

LA GASTRONOMÍA TÍPICA DE LA ISLA DE SANTA CATARINA - BRASIL

Su identidad como atractivo para el turismo cultural

Roselys I. Correa dos Santos*
Bianca Oliveira Antonini**
Universidad del Valle de
Itajaí - Brasil

Resumen: Este artículo pretende demostrar que después de 250 años ya no se puede seguir utilizando la terminología gastronomía açoriana como un elemento de diferenciación en el marketing turístico, cultural y gastronómico de la capital del Estado de Santa Catarina. El objetivo fue identificar la gastronomía típica de las etnias que conforman la población de la isla.

PALABRAS CLAVE: gastronomía, Isla de Santa Catarina, turismo, cultura.

Abstract: The Typical Gastronomy of the Santa Catarina Island, Brazil. It's Identity as a Cultural Tourism Attraction. This paper sets out to show that after 250 years it is no longer possible to use the term Azorean gastronomy as an element of differentiation in the tourist cultural and gastronomic marketing of the Santa Catarina State. The objective is to identify the typical gastronomy of the ethnic groups that constitute the island's population.

KEY WORDS: gastronomy, Island of Santa Catarina, tourism, culture.

INTRODUCCIÓN

Si bien no se desmerece la terminología *gastronomía açoriana* para referirse a la cocina de la isla de Santa Catarina, Brasil, este artículo intenta demostrar que antes de la colonización ya existía una gastronomía autóctona basada en los productos de la isla.

Florianópolis es la capital del Estado de Santa Catarina y está localizada en la región Sur, siendo uno de los principales destinos turísticos de Brasil y se la considera un centro turístico y recreativo de verano. Tiene aproximadamente 300.000 habitantes, 451 km² de declives verdes, lagunas y más de 100 playas. Un mundo de contrastes, donde la agitación de la vida moderna convive con la placidez de las poblaciones del interior. El municipio de Florianópolis está compuesto por dos zonas, una localizada en el área continental, conocida como Continente o *Estreito*; y la otra, insular, en la isla de Santa Catarina (Silva 2000).

Actualmente, la gastronomía típica de la isla de Santa Catarina es aprovechada turísticamente. En los menús se la llama popularmente gastronomía açoriana, en

* Doctora en Historia en la Universidad de São Paulo. Actualmente se desempeña como profesora de la Maestría en Turismo y Hotelería del Centro de Educación Superior II de la UNIVALI. E-mail: roselys@floripa.com.br.

** Magister en Turismo y Hotelería y se desempeña como profesora del Centro de Educación Superior II y VII de la UNIVALI. E-mail: biancaantonini @ terra.com.br

contraposición al proceso histórico de la colonización açoriana. La búsqueda de identidad de la verdadera gastronomía típica de la isla como producto del turismo cultural y gastronómico, es capaz de generar recetas y causar impactos positivos ya sean económicos, como sociales y culturales.

La gastronomía típica es aprovechada en Florianópolis como un elemento diferenciador para el turismo cultural. A través de la historia de la población autóctona y de la colonización açoriana- al igual que del desarrollo sociocultural- se identificó la gastronomía simbólica de la ciudad y la cultura que la determina como gastronomía açoriana. Asimismo, a través de un análisis interpretativo y coherente de la historia, se determinaron los cambios estructurales y la herencia cultural legada por los habitantes de la isla.

En el ámbito del turismo y de los servicios de alimentación, entender como funcionan las necesidades de los clientes puede ser una ventaja competitiva. Muchas personas van tras la búsqueda de placer a través de la comida y el viaje. La gastronomía, por lo tanto, es un importante producto turístico que se comporta como un vehículo de la cultura popular que posibilita observar la forma como viven los habitantes de cada región.

Numerosas ciudades y regiones aprovechan sus raíces, tradiciones y expresiones culturales reflejadas en la gastronomía, ofreciendo un producto diferenciado, a veces como simple souvenir. Esa posibilidad permite la creación de rutas gastronómicas, el aprovechamiento de los recursos locales, la interacción y el aumento de la percepción del turista con relación a una localidad o región (Barretto 2000).

METODOLOGÍA

La cocina se presenta como una forma de aumentar la oferta turística, ya sea como producto principal o como valor agregado al turismo cultural considerado como rescate del saber de un pueblo. Es preciso coordinar el crecimiento de la actividad turística con el aprovechamiento racional de la naturaleza unida al patrimonio histórico y cultural de la comunidad. Este análisis fue posible a partir de una investigación en el lugar debido a que la bibliografía sobre el tema es escasa.

El estudio se desarrolló dentro de una perspectiva histórica. En virtud del aspecto multidisciplinar del turismo, se utilizó la historia para comprender *la trama* (Paul Veyne 1998) del proceso de colonización y desarrollo cultural de la isla de Santa Catarina. También se hizo una aproximación desde otras ciencias respetando las características del turismo.

La investigación fue de tipo cualitativo ya que se analizó el simbolismo de la gastronomía típica en el contexto del turismo cultural. La dinámica cualitativa se constituye de fenómenos

cualitativos, formas simbólicas y comunicativas. Se buscó rescatar el universo de significados, creencias y valores, así como actitudes, imposibles de ser descriptos e interpretados con datos cuantitativos.

La bibliografía y los documentos se utilizaron como base para realizar el estudio de campo, dándole prioridad a la historia oral ya que la mayor parte de los valores patrimoniales no están documentados. Para Moss (1974), a través de la historia oral es posible llenar las lagunas dejadas por los documentos formales y, simultáneamente, preservar saberes que se perderían, si no fuera por la voz del ciudadano común, el real protagonista de la historia humana. El universo de los entrevistados para esta muestra estuvo compuesto por nativos de la isla con más de 40 años y representantes de los restaurantes registrados en las asociaciones turísticas. El objetivo de las preguntas tendía a identificar las tradiciones gastronómicas desarrolladas junto a los turistas.

A través de la investigación etnográfica, con el apoyo teórico de la antropología, se realizó la recolección y el análisis de los datos. Hasta hace poco tiempo atrás la etnografía era utilizada exclusivamente por los antropólogos, quienes obtenían a través de la convivencia con los individuos investigados el significado de sus acciones y procedimientos.

