

## Sovando uma autenticidade alimentar: relações genuínas entre o turismo e o patrimônio

*Kneading a food authenticity: genuine relations between tourism  
and heritage*

*Sobando la autenticidad de los alimentos: relaciones genuinas  
entre turismo y patrimonio*

Lucas Martinelli | [lucas-27@hotmail.com](mailto:lucas-27@hotmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-5441-9355>

Universidade Federal de Pelotas (UFPel), Pelotas, RS, Brasil



Recebimento do artigo: 05-março-2021

Aceite: 15-junho-2021

MARTINELLI, L. Sovando uma autenticidade alimentar: relações genuínas entre o turismo e o patrimônio. **Revista Mangút: Conexões Gastronômicas**. ISSN 2763-9029. Rio de Janeiro, v. 1 n. 2, p. 164-171, dez. 2021.

**RESUMO**

Este ensaio teórico busca através de uma apresentação direta e clara elucidar visões que cercam as práticas alimentares tradicionais no século XXI. Através da arguição de temas contemporâneos como materialidade e imaterialidade, patrimônios culturais, turismo gastronômico, certificações de origem e registros, buscamos entender o que faz um alimento poder ser considerado autêntico. Nesse percurso discursivo, são apresentados desdobramentos críticos que tendem a um ideal de exploração sustentável pelo turismo gastronômico, categorização de autenticidades alimentares e valorização do patrimônio alimentar brasileiro.

**Palavras-chaves:** Gastronomia; Autenticidade; Cultura; Patrimônio; Turismo;

**ABSTRACT**

This theoretical essay seeks through a direct and clear presentation to elucidate views that surround traditional eating practices in the twenty first century. Through the discussion of contemporary themes such as materiality and immateriality, cultural heritage, gastronomic tourism, origin certifications and registry, we seek the understanding of what makes a food to be considered authentic. In this discursive path, critical developments are presented, tending to an ideal of sustainable exploration by gastronomic tourism, categorization of food authenticities and the appreciation of Brazilian food heritage.

**Keywords:** Gastronomy; Authenticity; Culture; Heritage; Tourism;

**RESUMEN**

Este ensayo teórico busca a través de una presentación directa y clara dilucidar visiones que rodean las prácticas alimentarias tradicionales en el siglo XXI. A través de la discusión de temas contemporáneos como la materialidad y la inmaterialidad, el patrimonio cultural, el turismo gastronómico, las certificaciones de origen y los registros, buscamos entender qué hace que un alimento sea considerado auténtico. En este recorrido discursivo, se presentan desarrollos críticos que tienden a un ideal de exploración sostenible por parte del turismo gastronómico, categorización de la autenticidad alimentaria y valorización del patrimonio alimentario brasileño.

**Palabras claves:** Gastronomía; Autenticidad; Cultura; Patrimonio; Turismo;

## INTRODUÇÃO

Comer deixou de ser simplesmente um ato nutricional há muito tempo e hoje mais do que nunca representa a busca por princípios que nos caracterize perante o mundo. Nesse movimento de autogestão, em uma conjuntura bombardeada de infinitas opções alimentares, a autenticidade surge como uma pedra angular para definir possíveis diretrizes gastronômicas. Negando um sistema gastro-anômico (aquele sem regras, com desinformação, incompetências e o fim da comensalidade), perpetuado pelo desaparecimento de distinção entre simulacro e original, a discussão sobre uma possível autenticidade alimentar definitiva se volta frequentemente a um embate filosófico sobre a genuinidade de determinadas práticas alimentares, muitas das quais encobertas sob o manto de discursos turísticos. Nesse sentido, no usufruto fetichista do patrimônio, mirado pela indivisibilidade das relações materiais e imateriais, surge a possibilidade de uma desfiguração irreversível das nossas culturas alimentares tradicionais, vítimas da popularização massificada de reproduções vazias de significado. Na multiplicação de dicotomias que abordam visões locais e globais do espaço, se trespasam ideias como a de representatividade, pertencimento, significado, cultura, gosto, relevância e dinamismo. Enfim, existiriam alimentos ou sistemas alimentares que seriam mais autênticos do que outros?

