias regiões do país e do mundo, (BARROCO, 2008 apud SPINOLA, 2006).

A confirmação da fama da gastronomia nordestina pode ser conferida em eventos gastronômicos, a exemplo do “*Nordeste Bahia Gourmet*” 3ª edição, que pela 2ª vez consecutiva (apenas com o nome modificado, antes *Bahia Gourmet*) terá como ingredientes-chave na preparação dos seus pratos, os produtos nordestinos, desafio lançado aos chefes mais renomados no mundo da cozinha globalizada.

Esse trabalho é apenas uma pequena contribuição para o despertar desse tema tão vasto e que pode ser explorado de diversas formas, tendo como sustentação, acima de tudo, a sua história, as suas raízes, mas com o enfoque num futuro melhor para toda a população.

Referências

AZEVEDO, Patrícia Guerra. A Gastronomia como marca identitária da cultura sanfranciscana. **Relatório de pesquisa**. De 15 a 18/11/2008 e de 21 a 25/06/2009 em Xique-Xique/Barra.

BARROCO, Lize Maria Soares Y BARROCO, Helio Estrela. A importância da gastronomia como patrimônio cultural, no turismo baiano in **TURyDES**, v. 1, n. 2 (marzo/março 2008). Disponível em <http://www.eumed.net/rev/turydes/02/sbb.htm> Acesso em 12 jul. 2010.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da alimentação no Brasil**. 3 ed. São Paulo: Global, 2004.

CÓRNER, D. Martin Rodrigues. La gastronomia española como

patrimônio cultural. In.: **Gastronomia y turismo** (Coord. Jose Manoel G. Gandara e Regina G. Scgulüter). Argentina: CIET, 2003.

FAGLIARI, Gabriela Scuta. Turismo e Alimentação no Brasil: Cozinha Brasileira In: **Turismo e alimentação: Análises Introdutórias**. Cap. 5, São Paulo: Rocca, 2005.

ORNELLAS, Lieselotte Hoeschl. **A alimentação através dos tempos**. Florianópolis: UFSC, 2003.

RADEL, Guilherme. **A cozinha sertaneja da Bahia**: as origens, a evolução e as receitas da cozinha sertaneja baiana. Salvador: Embrapa, Faz Cultura, Governo do Estado: 2002.

SENAC. DN. **A história da gastronomia**. Maria Leonor de Macedo Soares Leal. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1998.

SCHLUTER, Regina G. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

SAVARIN, Brillat – **A fisiologia do gosto**; Tradução Paulo Neves. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SOUZA, Amélia Barreto de. **A alimentação no Planalto da Conquista no período de 1930 a 1950**. Vitória da Conquista: Universidade do Sudoeste da Bahia, 1996.

SOUZA, R. C. A.; CALDAS, A. S. **Viaagem ao São Francisco**. Série Expedições - 1. Salvador: Unifacs, 2009.

ZANINI, Talise Valduga e ROCHA, Jefferson Marçal da. O Enoturismo no Brasil: um estudo comparativo entre as regiões vinícolas do Vale dos Vinhedos (RS) e do Vale do São Francisco (BA/PE) In: **Turismo em Análise**. v.. 21, n. 1, abril 2010. <http://www.pesquisaemtransportes.net.br/turismoem-analise/index.php/turismoem-analise/article/viewFile/72/72>. Acesso em 14 set. 2010.