

TRADICIÓN E INNOVACIÓN

La oferta comercial contemporánea del *barreado* en el litoral paranaense (Brasil)

Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes*
Universidade Federal de Paraná – Curitiba - Brasil

Resumen: Para muchas localidades la gastronomía se presenta como un elemento destacado de la ampliación de la oferta turística y del desarrollo. Por lo tanto, el empleo de comidas y bebidas tradicionales con fines turísticos requiere una cuidada reflexión. Este artículo trata de la transición de esos alimentos del ámbito residencial hacia el comercial y de las adaptaciones requeridas en ese proceso, tomándose como ejemplo el *barreado*, plato típico del litoral paranaense. La observación de las innovaciones en la preparación y el consumo de ese plato y de la conclusión de que dichas innovaciones pueden ser comunes a otros platos típicos nacionales y extranjeros de uso turístico, contribuye al conocimiento del turismo gastronómico. El presente estudio se basa en la investigación realizada para la tesis de doctorado en Historia de la Universidade Federal do Paraná, Brasil, titulada "Cozinhando a tradição: festa, cultura e história no litoral paranaense", que comprendió una revisión bibliográfica sobre la historia de Paraná enfocada en la alimentación, un relevamiento de documentos en bibliotecas y archivos públicos (incluyendo folletería, material de difusión institucional y de restaurantes) y 44 entrevistas sobre la tradición oral con cocineros, empresarios y otras personas ligadas al turismo de Antonina, Morretes y Paranaguá, municipios del litoral que explotan el plato con fines turísticos.

PALABRAS CLAVE: turismo gastronómico, plato típico, *barreado*, Litoral Paranaense.

Abstract: Tradition Seasoned with Innovation: The Commercial offer of Barreado at the Coast of Paraná, Brazil. Gastronomy is a relevant element for tourism supply increase and development of several localities. The use of traditional food and beverage for tourism purpose, however, requires reflection and care. This paper deals with the transition of traditional food and beverage from domestic to commercial use and the changes required in such process, taking the "Barreado" as an example, a typical dish of the Paraná State coast. By reviewing changes in the preparation and consumption of such dish, and especially by concluding that such changes might occur in relation to other typical dishes, both local or foreign, during their transition to tourist use, allow to contribute to Culinary Tourism debate. This study is based on the research made for the doctoral thesis in History for the Federal University of the State of Paraná entitled "Cozinhando a tradição: festa, cultura e história no litoral paranaense" (Cooking tradition: party, culture and history in the coast of Paraná), which comprised a bibliographic review of the history of Paraná, with particular emphasis on food, research of documents in libraries and public archives (including folders, institutional and restaurant marketing materials), as well as forty four Oral History interviews of cooks, entrepreneurs and other people

* Licenciada en Turismo; Especialista en Planificación y Gestión del Turismo; Master en Sociología; y Doctora en Historia por la Universidad Federal de Paraná (Curitiba, Brasil). Se desempeña como Profesora de Turismo de la Universidade Federal do Paraná desde 1999 y como investigadora de las áreas de turismo, gastronomía y cultura. E-mail: mariegimenes@gmail.com

related to tourism in Antonina, Morretes and Paranaguá, coastal cities that explore the dish for tourism.

KEY WORDS: *culinary tourism, typical dishes, Barreado, Coast of the Paraná State.*

INTRODUCCIÓN

La alimentación y los servicios a ella vinculados fueron siempre vistos como un elemento indispensable para que permanezcan los visitantes (turistas o excursionistas) en una localidad. Además de saciar las necesidades fisiológicas, dichos servicios cumplen otras funciones importantes, agregando valor a otras empresas turísticas (como es el caso de los lugares de hospedaje) o constituyendo un atractivo turístico propiamente dicho. De acuerdo con esta perspectiva nace el turismo gastronómico, entendido como *una vertiente del turismo cultural en la cual el desplazamiento de visitantes se da por motivos vinculados a las prácticas gastronómicas de una determinada localidad* (Gândara, Gimenes y Mascarenhas, 2009: 181).

Para comprender la complejidad y las posibilidades turísticas vinculadas al fenómeno de la alimentación humana es imprescindible considerar que las decisiones relacionadas con la alimentación no son establecidas de forma aislada o en contra de un contexto mayor. Son construidas en el mismo contexto cultural que orienta a las demás prácticas y disposiciones del grupo social susceptibles a los cambios sociales, económicos y tecnológicos absorbidos por estos grupos pudiendo revelar mucho sobre ellos. De esta forma, cuando se hace referencia a la alimentación como atractivo turístico se habla de una experiencia gustativa y también cultural teniendo en cuenta que al compartir un alimento, participar de una comida u observar los rituales de preparación, el visitante se conecta con la realidad visitada. Y al hacer un uso turístico de las bebidas y comidas típicas la perspectiva de experiencia cultural gana fuerzas.

Esto se da porque los platos típicos (o comidas típicas) integran la llamada gastronomía regional, comprendida como el conjunto de saberes - haceres que agrupan ingredientes, técnicas culinarias y recetas dispuestas en un escenario relativamente coherente delimitado geográficamente y pasible de ser reconocido como tal. Los platos típicos, en ese sentido, son algunas comidas que se destacan debido a sus características y continúan siendo preparados y degustados a lo largo de los años pudiendo ser adaptados y resignificados manteniendo la esencia identitaria. Dichos platos están unidos a la historia y al contexto cultural de un determinado grupo, constituyendo una tradición que puede convertirse en símbolo de su identidad (Gimenes, 2008).