Hoy en día no es necesario ser antropólogo para realizar estudios etnográficos. En estos casos, el investigador debe realizar la observación directa del fenómeno investigado. Para Laville y Dionne (1999) en la investigación antropológica es importante reunir la mayor cantidad de datos posible, y como el investigador no puede ver todo, oír todo ni prestar atención a todo, es de suma utilidad una guía, una baliza, papel habitualmente ejercido por la pregunta y la hipótesis.

El análisis del proceso histórico, de la historia oral y del desarrollo de la actividad turística en la isla de Santa Catarina y su escenario cultural, así como el planeamiento turístico y las formas de valoración y preservación del patrimonio histórico cultural, permiten reflexionar sobre la identidad simbólica de la gastronomía típica en la isla como producto turístico diferenciado y capaz de rescatar el arte, las costumbres y la cultura de un pueblo.

LA CULTURA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO

El turismo es considerado una actividad económica de importancia global, que abarca elementos económicos, sociales, culturales y ambientales. Es uno de los fenómenos más importantes de los últimos tiempos, pues propicia el contacto entre diferentes culturas, la experiencia de diferentes situaciones, el paso por diferentes ambientes, y la observación de diferentes paisajes. Esto posibilita la globalización de la cultura. La proliferación de modelos

culturales y patrones de comportamiento uniformes en todo el mundo, acaba por reforzar en los pueblos la necesidad de diferenciarse.

La cultura posee relaciones directas con el mercado y la economía. Es importante destacar que el mercado cultural está directamente asociado con el mercado del turismo, y éste es uno de los que mayor crecimiento tiene en el ámbito mundial. El turismo se ha transformado en uno de los sectores industriales más importantes ya que las personas transitan por el mundo fácilmente gracias a que los medios de transporte son más rápidos, eficientes, y baratos. Ansiosas por conocer nuevas culturas y atraídas por el placer o la diversión, millones de personas se desplazan de un lugar a otro (Barretto 2000).

Los atractivos naturales y artificiales, así como los bienes y servicios son capaces de promover la visita a un destino turístico. Para Lage y Milone (1991) la oferta, constituida por elementos naturales y artificiales, se clasifica en tres categorías: atractivos turísticos (subdividida en: recursos naturales; recursos histórico culturales; realizaciones técnico científicas; y acontecimientos programados); equipamiento y servicios; e infraestructura de apoyo. Beni (1998) concibe la oferta turística como *el conjunto de los recursos naturales y culturales que constituyen la materia prima de la actividad turística* porque, en realidad, son esos recursos los que provocan la afluencia de turistas.

En esta correlación entre turismo y cultura es necesario planificar al turismo cultural, ya que abarca todos los aspectos de un viaje en el cual el turista conoce la vida y el pensamiento de la comunidad receptora. El turismo se presenta como una herramienta importante para promover las relaciones culturales y la cooperación internacional. Por otro lado, estimular los factores culturales dentro de una localidad es una forma de fomentar recursos para atraer visitantes. El turismo puede ser estimulado no sólo como un medio de conocimiento, sino también como una forma de transmitir una imagen favorable al visitante. La industria de viajes y turismo incluye transporte de pasajeros, hoteles, moteles y otras formas de hospedaje; restaurantes, cafés y afines; servicios de recreación, placer y cultura. Mientras que los canales por los cuales una localidad turística se presenta son los factores culturales: artesanos, folclore, gastronomía típica, arquitectura histórica, arquitectura típica, etc. (Ignarra 2001).

La idea de turismo cultural está ligada al patrimonio y a las civilizaciones antiguas. La explotación de este potencial ha llevado a lo que hoy se denomina turismo de masas. La intención es demostrar que el turismo cultural puede y debe volver a los pequeños espacios, donde son preservados los valores ancestrales que son un importante referente para la comunidad (Santos 2000).

Las preocupaciones respecto de la cultura se centran en la comprensión de las sociedades modernas e industriales, ya que las sociedades anteriores fueron desapareciendo o perdiendo

sus características originales debido al contacto con otros grupos culturales. Por este motivo el objetivo de este trabajo es rescatar los hábitos alimenticios de los nativos de la isla de Santa Catarina. La prioridad es revalorizar la gastronomía para el desarrollo de la comunidad y del turismo.

El turismo se fundamenta en la búsqueda de atractivos naturales y culturales. Sin embargo, para el turismo cultural la principal atracción no es la naturaleza, sino la cultura humana, ya sea la historia, lo cotidiano, las artesanías, la comida típica o cualquier otro aspecto de la cultura.

La cultura debe ser entendida como todo aquello que caracteriza a la población humana. No se puede analizar la cultura de forma fragmentada, con todos los aspectos de una realidad social distinta, refiriéndose a las fiestas, ceremonias tradicionales, leyendas, creencias, modos de vestir, comidas, idioma (Santos 1994:23).

Por lo tanto, para que exista cultura es necesario que se cuente con un ambiente determinado e influenciado por las relaciones entre el hombre y el medio ambiente. Los resultados de estas relaciones forman una especie de ecosistema cultural. Los factores que originan la cultura de un pueblo dependen de su posición geográfica, su lugar en la historia, las características de la época, el encuentro con otras culturas y las organizaciones culturales previamente existentes.

Para Laraia (1996:46) *el hombre es el resultado del medio cultural en el cual se socializó*. En función de esto, los grupos que conforman la sociedad adquieren nuevos conceptos y conocimientos, mejorando su calidad de vida. A medida que el hombre va evolucionando, su cultura se modifica en medio de los cambios tecnológicos capaces de modificar hábitos y capacitar al hombre para ser creativo, integrado y crítico.

Desde esta perspectiva es posible afirmar que la difusión y la comprensión de la relación que se establece entre los hombres y la realidad creada por ellos contribuye a la aceptación del otro, de lo diferente, de aquello que tanto incomoda cuanto más distante y desconocido es. Conocer la realidad cultural es buscar el origen de los procedimientos para entenderlos y situarlos dentro de un contexto de identidad (Santos 2000).