## COMIDA COMO MEMÓRIA, TRADIÇÃO E ESCOLHA.

Partindo de uma visão individualizada da autenticidade, toda e qualquer experiência alimentar vivenciada por um ser humano consciente é autêntica. Presenciamos dada situação de modo particular a cada vez que a fazemos, já que não somos mais os mesmos que éramos no instante passado. Nossa construção pessoal reflete pelo seu processo uma atualização genuína da nossa biografia, tratando da conversão e assimilação daquilo que nos é disponibilizado pela sociedade frente aos princípios individuais desenvolvidos durante a vida (COELHO JUNIOR & BARREIRA, 2018). Essa autenticidade existencial aborda a imaterialidade do ato de comer, demonstrando a possível assimilação de uma mensagem qualquer, transmitida pelo alimento e recebida pelo sujeito. Nesse diálogo, a materialidade cumpre o papel basilar de definir uma existência física real, tangível, apta a desenvolver determinadas características intangíveis que então serão absorvidas pelos indivíduos a sua própria maneira. Conceitos indissociáveis e inerentes aos bens alimentares culturais, impossíveis de serem compreendidos “sem considerar os valores e significados neles investidos (em sua dimensão imaterial), e não sendo possível compreender a dinâmica do patrimônio imaterial sem o conhecimento da cultura material que lhe dá suporte” (SANTILLI, 2015, p.586). Com isso, para alcançarmos uma experiência alimentar autêntica, não bastaria simplesmente ingerir uma refeição genérica em dado momento e local, mas sim ter contato com determinado alimento capaz de transmitir significados particulares àquele contexto, com materialidades e imaterialidades bem definidas e específicas, verificando aspectos de uma experiência genuinamente antropológica (BAHLS, 2019). Em outras palavras, o que faz um alimento ser mais ou menos autêntico, nesta visão, é a cultura – e o tipo de cultura – que ele traz ao prato.

Para este reconhecimento, somente identificamos nossa própria cultura quando entramos em contato com a do outro. Nesse sentido, relacionando as práticas alimentares tradicionais e o “novo” sistema alimentar mundial, fruto do capitalismo e da industrialização, surge a dicotomia “cultura-modismo”. Dentro do modismo encontramos extratos ligados as tradições inventadas (do homem para o homem), a proliferação de alimentos sem memória,

além de cópias e simulacros que por vezes correspondem aos últimos estágios de uma imagem segundo Baudrillard (1994), representando a falta de uma compatibilidade profunda com a realidade ou a falta total de vínculo com qualquer realidade existente. Nesta perspectiva, simbolizam estágios onde o signo se torna uma cópia sem original, afirmando uma representação real que já não existe mais. Em última instância demonstra sinais que refletem outros signos, desconectados de qualquer possível realidade, se vinculando aos consumidores da pós-modernidade através de experiências estritamente artificiais (BAHLS, 2019). Produtos e alimentos que são desenvolvidos, cultivados e comercializados de forma irrestrita em diferentes localidades, se utilizando de moldes semelhantes e receitas prontas, predando de diversas formas as práticas tradicionais alimentares dos espaços em que se inserem. Nessas tendências capitolocenas<sup>1</sup>, exemplificada pelos alimentos industrializados comercializados como “artesanais” ou “tradicionais”, mas que de tradicional efetivamente pouco se têm – a autenticidade gastronômica de dada região somente espelharia esses “produtos e costumes” artificiais, caso sua própria base social incorporasse esses alimentos e práticas a longo prazo.

Na contracorrente deste movimento modista, se visualizam os alimentos frutos de uma tradição genuína, aqueles que segundo Hobsbawn e Ranger em sua obra “A invenção da tradição” (2012) são resultados naturais da dialética “ser humano - meio ambiente” e que apresentam de maneira orgânica relações geracionais e culturais entre os produtores, os consumidores, os alimentos, os saberes e os fazeres. O desenvolvimento de uma autenticidade se apresenta complementarmente pela disponibilidade e/ou escassez ecológica de determinado ingrediente em certo ambiente, visualizado pela boa adaptação ao seu território original, contrastando uma cultura endógena natural à uma exógena sintética (BAHLS, 2019). Nesse sentido, a autenticidade construtiva desses produtos alimentares está diretamente ligada às propriedades simbólicas que estes carregam, assim como a sua aceitação consensual junto ao quadro social em que está inserido. É pelo seu desenvolvimento com a sociedade nativa e seu reconhecimento como bem próprio, que determinado item gastronômico poderá ser visto como autêntico em dado contexto. Nessa direção seria possível vislumbrar bens aptos a uma classificação genuína em nossa sociedade, entretanto, simplificando este processo, algumas estruturas já reconhecidas mundialmente se apresentam.