Desde el punto de vista turístico, estos platos surgen como atractivos por medio de rutas y circuitos turísticos, en eventos programados y establecimientos de alimentos y bebidas. En este escenario, los restaurantes y locales similares actúan como una pieza clave ofreciendo estos platos de forma intermitente a los visitantes (que quizá se contactarían con dichas comidas sólo a través de

eventos o festejos privados, con el consentimiento de algún habitante nativo). Se debe observar que si bien por un lado esta oferta comercial da mayor visibilidad y amplía el consumo de estos platos, por otro lado los expone a una mayor gama de innovaciones y adaptaciones considerando los desafíos que aparecen al aumentar la producción y al comprometerse con la salud de los comensales.

Precisamente este artículo analiza la transición de la preparación y degustación de estos platos desde el universo privado hacia el universo público y las adaptaciones generadas en ese proceso. El análisis se lleva a cabo partiendo del *barreado*, plato típico del litoral paranaense ofrecido por muchos restaurantes en los municipios de Antonina, Morretes y Paranaguá; y se pretende contribuir al debate del turismo gastronómico reflexionando sobre las innovaciones en la preparación y el consumo contemporáneo que pueden ser comunes a otros platos típicos de Brasil y del exterior.

Dichas consideraciones se apoyan en la investigación realizada durante el doctorado en historia de la Universidad Federal de Paraná, que dio origen a la tesis titulada "*Cozinhando a tradição: festa, cultura e história no litoral paranaense*", defendida en 2008. Dicha investigación incluyó entre otros temas una revisión bibliográfica sobre la historia de Paraná y la alimentación, un relevamiento exhaustivo de documentos en bibliotecas y archivos públicos (incluyendo *folders* y material de difusión institucional y de restaurantes), y 44 entrevistas semi-estructuradas siguiendo las premisas de la historia oral. Fueron consultados cocineros, empresarios y personas ligadas al desarrollo turístico de Antonina, Morretes y Paranaguá, municipios del litoral que en la actualidad trabajan turísticamente con el plato (Gimenes, 2008).

De esta forma, este artículo define al *barreado* como un plato típico analizando su relación con el contexto cultural del litoral paranaense y su forma de preparación considerada como más artesanal. Se abordan las principales adaptaciones observadas durante la investigación, a saber: la sustitución de la olla de barro por la olla de aluminio; la sustitución del sellado con una masa de harina, agua y ceniza por otros elementos; la sustitución de la cocina a leña por la cocina a gas; la práctica de congelar el *barreado*; y la preocupación por disminuir las calorías del plato por cuestiones dietéticas.

BARREADO: PLATO TÍPICO DEL LITORAL PARANAENSE

El *barreado* es preparado y degustado hace cientos de años en el litoral paranaense, especialmente en Antonina, Morretes y Paranaguá, que actualmente trabajan su oferta turística. Su origen es motivo de debate entre capelistas (antoninenses), morretianos y parnanguaras, que reivindican su paternidad. El consenso entre las ciudades establece que se trata de un plato de influencia lusitana, más específicamente açoriana. Esa relación con Açores se debe al uso de ollas de barro y la larga cocción de la carne con otros ingredientes (en el caso açoriano, en fogones improvisados en los vapores volcánicos; en el caso del litoral, en pozos cubiertos de brasas), entre otras características que lo acercan al *barreado* de Alcatra, plato típico del archipiélago.

La versión que asocia el origen del plato al *Tropeirismo*, citada por algunos entrevistados y algunas fuentes escritas, es bastante polémica y no presenta fundamentos sustentados. El *Tropeirismo* fue un ciclo económico basado en el transporte de mercaderías que se destacó a partir de 1731, cuando la exportación de animales del extremo sur hacia las regiones centrales de Brasil se convirtió en un negocio altamente rentable hasta agotarse en 1870, cuando la construcción de ferrocarriles en São Paulo desvalorizó a la mula como medio de transporte. Balhana, Machado y Westphalen (1969: 65) afirman que el *Tropeirismo* consistía en el negocio de *ir a comprar las mulas a Rio Grande, Uruguay y Argentina, conducir las en tropas, en una caminata de tres meses por el camino del Viamão, invernarlas por algunos meses en los campos de Paraná, y venderlas en la gran feria anual de Sorocaba, donde las compraban paulistas, mineiros y fluminenses.*

Existe una gran diferencia, no sólo en los ingredientes usados por los *tropeiros* y los requeridos por la receta (la carne preferida de los viajeros era el *charque*, por la facilidad de transporte y conservación, y no la *carne verde*, usada en el *barreado*), sino también el largo tiempo necesario para cocinarlo adecuadamente. El carácter perecedero de la *carne verde* y la dificultad para transportar las grades ollas de barro son otros elementos que debilitan esa versión.

La versión más aceptada es transcrita por el profesor parnanguara Manoel Viana en 1976, al mencionar que los primeros hijos de portugueses con aborígenes conocieron en la casa de sus patrones el guiso portugués y lo reprodujeron en sus residencias, utilizando carne de segunda que era más barata (Viana, 1976). Después de varias adaptaciones se incorporó el hábito de sellar la olla con una mezcla de harina de mandioca y agua, técnica que lleva el nombre de “barrear”.