La memoria es un elemento esencial de la identidad. Es innegable que la identidad propia de los pueblos contribuye a la formación de consciencia en la ciudadanía. Según Santos (2001:111) el patrimonio cultural de una comunidad no está representado sólo por los bienes materiales. Todo lo que tiene un valor significativo, que es susceptible de ser adquirido y transmitido, forma el conjunto de bienes culturales que deben ser preservados. La identidad cultural es un hecho cultural y político que propone la consciencia de soberanía y de autodeterminación. El turismo cultural al valorizar las culturas locales, principalmente por su

singularidad, está estimulando la recuperación y la revitalización del patrimonio material. Además puede generar rendimientos económicos en las pequeñas y medianas ciudades, si éstas tuviesen un proyecto de revalorización y aprovechamiento del potencial.

El turismo cultural se relaciona con la vida cotidiana del destino turístico que se desea conocer. Muchos lugares se especializan en la recepción de visitantes y producen las manifestaciones culturales exclusivamente para ellos. Como el turismo es la principal actividad económica de esas localidades, lo cotidiano se muestra artificialmente. El turismo cultural debe procurar revalorizar lo cotidiano y no sólo producir o inventar una manifestación cultural para mostrarle al turista. La utilización de la cultura con fines turísticos debe hacerse con mucha cautela para que no se produzca un proceso de aculturación o desfiguración cultural (Ignarra 2001:119).

El turista, como cualquier otra persona, ejerce la función de agente aculturador y es sensible a culturas diferentes a las propias. De esta manera, por el propio deseo o la necesidad de participar de ambientes y sociedades diferentes, se dispone a interferir e integrarse en un proceso cultural, como elemento nativo y pasivo de influencia.

Las críticas de la antropología sobre la adaptación de la historia al gusto de los turistas son procedentes, al igual que las realizadas sobre la banalización de los rituales y las costumbres. Quien elabora un plan turístico debe considerar la intervención consciente y profesional para que el patrimonio, las tradiciones y todo el legado cultural puedan ser transformados seria y conscientemente en un producto turístico de calidad, para ser usufructuado también por la comunidad local, sin que la población se sienta invadida (Barretto 2000:75). La cultura es considerada un instrumento que las comunidades receptoras deben proteger para defenderse de los impactos negativos del turismo. Esto significa que deben conocerse a sí mismas desde sus orígenes más remotos.

La historia de la comunidad local es un atractivo, principalmente cuando esa historia posee relación con la historia de la ciudad de origen del visitante. El deseo de conocer los modos de vida de otros pueblos no siempre va acompañado del debido respeto por los visitantes. En la medida en que una comunidad es visitada es probable que modifique su modo de vida. Los aspectos culturales son un fuerte atractivo para el turismo, y su uso turístico debe intentar reducir el impacto no deseado.

La explotación turística de los aspectos culturales de la isla de Santa Catarina debe ser cautelosa para evitar el proceso de aculturación. Una forma es considerar sus aspectos culturales para fomentar recursos para atraer visitantes. El legado cultural constituye un atractivo turístico, proporciona inversiones en la ciudad, fomenta la preservación del patrimonio cultural, valoriza la infraestructura y proporciona oportunidades de empleo. En este sentido, el

turismo cultural se presenta como un elemento importante para promover las relaciones culturales entre la influencia açoriana y la indígena, resaltando la alimentación, objeto de estudio de este artículo. Trabajar la tradición como atractivo ayuda a recuperar la memoria y la identidad de la isla. El proceso de interacción y valoración de la sociedad nativa que produce el turismo cultural como fenómeno social, ofrece a los visitantes placer, entretenimiento y aspectos culturales.

El turismo cultural debe valorizar el potencial de la ciudad que promueve, ya que se presenta como un cuadro natural, exuberante y diversificado, ofreciendo a los turistas varias opciones de entretenimiento. Forma, entonces, un mosaico cultural, de ricas tradiciones provenientes de diversas partes del mundo.

Las características geográficas de Florianópolis la hicieron conocida como la capital turística de los catarinenses incrementándose su flujo turístico a partir de las décadas de 1970 y 1980. La identidad gastronómica de la isla puede ser considerada como un fuerte atractivo turístico; y el turismo, como lo comprueban las investigaciones del área, un gran generador de empleo e ingresos. Actualmente la actividad turística es un interesante potencial para el desarrollo sociocultural. Nada más oportuno que ofrecer al turista una cocina diferente, la posibilidad de conocer nuevos hábitos alimentarios en vez de limitarse a los sabores ya conocidos. Bajo esta perspectiva se emplea el término turismo cultural gastronómico, viéndolo como una oportunidad para que el turista se contacte con sabores y paladares diferentes a los de su grupo social.

Flandrin y Montanari (1998) afirman que si la referencia a las especialidades culinarias es colocada en el mismo plano que los eventos históricos gloriosos del lugar, o que el paisaje natural, es porque el discurso sobre las cocinas regionales adquirió una considerable amplitud.

La alimentación tiene fundamental importancia para el turismo y, si bien pertenecen a áreas distintas del conocimiento, poseen una estrecha relación. Según Filho (1996), Las empresas encuadran a la alimentación dentro de un concepto social, pues deben atender las necesidades de los clientes. Siendo responsables de la calidad de vida de los clientes a los cuales alimentan.

La asociación entre alimentación y turismo abarca desde la producción de alimentos, los servicios de alimentación en las localidades turísticas, el área de alimentos y bebidas de los hoteles, hasta los refrigerios servidos en los transportes de turistas.

ALIMENTACIÓN Y DIVERSIDAD CULTURAL

La alimentación es una condición esencial para el mantenimiento de la existencia humana. Es un acto histórico y social cotidiano, necesario para mantener la vida. Comer / nutrición, como parte integrante de la totalidad del proceso social, sufren la mediación cultural e ideológica inherente a cada modo de producción y a cada coyuntura específica de este modo de producción (Vasconcelos 2000).

La cultura de la alimentación considera algunos aspectos de la comida que van más allá del simple aporte de nutrientes, ya que el acto de alimentarse está influido por la construcción de la identidad simbólica de los alimentos. La alimentación no sólo contempla la satisfacción de una necesidad fisiológica, idéntica en todos los hombres, sino también la diversidad de culturas y todo aquello que contribuya a modelar la identidad de cada pueblo.