## ENTRE SELOS E REGISTROS, A SUSTENTABILIDADE!

Muito popular na Europa atualmente, os sistemas de designação geográfica de procedência de produções regionais têm os seus primeiros registros oficiais datando do século XVII na França com o queijo Roquefort (MENDEZ, 2014). Entretanto, somente a partir da década de 1970 ocorre um “boom” de indicações geográficas (IG)<sup>2</sup> nesse continente, resultado

---

<sup>1</sup> O termo capitoloceno (era do capital) é uma derivação do termo antropoceno (era dos seres humanos), e reflete em linhas gerais a forma como o capitalismo organiza a natureza como um todo. Visto como uma ecologia mundial, as organizações humanas (classes, impérios, mercados, etc.) agem na criação de novos ambientes pautados na busca pelo acúmulo de capital, acúmulo de poder e desgaste massivo das questões ambientais (MOORE, 2016).

<sup>2</sup> O conceito de Indicação Geográfica (IG) é antigo e remonta aos primórdios da história da humanidade, onde bens com distinção eram reconhecidos através do nome da região produtora, como por exemplo os famosos méis da Sicília na Grécia antiga e o mármore de Carrara durante o império romano (BERTOZZI, 1995). Dentro dessa historiografia, o primeiro registro a ser legalmente reconhecido e delimitado ocorre em Portugal no ano de 1756 com a demarcação da região do Douro. Apesar disso, a França se torna ao longo dos anos o país com maior tradição em indicações geográficas, onde suas

da implementação de um sistema de qualificação e etiquetagem que visava relacionar o produto e o território aos produtores responsáveis pelo processo, garantindo a identificação, distinção e a valorização comercial desses itens (VALENTE et al. 2012). No Brasil essa tendência é bem mais recente, tendo na lei 9.279 de 14 de maio de 1996 o primeiro marco regulamentador das IGS no país e, em 2002, o primeiro registro brasileiro oficialmente reconhecido – a saber a indicação de procedência vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul. Aqui, assim como na Europa, existem diferentes níveis de classificação dentro das indicações geográficas, como por exemplo a denominação de origem (DO) e a indicação de procedência (IP). Pela primeira se considera aqueles produtos cujas características se dão exclusivamente ou essencialmente pelo meio geográfico (fatores naturais e/ou humanos), enquanto a segunda se filia unicamente ao nome geográfico da localidade territorial onde se tenha tornado conhecido centro de extração, produção, fabricação ou prestação de determinado serviço (VALENTE et al, 2012; ANJOS & CALDAS, 2020).

Diferentemente dos registros antes mencionados, realizados e geridos pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), temos no Brasil uma política de salvaguarda que abarca em seus domínios os bens alimentares sob uma ótica menos mercadológica e mais sobre o reconhecimento cultural. Sob as asas do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), segundo o decreto nº 3.551 de 4 de agosto de 2000, o registro de bens culturais de natureza imaterial trata da preservação, reconhecimento, e valorização do patrimônio intangível brasileiro e se aplica aos itens com uma continuidade histórica e relevância nacional para a memória, a identidade e a formação da sociedade brasileira (BRASIL, 2000). Em especial para a gastronomia, aqueles bens que encenam sobre saberes, práticas, técnicas, conhecimentos e representações; buscando destacar produtos que apresentam particularidades vinculadas a lugares originários e autênticos, abarcando características organolépticas singulares, além das práticas e estruturas locais desenvolvidas especialmente para sustentar esses itens. Engloba-se conhecimentos pontuais, modos de viver e sobreviver, relações geracionais, memórias, histórias e aspectos que afluam na manutenção de tradições genuínas e características dessas sociedades (SANTILLI, 2015). Ações importantes no reconhecimento e valorização dos autênticos sistemas alimentares tradicionais brasileiros, mas que também estão suscetíveis a discursos que convertam esses patrimônios nacionais em mercadorias culturais de massa.

Diagnóstico da nossa contemporaneidade, a inflação patrimonial vivenciada nas últimas décadas reflete um movimento de substituição da função dinâmica construtiva do patrimônio à uma defensiva. Frente aos sistemas e transformações indomáveis da atualidade, emerge-se a necessidade de uma autoimagem carregada de representação, forte e consistente, que consiga fornecer solidez e autoridade na busca por apaziguar determinadas angústias e incertezas intrínsecas ao nosso ser social (CHOAY, 2006). Nesse sentido, a popularização do turismo cultural e gastronômico, vinculados aos usos e discursos dos bens patrimonializados, catalisa o processo de conversão das identidades e de suas especificidades em mercadorias, vendidas irrestritamente como sinônimos de distinção, glamorização e lazer. Nessa mercantilização de experiências “autênticas”, se põe a mesa ao turista tanto realidades como representações, moldadas por uma estética consumista onde o principal objetivo é