Más allá de que su verdadero origen permanece en duda, es evidente la relación del *barreado* con los festejos de carnaval. Esto, incluso, fue decisivo para popularizar el plato que se remonta a los tiempos del *entrudo*, el precursor del carnaval. El *entrudo* (del latín *introitu*, introducción) es descrito como un juego heredado de Portugal que se producía en todo Brasil tres días antes del inicio de la Cuaresma. Su denominación hace referencia justamente al período que introduce la Cuaresma (del latín *cuadragésima*), fecha que marca el inicio de los cuarenta días que anteceden a la Pascua. El *entrudo* consistía en tres días de exceso que anticipaban un período de penitencia y constricción que fue introducido al país en el siglo XVII y ganó fuerza en el siglo XVIII. A veces significaba un violento juego en las calles entre personas que se arrojaban naranjas y limones, baldes de agua, polvo y tierra (Morais Filho, 1979).

Como citan diversas fuentes, escritas y orales, en ese período era habitual dedicarse enteramente al *Fandango* (manifestación cultural popular que reúne danza y música, practicado desde hace cientos de años en el litoral sur de São Paulo y en el litoral norte de Paraná, principalmente en las ciudades de Cananéia, Iguape, Morretes, Paranaguá y Guaraqueçaba), teniendo como aliado al *barreado*, cuya cocción resistía las 72 horas de fiesta.

El *barreado*, por lo tanto, parece haber sido incorporado por ser considerado un plato "fuerte", restaurador de las energías perdidas en los bailes de carnaval. Su practicidad también contribuyó, ya que más allá de la demora en su preparación, una vez listo exige como complementos sólo harina de mandioca y banana y puede ser recalentado a voluntad manteniendo siempre su delicioso sabor. La asociación entre el *Fandango* y el *barreado* garantizó que su degustación sobrepasara el período de carnaval, teniendo en cuenta que *fandanguear* era igualmente común al cierre de los *mutirões* o *pixirões*, reuniones para la preparación de la tierra, para la recolección o el "*bateção*" (plantío) del arroz; ocasiones en las cuales amigos y vecinos se reunían para trabajar y se ofrecía el *barreado* en el baile de *Fandango* (Rando, 2003).

Se puede mencionar que la fama del plato se debe a la disputa relacionada con su origen, a su asociación con el *Fandango* y con los festejos de carnaval en el litoral como también a su sabor inusitado y a su textura a punto de deshacerse (su marca registrada). Las diversas maneras de preparar el *barreado* reflejan su amplia aceptación popular, aunque algunos elementos se mantienen inalterables garantizando la identidad del plato. Por ejemplo, la carne bovina utilizada es la de segunda calidad, condición que inicialmente estaba ligada a las limitaciones económicas de los *caboclos* (mestizos de blanco e indígenas) pero que también posee una causa relacionada con la propia cocina: la gran resistencia de las carnes más duras a la cocción prolongada. Para las cocineras entrevistadas, esa es también la carne más sabrosa.

De acuerdo con las entrevistas y los documentos recolectados se observó que los cortes más usados son *patinho* (tapa), pecho, paleta, aguja, *coxão-mole* (nalga) y *alcatra* (cuarto); aunque estos dos últimos no son considerados como carnes de segunda. Se recomienda, en general, usar cualquier carne de segunda que sea magra, como el *coxão-duro* (parte externa de la nalga), el *granito* (pata), la *posta branca*, el matambre y la *posta vermelha*. La grasa de cerdo también es indispensable y aparece en el tocino (corte fresco, preferido por los más tradicionalistas) o *bacon* (corte adoptado más recientemente).

El comino es un elemento esencial y fue indicado por muchos como el secreto de un buen *barreado*. Especia traída a Brasil por los portugueses, posee un sabor bastante característico entre la pimienta y el anís y es más utilizado en el nordeste brasileño para preparar pescados y frutos de mar. El laurel también aparece en las recetas y es usado por su aroma característico y sus propiedades digestivas ya que el *barreado* es un plato "pesado". Según los entrevistados, el comino y el laurel son los responsables del aroma inconfundible exhalado por las ollas durante la cocción.

La cebolla, el ajo, la pimienta del reino y la sal son otros ingredientes que aparecen en las recetas. El *cheiro-verde*, condimento resultante de la combinación de perejil y cebollín, es considerado por muchos como una innovación, y es bastante aceptado entre los cocineros. La pimienta *malagueta* o roja aparece como ingrediente y como acompañamiento y es indispensable. Otros condimentos,

como la mejorana, la albahaca, la pimienta del reino y la canela fueron citados aisladamente, como el toque personal que cada cocinero da a su plato.

También se identificaron algunos ingredientes polémicos que aparecen en varias recetas: agua, vinagre y tomate. Para los tradicionalistas no se debe colocar agua, pues la carne debe ser hervida y rehervida en su propio caldo dejándolo sustancioso. La inclusión de tomate, vinagre o cualquier elemento ácido a la receta es rechazada por la mayoría porque creen que le modifica el sabor a la carne y estropea el *barreado*. El tomate, a pesar de que se produce en la región, no es un producto autóctono. Existen indicios de que su cultivo se llevó a cabo en el litoral con la llegada de los inmigrantes japoneses durante el siglo XX; lo que lleva a la conclusión de que su inclusión a la receta es más una “modernidad” que una tradición.