La alimentación siempre estuvo presente como requisito básico para la promoción y protección de la salud, posibilitando el crecimiento y desarrollo humano, y garantizando la calidad de vida. Los hábitos alimentarios caracterizan determinadas clases sociales, bandas etáreas, razas, religiones y grupos sociales. Además, según Gouveia (1999) están influenciados por diferentes factores:

- *Culturales*: los hábitos alimentarios constituyen un aspecto importante de la forma de vida de un pueblo. La cultura es transmitida de generación en generación por medio de las instituciones como la familia, la escuela y la iglesia.

- *Económicos*: Los costos y la disponibilidad de los alimentos representan un impacto para muchas familias.

- *Sociales*: la organización de la sociedad, con sus múltiples estructuras y sistemas de valores que las acompañan, desempeñan un papel importante en la aceptación de los modelos alimentarios.

- *Psicológicos*: los hábitos alimentarios constituyen parte importante en el comportamiento humano. El individuo motivado tiene la capacidad de cambiar el comportamiento y el conocimiento, cuando selecciona los alimentos.

- *Prejuicios, creencias y tabúes*: por más adelantada que sea la cultura o civilización del individuo, siempre hay un lugar en su mundo en donde se esconde la superstición, y en el ámbito de la comida se acentúa aún más. Esas supersticiones son difíciles de combatir en los adultos, pues ya están enraizadas en su cultura; y son las responsables de los hábitos alimentarios erróneos.

Los antropólogos señalan que los grupos culturales difieren profundamente unos de otros en sus creencias y prácticas relacionadas con los alimentos. Los alimentos consumidos por una sociedad pueden ser rigurosamente prohibidos en otra. Asimismo hay variaciones en la manera en que cada cultura cultiva, cosecha, prepara, sirve e ingiere sus alimentos. Cada cultura posee un conjunto de reglas implícitas que determinan quien prepara y sirve el alimento para quien; qué individuos o grupos comen reunidos; dónde y en qué ocasiones se come; el orden en que se sirven los platos; y la forma en que comen los individuos. Todas estas etapas de la ingestión del alimento son registradas rigurosamente por la cultura, y forman parte del modo de vivir de una comunidad (Helman 1994).

La cultura es una manifestación espontánea, adquirida y asumida como modo de vida por un individuo o grupo. El hombre se alimenta de acuerdo a su contexto social. Su cultura define lo comestible y lo prohibido permitiendo que los grupos se distingan entre sí.. La necesidad de alimentarse no forma parte de la cultura, pero la elección de comer una sopa o una pizza es cultural.

En todas las culturas y civilizaciones el acto de comer trasciende la necesidad de supervivencia. Es un acto simbólico y cultural, representa un estilo de vida, motiva las relaciones familiares y sociales, enriquece el proceso de construcción del conocimiento; además de ser una de las mayores delicias de la existencia, tal vez sólo superada por el sexo o la amistad (Trigo 2000).

La alimentación de hoy es diferente de la de los grupos humanos que vivían en contacto con la naturaleza y se alimentaban de lo que ella les ofrecía: la caza y la recolección de frutas, hierbas, hojas, y raíces (Mezomo 1994).

Presente en lo cotidiano, como el elemento básico para la preservación y el mantenimiento de la salud, la alimentación es un elemento primordial para dar placer, ya que el acto de alimentarse es extremadamente agradable y reconfortante. Para Savarin (1995) el placer de la mesa es una sensación que abarca el hecho de comer, el lugar, las cosas y las personas presentes en la comida. Es una característica de la especie humana que supone los cuidados para preparar la comida, para escoger el lugar y reunir los comensales.

La composición química de los alimentos no es capaz de producir las bondades que produce alimentarse; por eso es necesario que los alimentos sean atractivos y generen expectativas para experimentar comidas diferentes. La preparación de la comida, más que una ciencia reconocida en la gastronomía, es el reflejo de la cultura de un pueblo. El alimento no debe sólo satisfacer el hambre; también es placer, nutrición y ciencia; y la gastronomía es arte.

La alimentación, traducida a gastronomía por su aspecto artístico, traslada cultura sin salir de lo cotidiano. La gastronomía es importante, porque crea y define fórmulas que al mismo tiempo estimulan los sentidos y contemplan las recomendaciones dietéticas de la Organización Mundial de la Salud. El arte culinario modifica los alimentos, los vuelve más apetitosos y de más fácil digestión. Asimismo, para hacerlos más atractivos utiliza recursos como, cortes variados, formas de cocción, diferentes guarniciones, combinación de colores y sabores, etc. Cada alimento posee características organolépticas propias en relación con estos parámetros: color, aroma, temperatura, consistencia, estado físico. Estos factores en forma aislada o conjuntamente exaltan las características sensoriales y gastronómicas. Los aspectos gastronómicos también son propiedades nutricionales (Ornellas 1988).

La alimentación es diversificada y creativa; debido a la variedad de nuevos productos y condimentos en el mercado, el fácil acceso a los ingredientes y las innovaciones tecnológicas el consumidor es cada día más exigente y lleva al constante desarrollo del arte gastronómico. Para Ornellas (1988) los condimentos son sustancias usadas para intensificar el sabor natural de los alimentos o para imprimirles un nuevo sabor. A pesar de que gran parte de ellos son originarios de las regiones tropicales de Oriente, Europa y América, la mayoría de las veces reflejan hábitos regionales. Debido a su fuerte sabor son usados en mínimas concentraciones, sólo para completar sabores.

Actualmente, los alimentos son producidos y transformados según técnicas modernas que a veces alteran totalmente el valor de los alimentos. La moderna evolución de los métodos de producción presenta sus ventajas. Los procesos técnicos permiten, en cualquier época del año, una alimentación más variada y abundante (Mezomo 1994). Apropiarse del conocimiento científico significa no sólo formarse en el arte del buen preparado de alimentos, sino reconocer que el estudio de los alimentos es más que una ciencia. Es reconocer que la gastronomía es el reflejo de la cultura de un pueblo.

LA GASTRONOMÍA COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR EN EL TURISMO

La gastronomía es mucho más que un simple arte culinario. Es un importante vehículo de la cultura popular, al mismo tiempo que posibilita percibir la forma como viven los habitantes de cada región, en una época determinada.