---

apelações de origem adquirem expressiva importância sociológica, cultural e econômica, sendo consideradas patrimônio nacional (VALENTE et al, 2012). Atualmente, o marco europeu que trata sobre os regimes de qualidade define três níveis basilares para as indicações: a *Indicaciones Geográficas Protegidas*, as *Denominaciones Geográficas Protegidas* e as *Especialidades Tradicionales Garantidas* (ANJOS & CALDAS, 2020).

contemplar a satisfação do visitante, oras marginalizando o visitado. Através dessas relações inorgânicas e encenadas surgem alimentos e vivências deturpadas, mas que são comercializadas como genuínas; retalhos atrativos a grande massa turística que respaldada em sua própria autenticidade existencial, usufrui incondicionalmente desses bens a um ponto de esmagamento gradual das identidades locais (POULOT, 2009; KOOLHAS, 1995; BAHLS, 2019).

Não pretendemos aqui uma demonização das práticas turísticas culturais e gastronômicas, uma vez que além de desempenharem importante papel para a economia nacional, são para diversas famílias a principal ou única fonte de renda para viver e sobreviver. Cabe a nós, porém, sermos críticos na identificação de processos que possam danificar os princípios basilares das nossas tradições e hábitos alimentares. Dean Maccannell em seu texto *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings* (1972) fala sobre a existência de espaços destinados aos turistas em diferentes estágios, capazes de aferir uma experiência mais ou menos autêntica da realidade vivenciada. Entretanto, na perspectiva do consumo convencional e massificado, popularizado pelo caráter hedonista humano da pós-modernidade, o turista se apresenta de forma passiva, aguardando um fluxo de experiências e aventuras em seu sentido. As práticas tradicionais do turismo, portanto, seriam as responsáveis por fornecer essas provas aos visitantes, tratando de “encenar cultura” na busca de atender suas expectativas e desejos ao invés de lhes apresentar relatos genuínos da tradição local (BAHLS, 2019; MACCANNEL, 1973).

Vende-se o que é mais atrativo, aquilo que cativa de forma otimizada a atenção dos consumidores, seja pelos aspectos visuais e históricos ou pela exaltação de valores que sequer podem estar ali. Nesse crescente movimento consumista de gastronomia e cultura, a venda de experiências formatadas ao atual modelo capitalista pode de forma injustificável comercializar práticas artificiais, que por uma massificada popularização, passa a sufocar as culturas genuínas e ancestrais nas localidades visitadas. Desta maneira, a cristalização dessas experiências autênticas e tradicionais como processo defensivo, se torna antídoto e veneno contra a realidade vivida. De um lado busca a manutenção de características singulares desenvolvidas durante décadas, transmitidas por gerações e de importância indescritível; de outro nega o devir, as constantes mudanças que passam todas as coisas, caráter básico na formação das identidades, tradições e manifestações culturais, mas que se apresenta para esta geração com uma proposta de desfiguração irreversível e irremediável (CRUZ, 2012).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A autenticidade gastronômica é sem dúvidas um assunto apto a diferentes leituras e debates, envolto por conceitos diversos e esferas que ainda estão se desenvolvendo. Vigiado pela perspectiva individual do sujeito, o alimento sem referência é capaz de transmitir qualquer mensagem, sendo ouvida e apropriada a dada maneira. Frutos de um sistema econômico em vigor e modismos que se atualizam semanalmente, esses alimentos se distanciam da autenticidade fornecida pela relação orgânica com o espaço, onde por propriedades materiais palpáveis, se afloram ideais e características intangíveis. Responsáveis pela sua identificação, seleção e salvaguarda, as políticas institucionais de valorização dos bens culturais alimentares transitam por um espaço complexo na tentativa de conciliar interesses genuínos de preservação e de arrecadação de capital. Nesse fetiche patrimonial, nos encontramos à busca por princípios que consigam harmonizar um desenvolvimento sustentável das práticas

turísticas gastronômicas e culturais; possibilitando tanto a apreensão de significados verdadeiros pelos visitantes quanto o respeito, apreço e valores justos pelos visitados.