En lo que respecta a la forma de preparación, el uso de la olla de barro es otro elemento bastante tradicional. Los ingredientes se colocan en capas, la olla se lleva al fuego y es sellada. Algunos usan hojas de banana (pasadas por el fuego y cortadas de acuerdo con la boca de la olla a la cual se atan) para barrear la preparación. Otros, ya no usan dichas hojas. Barrear es la técnica que da nombre al plato y que consiste en lacrar la olla con una mezcla hecha a base de agua (fría o caliente, según la receta), harina de mandioca y cenizas de la cocina a leña. Esto crea un dispositivo primitivo, equivalente al de una olla a presión procurando mantener la temperatura y la humedad necesaria para cocinar la carne.

La cocina a leña es considerada la más adecuada y es recomendada porque proporciona mayor sabor al plato (esta recomendación también la hacen quienes usan la cocina convencional). Se pudo constatar a partir de algunas fuentes orales y escritas el antiguo hábito de preparar el *barreado* en una olla enterrada bajo brasas. Esa técnica, llamada *biaribi*, era dominada tanto por los amerindios como por los africanos en el siglo XVII (Cascudo, 2004).

El uso de pozos y, posteriormente, de cocinas a leña parece haber sido esencial para definir otra característica importante del plato: el largo período de cocción que le da a la carne un sabor y textura diferenciada. Tradicionalmente se dice que son necesarias 24 horas para que el plato quede listo. La preparación del *barreado* contemporáneo es más rápida probablemente debido a la estabilidad y la potencia de la llama de las cocinas a gas, así como por la sustitución de la olla de barro por la de aluminio. Aunque la elaboración del plato sigue siendo larga si se considera el tiempo para preparar la carne durante la cocción y el período de “descanso” de la olla.

El servicio del plato también tiene sus especificidades: la apertura de la olla requiere práctica para remover la masa barreada y la hoja de banana. Algunas degustaciones son precedidas por una señal sonora (estallido de cohetes o repiquetear de campanas) en Antonina, Morretes y Paranaguá. Este hábito se remonta a hace cientos de años, siendo común en las celebraciones religiosas y comunitarias. Como acompañamiento del plato no se puede dejar de mencionar la harina de

mandioca (para hacer el *pirão mole*, escaldado y no hervido), la banana y la *cachaça* (principalmente de banana producida en la región). El arroz blanco, omnipresente en la mesa de los brasileños, fue incorporado posteriormente a la degustación del plato y hoy aparece en la mayoría de las degustaciones.

Teniendo en cuenta lo expuesto no quedan dudas de que el *barreado* es un plato de sabor y preparación característica, así como una manifestación ligada directamente al contexto cultural del litoral paranaense. Su oferta comercial se inició en Morretes en la década de 1940, pero creció significativamente a partir de la década de 1990 justamente cuando comienza el desarrollo turístico de la región. Actualmente, Paranaguá, es un municipio de 133.559 habitantes (IBGE, 2007), que posee siete establecimientos que ofrecen el plato (con capacidad para 680 comensales). Antonina, cuenta con 17.581 habitantes (IBGE, 2007), y posee nueve restaurantes (con capacidad para 720). Mientras que Morretes tiene 16.998 habitantes (IBGE, 2007) y posee 18 establecimientos que ofrecen el plato (con capacidad para 3.280 personas).

Esta expansión fortaleció la oferta turística de esos municipios, aumentó la difusión y el acceso al plato por parte de los visitantes pero también impulsó la aparición de una serie de adaptaciones incentivadas por los avances tecnológicos y por la necesidad de optimizar la producción. A continuación se analizan las adaptaciones encontradas durante la investigación realizada, tanto en el ámbito doméstico como en el ámbito comercial.

TRADICIONES E INNOVACIONES A LA MESA

Por ser prácticas culturales, las decisiones y técnicas de preparación y servicio de los alimentos sufren cambios en el transcurso del tiempo acompañando la propia dinámica de la sociedad. De todos modos, el traspaso del ámbito doméstico al ámbito comercial también tiende a incentivar la aparición de adaptaciones, sea para ampliar la escala de producción o sea por el compromiso de adoptar reglas y conductas de manipulación de alimentos legalmente instituidas. El debate reside en saber hasta qué punto se puede incorporar una innovación sin que se despersonalice el plato.

Durante la investigación realizada se identificaron algunas adaptaciones, algunas de las cuales también han sido adoptadas en el ámbito doméstico. Entre las innovaciones observadas y que trascienden el toque personal dado por cada cocinero se destacan el tipo de olla utilizada, las nuevas formas de sellar las ollas, las cocinas, el hábito de congelar el plato y la preocupación por las grasas que contiene.

Las ollas

Las ollas de barro forman parte de la tradición del *barreado* y están presentes en la iconografía (fotos o ilustraciones) difundida por restaurantes, municipalidades y por el gobierno estatal. En los

municipios estudiados es común encontrar en los mercados y los puestos de artesanías diversos *souvenirs* confeccionados de forma artesanal o industrial que reproducen las ollas barreadas en miniatura, imanes para la heladera, entre otros objetos.