El fenómeno turístico, el sector de restauración y el área del conocimiento de la gastronomía tienen características propias que los definen, al tiempo que permiten percibir la estrecha relación que mantienen entre sí (Krause 2001:5).

En el ámbito turístico, la gastronomía y el elemento arte de la restauración (o el elemento cultura de los destinos turísticos) se ha conformado con grandes diferencias. Por lo tanto, se

tiene un producto turístico que pasa por procesos técnicos, culturales y artísticos de planificación, producción y distribución que deberían estar garantizados por la cualificación de los prestadores de servicios del sector de restauración. La restauración es un segmento del sector alimentación que abarca la producción de alimentos, el servicio del mismo y el cliente. La gastronomía es utilizada y promocionada por el sector turístico a través de la restauración, como atractivo para captar turistas.

La gastronomía puede relacionarse, según Savarin (1995), con el conocimiento fundamentado de todo lo que se refiere al hombre, a la forma que se alimenta. En *La filosofía del gusto* en 1826, escribió *dime lo que comes y te diré quien eres*. Por medio del consumo de alimentos se puede demostrar el *status* de un individuo, según distintos criterios como el sexo, edad, condición social y económica, religión, entre otros aspectos.

Para Araújo (2001), la gastronomía es el arte culinario caracterizado por la creación de sensaciones de naturaleza estética, despertando el placer por los alimentos y bebidas. Gomensoro (1999), considera que la gastronomía se refiere sólo al arte del buen comer y de saber elegir la mejor bebida para acompañar la comida. La cultura gastronómica es uno de los viajes más placenteros que se pueden realizar. Descubrir nuevos ingredientes, nuevos condimentos, otras tradiciones, otras formas de saborear un mismo alimento, es una experiencia muy rica. Al practicar el acto de comer se activa el *ser social* del hombre, ya que uno de los factores que más enriquece a las personas es la alimentación. Ésta y la gastronomía buscan el equilibrio para la salud, despertar el placer en el acto de alimentarse y propiciar la socialización de pueblos e individuos. La gastronomía está ligada al placer de comer, mientras que la nutrición se ocupa de alimentar correctamente a la población.

La función básica de la gastronomía -además del placer que puede proporcionar- en el sector de la restauración es promocionar la alimentación. En el área de la prestación de servicios turísticos una de las instituciones más difundidas en todo el mundo es el restaurante, un establecimiento que permite sentarse a la mesa para comer fuera de casa tanto para tomar un refrigerio ligero o, en el mejor de los casos, para vivir un momento de intensa creación artística (Flandrin y Mantanari 1998:757).

En la actualidad el restaurante expresa en la mesa el arte gastronómico de una época o las múltiples facetas de la cocina actual, y muestra que la cocina en sus distintas manifestaciones, es la resultante histórica del desarrollo social y de la creación artesanal e industrial del hombre (Lôbo 1999). La vasta gama de restaurantes y bares de todo tipo, etnias y procedencias posibles, que hoy se encuentran en Florianópolis, es bastante reciente.

La gastronomía típica se traduce en el arte de comer bien, se relaciona con el turismo, y es uno de los elementos más destacados en la historia de un pueblo. Ignarra (2001) resalta que la

gastronomía típica es muy valorada por el turista que frecuenta los restaurantes indicados como representativos de la cocina tradicional del lugar. Por esto, es preciso adecuar los restaurantes populares típicos para que atiendan adecuadamente a los visitantes, sin perder sus características naturales. Durante el desayuno muchos turistas ya planean donde van a almorzar. La diversidad de ofertas de restaurantes, comidas y bebidas típicas bien presentadas en ambientes acogedores es un elemento muy atractivo. El turista está siempre en busca de novedades y conocer la gastronomía local puede ser una de ellas (Oliveira 2000).

Rescatar la identidad de la gastronomía típica en la isla de Santa Catarina significa entrar en contacto con la cultura y el perfil de un pueblo. Por medio de sus costumbres culinarias un pueblo no sólo muestra sus gustos y paladares, sino también da indicios de sus características geográficas, de las influencias recibidas de otros pueblos.

El turismo cultural gastronómico se estudia como la actividad en que las personas se desplazan con la intención de agregar valores, en busca de conocer otros modos de vida y otra alimentación. El rescate de la gastronomía típica, ofrecida en los restaurantes como un importante producto turístico, es necesario para valorizar la cultura en la isla de Santa Catarina, para combatir la estacionalidad turística y reactivar la economía. Florianópolis es una ciudad estratégica para el desarrollo del turismo, y si se lo estudia se puede mejorar el planeamiento y generar resultados positivos para la comunidad.

Al hacer un retrato superficial del desarrollo gastronómico catarinense se puede afirmar que el acto de comer típicamente se desarrolla en espacios privados, sobre todo en casas de familia.

Con el correr de los años los catarinenses fueron descubriendo las facetas y características tan diversas de la alimentación. A medida que la gastronomía gana en prestigio, se constituye en un ítem de la civilización moderna y en un incentivo para conocer y disfrutar los recursos naturales de la ciudad. Es preciso hacer un inventario de la alimentación y de las culturas alimentarias que influyeron para que el desarrollo sea real y eficaz.

La importancia de rescatar los hábitos y costumbres de los antepasados está, de alguna forma, ligada a la búsqueda de sus raíces, en función de la necesidad de encontrar una explicación al origen de determinados hábitos y costumbres heredados de parientes y conocidos. Si se considera la evolución de la humanidad en todos los sentidos, se puede afirmar que en la gastronomía algunas artes culinarias se han conservado a través del tiempo; otras no se han adaptado a las nuevas épocas, volviéndose anticuadas; y otras se modificaron con el uso de nuevos ingredientes y tecnologías. Las delicias gastronómicas de un pueblo están ligadas a su cultura, educación y modo de vida.

Debido a la globalización la vida responde a comportamientos pautados, llevando a que el conocimiento del pasado se vuelva cada vez más importante para la comprensión del presente y del planeamiento del futuro, de modo que mantenga sus cualidades ya que son las que distinguen al hombre.

En Santa Catarina, principalmente en Florianópolis, el turismo gastronómico forma parte de una nueva tendencia que surgió con la necesidad de actualizar los servicios y profesiones para atender al turista, la necesidad de contar con nuevos restaurantes, destacando la gastronomía típica de la ciudad como un elemento diferenciador en la promoción turística de la isla.