Assim, como forma de viabilizar esses contextos e a sustentabilidade da cadeia socio-comercial existente, a valorização de práticas turísticas que respeitem as relações orgânicas locais é essencial. Nesse sentido, uma perspectiva com grande potencial conciliador é o turismo solidário ou de base comunitária. Este que, centrado em recursos endógenos, tem como princípios a autogestão, o associativismo e o cooperativismo, a democratização de oportunidades e benefícios, a valorização cultural local e o protagonismo das comunidades (FABRINO et al, 2016); e encontra no caso do Quilombo do Campinho da Independência, em Paraty (RJ), um exemplo a ser seguido.

Nas confluências de pensamentos, não busco através deste discorrimento esgotar os temas debatidos e muito menos propagar verdades absolutas. Tento por poucas palavras provocar os lúcidos e despertar os dormentes para nossa intensa realidade alimentar, onde temas como contemporaneidade e dinamismo devem sempre estar em nossa mente. Vivemos um momento de escolha e definição de valores, onde fagocitar tendências neocoloniais e práticas predatórias de forma irresponsável, em detrimento à nossa própria cultura, já não deveria ser aceito. Mutar nossas estruturas não necessariamente é ruim, parte do futuro está no novo e ele sempre caminha até nós, porém nesse movimento transicional se mostra necessário muito discernimento e responsabilidade em nossas escolhas.

## REFERÊNCIAS

ANJOS, F, A; CALDAS, N, V. ¿Qué vale más, el instrumento o la melodía? Notas críticas sobre dispositivos de valorización de la calidad agroalimentaria. **Revista Confluências Culturais**. V. 9, n. 2, pp. 175- 188, 2020.

BAHLS, A. A. D. S. M. **Modelo para validação da autenticidade de preparações culinárias tradicionais no contexto da experiência turística gastronômica**. Tese (Doutorado em Turismo & Hotelaria) – Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2019, 335p.

BAUDRILLARD, J. **Simulacra and simulation**. Tradução de Sheila Faria Glaser. Michigan, 1995. Disponível em <https://www.pdfdrive.com/simulacra-and-simulation-e185728320.html>. Acesso em fevereiro de 2021.

BERTOZZI, L. Designations of origin: quality and specification. **Food Quality and Preferences**, v.6, p.143-147, 1995.

BRASIL. Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000. **Institui o registro de bens culturais imateriais brasileiros e cria o programa nacional do patrimônio cultural**. Brasília. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/d3551.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3551.htm) . Acesso em maio de 2021.

CHOAY, F. **A alegoria do patrimônio**. Editora Estação Liberdade, Fundação Editora da UNESP. São Paulo: 3.ed. 2006, 288p.

COELHO JUNIOR, A. G; BARREIRA, C. R. A. Formação da personalidade autêntica e corporeidade à luz de Edith Stein. **Psicol. USP**, São Paulo, v. 29, n. 3, p. 345-353, 2018.

CRUZ, R. C. A. "Patrimonialização do patrimônio": Ensaio sobre a relação entre turismo, "patrimônio cultural" e produção do espaço. **GEOUSP – Espaço e tempo**, São Paulo, n. 31, pp. 95-104, 2012.

FABRINO, N. H; NASCIMENTO, E. P; COSTA, H. A. Turismo de Base Comunitária: uma reflexão sobre seus conceitos e práticas. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, pp. 172-190, dez. 2016.

KOOLHAAS, R. A cidade genérica. In: KOOLHAAS, R. **Três textos sobre a cidade**. Barcelona: Editora Gustavo Gili, 2010.

MACCANNELL, D. Staged Authenticity: Arrangement of social space in tourist settings. **American Journal of Sociology**, v. 79, n. 3, pp 589-603, 1979.

MENDES, B. C; QUINZANI, S. S. P; MAQUES, A. Processo de denominação de origem: vantagem ou desvantagem? **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. XI, n. 1, p. 90-106, jun. 2014.

MOORE, J. W. **Antropocene or Capitolocene? Nature, History, and the Crisis of Capitalism**. Sociology Faculty Scholarship, 2016.

POULOT, D. **Uma história do patrimônio no Ocidente, séculos XVIII-XXI. Do monumento aos valores**. Editora Estação Liberdade, São Paulo: 1.ed. 2009, 239p.

SANTILI, J. O reconhecimento de comidas, saberes e práticas alimentares como patrimônio cultural imaterial. **Demetra: Alimentação, nutrição & saúde**; v. 10, n. 3, pp. 585-606, 2015. DOI: 10.12957/demetra.2015.16054.

VALENTE, M, E, R; PEREZ, R; RAMOS, A, M; CHAVES, J, B, P. Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. **Ciência Rural**, Santa Maria, v. 42, n. 3, pp. 551-558, mar, 2012