Para los más tradicionalistas, el uso de la olla de barro se debe al sabor final que le da al plato. No obstante, su uso se está abandonando. La misma se ha restringido al uso doméstico (donde también se usa la olla de aluminio) y al uso de los restaurantes con menor capacidad de atención. Algunos usuarios de ollas de aluminio en el ámbito comercial dicen que la eligen debido a las prohibiciones de la *Agência Nacional de Vigilância Sanitária* (ANVISA).

La ANVISA no establece reglas específicas en relación al uso de ollas de barro, por lo tanto no existe dicha prohibición. La Resolução nº. 216/2004 define las Buenas Prácticas, denominación dada a los procedimientos que se deben adoptar en los servicios de alimentación a fin de garantizar la calidad higiénica y sanitaria, y la conformidad de los alimentos con la legislación sanitaria. Para los servicios gastronómicos se establecen los siguientes parámetros:

4.1.17 Las superficies de los equipamientos, muebles y utensilios utilizados en la preparación, empaque, almacenamiento, transporte, distribución y exposición para la venta de los alimentos deben ser lisas, impermeables, lavables y estar exentas de rugosidades, grietas y otras imperfecciones que puedan comprometer la higiene de los mismos y ser fuente de contaminación de los alimentos (ANVISA, 2004).

Así, a pesar de que no existe una prohibición expresa en relación al uso de la olla de barro hay restricciones en cuanto a su textura pues la porosidad, las imperfecciones y la permeabilidad verificadas en dichos utensilios según la ANVISA impiden o perjudican la higiene adecuada. Esta higiene debe realizarse en dos etapas: la limpieza (remoción de las sustancias minerales y/u orgánicas indeseables, como tierra, polvo, grasa, etc.) y la desinfección (reducción a través de métodos físicos o agentes químicos de los microorganismos de manera tal de no comprometer la calidad higiénica y sanitaria del alimento).

Si bien el uso de ollas de aluminio parece haber sido bien asimilado, el uso de la olla a presión es bastante polémico. Fue admitido sólo en tres restaurantes de los incluidos en esta investigación y los entrevistados dijeron que el secreto del *barreado* no reside en el tipo de olla, sino en que la cocción sea muy lenta. La olla a presión es acusada por sus detractores de estropear el sabor del plato, quitarle consistencia al caldo, y disfrazar el color con tomate o paprika.

Para los que aún utilizan la olla de barro, la olla de aluminio puede ser más barata, durable y fácil de limpiar además de facilitar la preparación, pero ofrece un sabor inferior. Es interesante observar que si bien la tradición de la olla de barro no es mantenida en todos los restaurantes, al menos es reproducida al momento de servir el plato: el *barreado* es llevado a la mesa de los comensales en

cumbucas o recipientes de barro para que el cliente pueda preparar su propio *pirão* (mezcla de caldo y harina de mandioca) y servirse a gusto. Así, si bien la sustitución de la olla de barro por la olla de aluminio se produce al buscar una producción comercial a mayor escala, el servicio del plato en *cumbucas* de barro refleja el apego a las raíces más tradicionales, rescatando el pasado con la intención de mantener la personalidad del plato.

El sellado de la olla

La ceniza de la cocina a leña, antiguamente usada para preparar la masa, es actualmente cada vez más rara. Los entrevistados que la usan son los pocos que poseen cocina de leña o barbacoa. La harina de trigo fue sustituida algunas veces por harina de maíz. Mientras que la harina de mandioca y el agua parecen elementos constantes en la elaboración de la masa para cubrir la olla.

La hoja de banana es el principal elemento de sustitución. Antes abundaban en la región, pero hoy en día es más difícil encontrarlas principalmente ante la necesidad de hojas frescas y enteras. Una de las entrevistadas dijo que cambió la hoja de banana por la hoja de coles que es más fácil de conseguir; y otra entrevistada afirmó que sella la olla con papel aluminio y papel filme. El uso de papel filme y de papel celofán también se vio en los establecimientos comerciales.

Algo que merece ser comentado es el uso de ollas de aluminio selladas con una masa de agua, harina de mandioca y harina de trigo. Esa práctica, observada en restaurantes de Morretes resulta de la unión de la tradición con la innovación que hace posible que miles de personas degusten el *barreado* todos los fines de semana en el municipio. Si bien por razones de higiene o de escala de la producción se adoptó la olla de aluminio, también se mantuvo la tradición respetando el sellado de la olla. En Antonina y Paranaguá, dicho procedimiento no fue identificado.

La cocina

El antiguo hábito de cocinar con las ollas enterradas improvisando un fogón rudimentario fue abandonado debido a la practicidad de la cocina a leña y la inviabilidad de mantener esta tradición en las áreas urbanas. Desde el primer momento, la invención de las cocinas resultó de los esfuerzos para lograr que las técnicas de cocción fueran más rápidas y más seguras para los cocineros.

Con la popularización de la cocina a gas el uso de la cocina a leña quedó restringido a las casas y a algunas pocas cocinas de restaurantes teniendo en cuenta el espacio limitado en muchos establecimientos, la necesidad de adaptarlos a una chimenea y la limitación para obtener madera suficiente y certificada. En Antonina sólo un restaurante posee una cocina a leña (Le Bistrot) y en otro el *barreado* se prepara en la cocina a leña que la propietaria tiene en su casa (Bugarvil's). En Morretes se verificó la existencia de cocinas a leña en el Restaurante Nhundiaquara, el Restaurante Madalozo y el Restaurante Vila Morretes. Este último posee una cocina a leña en el mismo comedor.