Además de poseer el título de capital turística del Mercosur, Florianópolis tiene el privilegiado rol de ser una de las ciudades gastronómicas del país. La mezcla de culturas y tradiciones se refleja en la cocina local. La gastronomía de la isla creció significativamente en los últimos diez años, tanto en calidad como en cantidad. Tiempo atrás no había tantas opciones gastronómicas, pero actualmente se sumó a la cocina basada en frutos de mar los famosos *fast foods*, la generosa comida por kilo, y los platos étnicos. La población puede saborear platos de origen italiano, alemán, francés, chino, japonés, árabe y hasta tailandés. Florianópolis ostenta el título de Capital de la Ostra, por su significativa producción.

El turismo y la gastronomía de la isla reafirman su vocación turística indiscutible, calificada por los productos y servicios prestados, manteniendo una posición destacada como una de las ciudades de mayor placer y mejor gastronomía del país. Las culturas locales pueden ser transformadas en bienes de consumo respondiendo a las expectativas de los turistas.

INFLUENCIAS CULTURALES EN LA COMIDA TÍPICA DE LA ISLA

Además de las bellezas naturales, la isla cuenta con una importante riqueza cultural que se manifiesta en la cultura luso-açoriana. Florianópolis es uno de los tres núcleos más antiguos de ocupación luso-brasileña en territorio catarinense, junto a São Francisco do Sul y Laguna. Antes de que los portugueses, españoles, franceses, ingleses y navegantes de otras nacionalidades comenzaran a llegar a la isla en el siglo XVI, la región estaba habitada por los indios tupi-guaraní. Exactamente ellos, que hoy no tienen ni tierra ni casa porque fueron aculturados, escuchan al hombre blanco hablar de calidad de vida. Por otra parte, los pobladores vicentistas fundaron el pueblo de Nossa Senhora do Desterro en 1673 (Farias 2000).

Se presenta, por lo tanto, una cultura multiétnica que siguiendo el proceso de colonización puede ser considerada de base açoriana. El conjunto arquitectónico de la capital catarinense guarda la herencia de sus primeros colonizadores luso-açorianos. El espíritu açoriano heredado de los inmigrantes que colonizaron la región hace 250 años da personalidad a la isla. Poblados

cargados de tradición e historia resisten los avances de la modernidad. Caseríos y pisos pintados en colores alegres se han mantenido en el centro de la ciudad y también en diversos distritos del municipio, como en Ribeirão da Ilha, Santo Antônio de Lisboa, Barra da Lagoa, entre otros. Los barcos de pesca, las *rendeiras* (artesanas tejedoras del encaje de bolillos), el folclore, la gastronomía, la arquitectura colonial y las fortalezas históricas dan calidad al destino turístico y atraen recursos que compensan la falta de grandes industrias.

Establecidos en el litoral, los colonizadores açorianos vivían de la pesca artesanal, de la pequeña agricultura de subsistencia y de la cría de ganado en pequeña escala. Desconocían el clima tropical y la agricultura predominante en el Sur de Brasil. Con el correr del tiempo se desarrolló una agroindustria basada en los ingenios de harina de mandioca, ingrediente básico en la cocina del litoral. En las áreas ocupadas del litoral, debido a las dificultades para encontrar los productos y condimentos de su cocina original, se adaptaron a la gastronomía de base indígena, ya modificada por los pobladores vicentistas, compuesta principalmente por peces, crustáceos y moluscos.

Las herencias gastronómicas de la isla, que se dicen de base açoriana, en realidad son el resultado de la mezcla que los lusos adaptaron a sus hábitos alimentarios en la época de la colonización. Muchos de los hábitos alimentarios traídos por los açorianos fueron modificados, no sólo por el clima, sino debido a la ausencia de productos básicos de su alimentación original. A esto se sumó el proceso de aculturación. La gastronomía indígena más la de los luso-aculturados y la de los vicentistas, resultó en una nueva cultura alimentaria que fue absorbida por los colonizadores açorianos. Ellos le agregaron las referencias de la preparación de sus platos típicos.

Tanto en las Azores, como en Brasil, la gastronomía sufrió modificaciones. Los platos típicos generalmente permanecen intactos en lo que respecta a su contenido, aunque reciben nuevos condimentos y nuevos productos gastronómicos que alteran su originalidad. En rigor no existen recetas definitivas, porque cada cocinera o chef de cocina utiliza nuevas técnicas culinarias desarrolladas en el mercado de la alimentación. La relación entre los platos típicos y cotidianos de los nativos, y los platos típicos ofrecidos por los restaurantes, da cuenta del origen, evolución, transformación e innovación a lo largo de la historia de la gastronomía de la isla.

Actualmente la gastronomía típica ofrecida en la isla es una adaptación de experiencias culturales vividas, además de las herencias culturales de otros pueblos. Provenientes del interior del Estado, principalmente a partir de la década de 1960, los descendientes de italianos, sirio libaneses y alemanes, también influyeron en la actual gastronomía que se presenta en los restaurantes tanto de la playa como de la ciudad. Asimismo, culturas como la

española, griega y polaca influyeron en la gastronomía del litoral de Santa Catarina. Algunas estuvieron presentes desde el siglo XVIII. Otras surgieron a lo largo del siglo XIX y XX.

La base cultural de la isla permaneció a lo largo del tiempo. Pero los valores culturales, actitudes y procedimientos sufrieron alteraciones, como por ejemplo el comportamiento alimentario de la población. Resalta la importancia histórica de las recetas tradicionales y de una dieta que rescata la cultura de un pueblo.

La colonización luso-azoriana y la gastronomía son capaces de fomentar la socialización y el conocimiento, y se tornan importantes en el rescate del patrimonio cultural. De los indígenas se heredó la banana, la mandioca, el maíz, la batata y el feijão, considerados hoy en día la base de la nutrición popular. De los açorianos se heredó el uso de especias y las nuevas técnicas culinarias.