A partir de los relevamientos realizados se observó que, por un lado, aparece la perspectiva nostálgica que lleva a mantener la preparación del *barreado* en la cocina a leña y, por el otro, se vio que el uso de la cocina a gas está actualmente muy difundido. Existe la necesidad de garantizar la practicidad y seguridad de la tecnología, pero al mismo tiempo está la necesidad de satisfacer la nostalgia. Esto queda ejemplificado en el restaurante Lubam (Morretes) que posee una cocina a gas construida como una cocina a leña que sirve de *buffet* caliente.

Los congelados

Analizando el consumo alimentario contemporáneo, Fischler (1998: 851) considera que, además del precio, existen tres dimensiones esenciales que permiten evaluar el potencial de éxito de un producto alimenticio: *en primer lugar, el sabor y las cualidades organolépticas (valor de placer); pero también el valor de la salud y la comodidad de utilización*. Argumentando que los dos primeros factores están sujetos a valores culturales, el autor destaca que la comodidad de preparación y consumo de los alimentos desempeña un papel determinante a los ojos del consumidor contemporáneo. En este proceso de “facilitación” de las transformaciones culinarias se ubican los alimentos deshidratados, los semi-preparados y principalmente los congelados.

Bonin y Rolim (2008), analizando el consumo alimentario contemporáneo, señalan una serie de cambios sociales (el ingreso de la mujer al mercado de trabajo, el escaso tiempo para las comidas, el aumento del número de personas que viven solas, entre otros) que alteran los hábitos alimentarios:

Dichos cambios contribuyen con la creación de nuevas necesidades en torno de la función alimentaria: comodidad en la preparación de los alimentos; productos con plazo de conservación garantizados; industrialización de las actividades de la cocina; productos fáciles de ser utilizados y de rápida cocción; utensilios específicos; hornos de microondas y alimentos congelados (Bonin & Rolim 1991:84).

El hábito de preparar grandes cantidades de *barreado* y después congelarlo pudo ser observado tanto en las residencias como en los restaurantes. Explicando la dinámica de sus cocinas, muchos cocineros y empresarios admitieron que preparan el *barreado* dos veces por semana y congelan el excedente para usarlo en los días de mayor movimiento. Esto se justifica por la buena reacción del plato al congelamiento y descongelamiento y a la dificultad de prepararlo todos los días debido al tiempo que demanda, principalmente en los restaurantes que trabajan con otros platos (sobre todo los que usan el sistema *a la carta*). Atendiendo la demanda de los propios clientes, algunos restaurantes comercializan porciones de *barreado* para llevar a casa, listas para servir y congeladas.

En Morretes, el Restaurante Lubam posee un local al lado del comedor en donde vende desde hace varios años el *barreado* congelado en porciones de 800 gramos y de 8 kilos. Según el

propietario, algunos restaurantes de la propia ciudad cuando hay mucha demanda compran el *barreado* congelado para servir en sus establecimientos.

Aunque los productores del *barreado* congelado defienden la preparación artesanal del plato, se trata de un alimento industrializado teniendo en cuenta los procesos (enfriamiento, empaque, congelamiento, transporte con control de temperatura) a los cuales es sometido para llegar en condiciones adecuadas al consumidor final. Los sistemas de logística, por su parte, distribuyen el plato a los más diversos destinos y puntos de venta promoviendo la desterritorialización del mismo. En el caso específico del *barreado*, un plato que siempre ha sido degustado colectivamente, con esta práctica quiebra la perspectiva de lo colectivo con el fraccionamiento que alcanza para dos personas ya que el empaque de 8 kilos es una excepción a la regla.

Durante la investigación se identificaron tres marcas de *barreado* congelado y, a partir de un breve análisis de sus empaques, se observó que al plato se lo relaciona con el litoral paranaense. Los congelados de la marca Lubam, por ejemplo, muestran en el empaque la olla de barro, la *farinheira* y la banana con un texto que dice: “*Barreado*, el Plato Típico de Paraná” y trae las instrucciones para preparar el plato en un horno microondas o en la cocina convencional.

El *barreado* congelado de la marca Cidreira tiene en su empaque una imagen de Morretes con el Rio Nhundiaquara en primer plano y, en el centro de la foto, una olla de barro con el plato, ingredientes como ajo y cebolla, banana y una *farinheira*. También se presenta como “Plato Típico de Paraná”; y aparece la leyenda: “Morretes, capital gastronómica”. Al reverso están las instrucciones de preparación en cocina convencional y microondas, una orientación para preparar el *pirão* cocido e indicaciones de cómo servirlo: “lleve a la mesa la *cumbuca* de *barreado* hirviendo, el *pirão*, arroz, naranja, banana, ensaladas y harina”.

El *barreado* de la marca Morretes posee como logotipo una olla de *barreado* con una imagen de la ciudad de Morretes. En su empaque, aparece la olla de barro, un plato con *barreado*, una *farinheira*, naranja, banana y *cheiro verde*. Se indica que no contiene conservantes químicos y que es tipo casero, un producto artesanal. También posee instrucciones para prepararlo tanto en horno convencional como en microondas, una orientación para hacer el *pirão* cocido y sugerencias para servirlo: “al hacer el *pirão*, sirva acompañado de arroz, ensaladas, banana, naranja y pimienta (si gusta)”.