La cocina típica de Santa Catarina se compone básicamente de recetas con frutos de mar, aunque más enriquecidas que al principio de la colonización. Pescados, camarones, ostras y mariscos son algunos de los platos servidos en los restaurantes especializados, ubicados tanto en el centro de la ciudad como en la mayoría de las playas. Es importante que los propietarios de los restaurantes promocionen la gastronomía típica de la isla como un producto turístico y gastronómico. El turismo cultural, está asociado al crecimiento de la gastronomía típica de la isla propiciando el crecimiento económico.

GASTRONOMÍA TÍPICA

Pescados, frutos de mar, ostras y mandioca componen el menú que ofrecen los restaurantes. Preparados de forma simple: pescado frito, asado o a la milanesa; camarón frito, a la milanesa o al vapor, acompañados con guarniciones elaboradas con harina de mandioca.

En el estudio se intentó identificar los hábitos alimenticios más característicos de esta comunidad, y desmitificar la terminología gastronomía açoriana. Así, se identificaron las principales alteraciones que sufrió la gastronomía original en relación con la actual. Se registraron los platos cotidianos y los que se elaboraban los días festivos, los cuales se basaban en carnes, pescados, crustáceos y moluscos, además de harina de mandioca y maíz. También se realizó un relevamiento de los establecimientos de comida que rescatan la gastronomía típica de la isla ofreciéndola en el menú.

Realmente no existen recetas definitivas porque cada cocinera utiliza propias dosis de condimentos. Por ejemplo, los pescados son preparados de las más diversas formas: hervidos, fritos, ahumados, asados sobre una teja o envuelto en una hoja de banana, acompañados de una guarnición de harina de mandioca y caldo de pescado o camarón respondiendo a la

herencia açoriana e indígena. El pescado secado al sol o ahumado puede ser preparado después de diferentes maneras. Para asar el pescado se retiran las vísceras, se dejan las escamas, se coloca sobre una teja y se lleva al horno. Está listo cuando la carne se desprende de las espinas con facilidad. El pescado cocido con feijão también es un plato tradicional de la isla de Santa Catarina. La *tainha*, el bagre y el lenguado, por ejemplo, pueden servirse como filete o trozado en postas. Los huevos de *tainha* se fríen y se sirven con limón.

Otros platos comunes son el pescado hervido con sal y hierbas aromáticas y acompañado de una guarnición de harina de mandioca cocida en el mismo caldo del pescado; y el pescado frito, cortado en postas y rebozado con harina de mandioca o trigo. Los mariscos se sirven inmediatamente después de ser capturados, las ostras se comen crudas con limón o gratinadas.

El menú típico también contempla camarones fritos, salteados a la milanesa y al vapor; acompañados de mandioca o arroz. El caldo de camarón, parecido a la sopa de legumbres y verduras, es muy consumido. Un plato tradicionalmente ofrecido en los restaurantes es la *seqüência de camarão*, donde el turista puede saborear todas las técnicas de preparación del camarón.

El secreto en la elaboración de los platos está en el uso de los condimentos. La mayoría de ellos puede ser cultivado en la huerta. Se destacan la cebolla de verdeo, albahaca, pimienta malagueta, perejil, laurel, orégano, cilantro, *limão-vermelho* (limón pequeño de pulpa rosada), cebollín, tomates cherry, sal, comino, canela y ajo. A diferencia de las Açores, el vino, el clavo de olor y la canela no son utilizados en platos de carne o pescados.

Las ostras no estaban presentes con gran frecuencia en la mesa de los nativos. Aunque los habitantes originarios del litoral sabía donde buscarlas y las deben haber comido desde tiempos inmemoriales, el consumo de ostras en la isla parece ser un hábito reciente. Actualmente Florianópolis tiene el 95% de la producción nacional, lo que le valió el título de Capital Nacional de la Ostra. En 1999 se creó el Festival Nacional de la Ostra y de la Cultura Açoriana (FENAOSTRA), el cual promociona el producto y ha conquistado nuevos visitantes dentro y fuera del país.

De esta manera, los entrevistados dudan en considerarlo un plato típico de la gastronomía simbólica de la isla de Santa Catarina. Muchos se referían a los frutos de mar en general, otros también citaban la *moqueca* como plato típico de la isla, y otros no sabían identificar que comida podía ser considerada típica, así como tampoco entendían la diferencia entre gastronomía típica y açoriana. En cuanto a los nativos, muchos mezclan la gastronomía típica con la alimentación actual.

CONSIDERACIONES FINALES

En este contexto histórico se entiende que fue muy importante percibir las formas de pensar y sentir la realidad del pasado. Es por medio del desarrollo histórico y social, que se percibe la evolución de los hábitos y costumbres, factores condicionantes para mejorar la calidad de vida. Durante las entrevistas semiestructuradas los nativos fueron parte esencial en la búsqueda de información sobre los hábitos alimentarios. A través de sus costumbres culinarias mostraron sus características geográficas, históricas y culturales.

Innegablemente, la isla de Santa Catarina presenta un fuerte legado cultural de base açoriana, visible en la conformación histórica. Pero el legado cultural de la cocina no puede ser considerado de base açoriana, pues en la isla ya existía la cocina indígena. Las herencias son mezclas culturales que los habitantes adaptaron a sus hábitos alimenticios durante el proceso de colonización.

Estimular los aspectos culturales dentro de una localidad es un medio de fomentar recursos para atraer visitantes. Entre tanto, es evidente que al mismo tiempo en que el turismo puede reconocer y absorber culturas diferentes también puede distorsionar los patrones culturales existentes, en función del crecimiento de la actividad turística sin un planeamiento adecuado, causando daños profundos en la cultura original. A partir del abordaje del turismo cultural como un fenómeno relacionado con la gastronomía y los servicios de alimentación, se llegó a algunas consideraciones respecto al desarrollo del turismo asociado al crecimiento de la restauración. La gastronomía estimula a quienes aprecian el arte del sabor y el placer de la alimentación a descubrir nuevos ingredientes, nuevos condimentos, nuevas técnicas culinarias, y nuevas culturas alimentarias. La valoración de la gastronomía típica de un lugar como producto turístico debe ser destacada por los guías como una herencia cultural resultante del desarrollo histórico, social, y de la creatividad del cocinero para crear nuevos sabores.

La identidad de la gastronomía típica con sus recetas simples, aunque de gran sabor, agregan valor al turismo de la isla de Santa Catarina, destacándose los pescados y frutos de mar. Todos esos elementos componen el menú que se ofrece en los restaurantes. El caso de FENAOSTRA muestra que cuando la gastronomía es promocionada, se constituye en un factor de atracción turística.

Con este estudio se pretende motivar a los investigadores, no sólo en las áreas relacionadas con el turismo y la gastronomía, sino con otras áreas interesadas en profundizar el conocimiento sobre el desarrollo sociocultural y gastronómico del litoral catarinense.

Finalmente, la cultura alimentaria del litoral de Santa Catarina es diversificada y plural, pero no está suficientemente estudiada y promocionada para ser percibida como atractivo turístico.

Cabe, pues, profundizar en su estudio para transformar las raíces culturales de la región en un fuerte punto de apoyo en la creación de políticas turísticas que reduzcan los efectos de la estacionalidad; característica de la actividad turística brasileña.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Araújo, W.M.C.

2001 Alimentos, nutrição, gastronomia e qualidade de vida. *Higiene Alimentar* 15(80/81)49-56

Barretto, M.

2000 Turismo e legado cultural. Papirus, Campinas, SP

Beni, M.C.

1998 Análise estrutural do turismo. SENAC, São Paulo

Farias, V.F.de

2000 Dos Açores ao Brasil meridional: uma viagem no tempo: 500 anos, litoral catarinense: um livro para o ensino fundamental. Edición del Autor, Florianópolis

Flandrin, J.L. & Mantanari, M.

1998 História da Alimentação. Estação Liberdade, São Paulo

Gouveia, E.L.C.

1999 Nutrição, saúde e comunidade. Revinter, Ríó de Janeiro

Helman, C.G.

1994 Cultura, saúde e doença. Artes Médicas, Porto Alegre

Ignarra, L.R.

2001 Fundamentos do turismo. Pioneira, São Paulo

Krause, R.W.

2001 Educação Superior em Gastronomia no Brasil: da necessidade ao projeto pedagógico do Curso da UNIVALI. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Universidade do Vale do Itajaí.

Lage, B.H.G. y Milone, P.C.

1991 Economia do turismo. Papirus, Campinas

Laraia, R.B.

1996 Cultura: um conceito antropológico. Jorge Zahar Editor, Ríó de Janeiro

Laville, C. Dionne, J.A.

1999 A construção do saber. Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Artmed. Belo Horizonte

Lôbo, A.

1999 Manual de estrutura e Organização do Restaurante Comercial. Atheneu, São Paulo

Mezomo, I.F.B.

1994 A administração de serviços de alimentação. Varela, São Paulo

Moss, W. W.

1974 *History program manual*. Praeger Publishers, Nueva York

Oliveira, A.P.

2000 *Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização*. Atlas, São Paulo

Ornellas, L.H.

1988 *Técnica dietética. Seleção e preparo de alimentos*. Athenueu Editora, São Paulo

Santos, J.L.

1994 *O que é cultura*. Brasiliense (Coleção Primeiros Passos), São Paulo

Santos, R.I.C. dos.

2000 *Turismo cultural no sul do Brasil – O resgate e a revitalização de valores culturais de pequenas comunidades italianas*. *Turismo: Visão e Ação* 3(6):

1999 *Conhecimento, conscientização e preservação de patrimônio cultural para a prática do turismo*. Comunicação. UNIVALI, Balneário Camboriú

Savarin, B.

1995 *A filosofia do gosto*. Companhia das letras, São Paulo

Silva Filho, A.R.A.

1996 *Manual básico para planejamento e projeto de restaurantes e cozinhas industriais*. Varela, São Paulo

Silva, E.A. de

2000 *Conhecendo Santa Catarina – Opções turísticas*. UNIVALI, Itajaí

Trigo, L.G.G.

2000 *Viagem na memória: guia histórico das viagens e do turismo no Brasil*. SENAC, São Paulo

Vasconcelos, F.A.G.

2000 *Avaliação nutricional de coletividades*. UFSC, Florianópolis

Veyne, P. M.

1998 *Como se escreve a história: Foucault revoluciona a história*. Tradução: Alda Baltar e Maria Auxiliadora Kneipp. Universidade de Brasília

ENTREVISTAS

Norma Barcelos – Lagoa da Conceição – 57 años. Entrevista concedida el 10 mar. 2002

Irene Luisa Pires – Lagoa da Conceição – 67 años. Entrevista concedida el 10 mar. 2002

Elias Joaquina Duarte – Lagoa da Conceição – 73 años. Entrevista concedida el 10 mar. 2002

Maria de Oliveira – Lagoa da Conceição – 53 años. Entrevista concedida el 15 mar. 2002

Tereza Flomena Vigane – Barra da Lagoa – 47 años. Entrevista concedida el 15 mar. 2002

Varlete Silveira da Cunha – Barra da lagoa – 43 años. Entrevista concedida el 15 mar. 2002

Marina Mendes Nazario – Costeira do Pirajubaé – 71 años. Entrevista concedida el 16 mar. 2002

Jaime Ernestino Dias – Saco Grande II - 77 años. Entrevista concedida el 16 mar. 2002

Paulo Francisco da Silva – Ribeirão da Ilha – 60 años. Entrevista concedida el 16 mar. 2002

João Neve de Santos – Saco Grande II – 76 años. Entrevista concedida el 17 mar. 2002

Osvaldo Carvalho Brigado – Prainha – 69 años. Entrevista concedida el 17 nov. 2002

Marta Tertuliano Machado – Cacupé – 66 años. Entrevista concedida el 23 mar. 2002

Manoel André Silveira – Praia do Forte - 66 años.

Silvia da Costa Martins – Santo Antônio de Lisboa – 77 años. Entrevista concedida el 22 nov. 2002

Auróra Martins dos Santos – Santo Antônio de Lisboa – 55 años. Entrevista concedida el 22 nov. 2002

Nereu do Vale Pereira – Ribeirão da Ilha - 74 años. Entrevista concedida el 09 dic. 2002

Recibido el 14 de marzo de 2003

Correcciones recibidas el 8 de mayo de 2003

Aceptado para su publicación el 12 de mayo de 2003

Traducido del portugués