En cuanto a la imagen se intenta presentar el plato asociándolo a elementos que son tradicionales, como la olla de barro, la harina y la banana. Al indicar la preparación del *pirão* cocido, los empaques buscan recrear las condiciones en que el plato se degusta tradicionalmente. La reproducción de estos elementos, sea con la intención de presentar el contexto del plato o sea con la intención de valorizarlo recuperando su tipicidad, procura diferenciar el producto con un toque nostálgico de comida ‘casera’, si bien ya está sometido a la despersonalización causada por la industrialización.

La preocupación por la grasa y las calorías

Las preocupaciones dietéticas y el control de la ingestión de grasas tan frecuentes en la vida moderna suelen entrar en conflicto con la apreciación de los platos más tradicionales, los que se preparaban cuando estas exigencias no existían. Como alerta la socióloga Monica Abdala en su estudio sobre la cocina *mineira* actual:

Más allá de las exigencias que la preparación de los platos típicos demanda, y que contribuyen a restringir su consumo, recae sobre ellos la atribución de ser perjudiciales para la salud y la silueta. La dieta dicta las reglas de la buena salud. La moda exige un cuerpo espijado. El colesterol y la grasa son los mayores enemigos en estos tiempos. Carne roja y grasa, ni pensar! (Abdala, 1997: 147).

Bonin & Rolim (1991) también analizan la relación, cada vez mayor, entre el comer y la salud. Para las autoras dicha relación se fortalece en la medida en que los conocimientos del organismo humano se profundizan, y en la medida que el modelo estético valoriza los cuerpos delgados y saludables:

Las personas tienden a seguir ese nuevo modelo estético, atribuyendo nuevos significados a la preparación y el consumo de los alimentos. Estos pasan a ser objeto de salud y belleza para el cuerpo, sacralizando a este último y desacralizando la comida (Bonin & Rolim 1991:81).

Esta vigilia en pro de la salud alcanza a la preparación y al consumo del *barreado*, que por esencia es un plato calórico: la grasa (de la carne o del tocino/*bacon*) es importante para sustentar la cocción en una olla sellada y también para dar sabor al plato. Tomando como base lo dicho por los entrevistados, se nota que en las residencias dicha preocupación no es tan evidente, probablemente porque se come generalmente los días festivos, cuando la atención se concentra en la celebración y las personas se permiten exceder algunos límites en relación al ideal de una “comida equilibrada”. Además, se observó cierta resistencia entre los entrevistados a alterar las recetas de su familia.

Mientras que en el ámbito comercial dicha preocupación por parte de la clientela es evidente, y es vista e incorporada por varios empresarios del sector. Por ejemplo, un restaurante de Morretes ofrece a sus clientes un *barreado light*, con 69,9 Kcal por cada 100g del plato, en oposición a las 275 Kcal encontradas en la misma porción del *barreado* tradicional.

Una de las entrevistadas de 82 años recordó que en su infancia y juventud la preocupación por la grasa no existía. Ella recordó que preparaba un *barreado* substancioso y sabroso con carne grasosa, huesos y caracú. No obstante admite que en la actualidad disminuyó la cantidad de tocino ante la demanda de los clientes del restaurante que dirige. Se observó que esta señora, por un lado es portadora de una tradición y, por otro lado, es una empresaria y la principal cocinera del restaurante

de la familia. Así, a pesar de sus preferencias personales para preparar el *barreado*, la entrevistada intermedia los deseos y las necesidades de sus clientes para mantener una buena clientela.

Cabe señalar que no sólo la reducción de la grasa en las recetas, sino todas las adaptaciones observadas, fue justificada por los entrevistados quienes procuraron minimizar el efecto de la alteración de la receta. En el ámbito comercial, la lucha por mantener la identidad del plato fue más evidente. Varios establecimientos afirmaron que preparan el “tradicional *barreado*” y, posteriormente, también aceptaron que realizan algunas innovaciones. La preocupación por proteger la legitimidad del *barreado* ofrecido como plato típico es evidente y parece haber surgido de la comprensión de la importancia de las especificidades del plato (su contexto histórico-cultural, su forma de preparación y su servicio) y, obviamente, de la percepción de la relevancia del flujo de degustadores para el desarrollo de la actividad turística en la región.

CONSIDERACIONES FINALES

Bonin & Rolim (1991: 79) señalan que *conviven en una misma sociedad, los modelos “tradicionales” y “modernos”, con la predominancia de uno u otro, conforme la época. Eso se da en virtud de que la sociedad tiene su propia dinámica, y los hábitos alimentarios estarían incluidos en ella*

Así, la alimentación como práctica cultural se configura y se reconfigura ante los cambios históricos, sociales, culturales, económicos y tecnológicos que alcanzan no sólo la disponibilidad de los productos y recursos técnicos para manipularlos, sino también los significados que son producidos y reproducidos a partir de la preparación y consumo de cada plato.

Se afirma que es justamente esa permeabilidad a las adaptaciones sin perder la esencia la que hace a las tradiciones culinarias tan poderosas desde el punto de vista identitario. Al mismo tiempo que se hacen pequeñas adaptaciones a los ingredientes o preparaciones, los elementos que no se modifican tienden a mantener el carácter tradicional del plato. La cuestión parece residir justamente en el límite de incorporación de innovaciones sin que se pierda la tradición.

Es evidente que cada cambio merece ser analizado de forma pormenorizada sin hacer generalizaciones, pues cada uno puede implicar (o no) un cambio de sentido. De ese modo la sustitución del tocino por el *bacon*, por ejemplo, si bien es inadecuada a los ojos de los más tradicionalistas, no despersionaliza el *barreado*. Por otro lado, la inclusión del tomate ha ocasionado un mayor desequilibrio pues representa un *barreado* más rápido, comercial, un elemento extraño para la receta original que intenta “disfrazar” el color de un caldo que no pasó por el proceso de cocción adecuado. El cambio del tocino por el *bacon* se entiende como un cambio de ingrediente impulsado por la dificultad de encontrar el ingrediente original. En cambio, la inclusión del tomate representa una afrenta a las características esenciales del plato (el largo proceso de cocción que lleva a que la carne se deshaga y a que el caldo quede substancioso y sabroso).

Se observa que algunas de las innovaciones encontradas, principalmente las referentes a los cambios de utensilios y equipamientos de cocción, se destinan a la optimización de la preparación y al almacenamiento del plato y también se dan en el ámbito doméstico. En el ámbito comercial, ante la practicidad, rapidez, higiene y seguridad de los empleados involucrados en su manipulación, las ollas, cocinas y sellos son sustituidos por las versiones más modernas proporcionando un predominio de lo “industrial” y de su “eficiencia” sobre lo “artesanal” y lo “rústico”.

Cuando se observa el uso de ollas de barro, cocinas de leña y sellados de masa tradicionales en ambientes domésticos y comerciales, se verifica que esto se debe al “gusto especial” que se le confiere al plato (en el caso de las ollas y cocinas); pero principalmente por formar parte de un discurso, de una tradición, de una reproducción de hábitos antiguos que se tornan incómodos ante las facilidades modernas pero que remiten a un pasado que se pretende rescatar, valorizar y revivir. Esta opción trasciende a la práctica de la cocina, y se torna una decisión ideológica.

Es claro que el desarrollo turístico de las comidas tradicionales puede incrementar la oferta turística de una localidad; diferenciar un destino de sus competidores; incentivar la creación de empleo directo e indirecto; incentivar a los productores de la región; y contribuir con la difusión y valoración de las tradiciones locales. Ese uso va acompañado de un aumento de la oferta comercial de cada plato, aspecto que da mayor visibilidad, amplía el consumo de los platos, los valora y contribuye a la continuidad de su preparación y degustación.

La ampliación de esta oferta de forma adecuada también significa someterse a las exigencias higiénicas y sanitarias, y garantizar la buena salud financiera del establecimiento, lo que exige la adaptación de todo el proceso productivo. El frágil equilibrio entre el mantenimiento de las características tradicionales y las adaptaciones necesarias para que los platos se puedan ofrecer comercialmente, es el desafío que enfrentan los empresarios que trabajan con la gastronomía regional. En este sentido más que la crítica sin conocimiento de la realidad, lo que compete a los investigadores y planificadores del turismo es contribuir a una mayor comprensión del uso turístico de los platos tradicionales y las consecuencias (positivas y negativas) de ese uso.

Agradecimiento: este artículo fue presentado en el XI SIT – Seminario Internacional de Turismo, que tuvo lugar en Curitiba, 6 y 7 de noviembre de 2009.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abdala, M. C.** (1997) "Receita de mineiridade: a cozinha e a construção da imagem do mineiro". EDUFU, Uberlândia.
- ANVISA** (2004) "Resolução – RDC n.216, de 15 de setembro de 2004". Disponível em <http://www.anvisa.gov.br>. Acesso em 10/05/2008.
- Balhana, A.; Machado, B.; Westphalen, C.** (1969) "História do Paraná" Grafipar, Curitiba
- Bonin, A.; Rolim, M. C. M. B.** (1991) "Hábitos alimentares: tradição e inovação". Boletim de Antropologia. 4 (1):75-90
- Cascudo, L. C.** (2004) "História da alimentação no Brasil". Global, São Paulo
- Fischler, C.** (1998) "A 'McDonaldização' dos costumes". In: Flandrin, J. L; Montanari, M. História da Alimentação. Liberdade, São Paulo, pp.841-862.
- Gândara, J. M. G.; Gimenes, M. H. S. G.; Mascarenhas, R. G.** (2009) "Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos". In: Panosso Netto, A.; Ansarah, M. G. (org). Segmentação do mercado turístico – estudos, produtos e perspectivas. Manole, Barueri, pp. 179-194
- IBGE** (2008) "Perfil dos municípios brasileiros". Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/default.shtm>, Acessado em 20.10.2008
- Gimenes, M. H. S. G.** (2008) "Cozinhando a tradição: festa, cultura e história no litoral paranaense". Tese (Doutorado em História) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba
- Moraes Filho, A. J. M.** (1979) "Festas e tradições populares no Brasil". Itatiaia, São Paulo
- Rando, J.** (2003) "Fandango: contextualização histórica". In: Brito, M. (org). Fandango de mutirão. Miliart, Curitiba, pp.11-33.
- Viana, M.** (1976) "Paranaguá na história e na tradição". Gráfica Vicentina,Paranaguá

Recibido el 09 de noviembre de 2010

Correcciones recibidas el 19 de diciembre de 2010

Aceptado el 03 de enero de 2011

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués