



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

JOSELY LUZ MÜLLER

**A IMPORTÂNCIA DA GASTRONOMIA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL: UMA  
ANÁLISE DA CIDADE DE BELÉM DO PARÁ.**

CURITIBA - PR

2018

JOSELY LUZ MÜLLER

**A IMPORTÂNCIA DA GASTRONOMIA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL: UMA  
ANÁLISE DA CIDADE DE BELÉM DO PARÁ.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Turismo, Setor de Ciências Humanas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Sandro Campos Neves.

CURITIBA - PR.

2018

Dedico este estudo a cidade de Belém do Pará e aos seus diversos sabores, assim como, a minha família e especialmente aos meus pais, que cultivaram em mim o gosto pelos sabores do norte e o orgulho da nossa história e cultura.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, agradeço ao meu orgulho e teimosia, pois graças a eles consegui chegar ao fim desses longos 4 anos de curso. Agradeço, também, aos meus pais, pelo amor, incentivo e apoio. A minha querida amiga Helena, que me acompanhou nessa jornada. Meus amados filhos, Arthur, Lucas e Amanda, pela paciência e compreensão. A todos os professores do curso de Turismo por me proporcionarem o conhecimento e a base para exercer a profissão. Agradeço o professor Sandro, pela orientação, apoio e confiança e a professora Silvana, pelo seu perfeccionismo e suas observações pontuais.

E por último, agradeço a Universidade Federal do Paraná, pela oportunidade de fazer o curso e a todos aqueles que, direta ou indiretamente, fizeram parte da minha formação, o meu muito OBRIGADA.

...

*Que alegre porto, Belém do Pará!  
Que porto alegre, Belém do Pará!  
Vamos no mercado, tem mungunzá!  
Vamos na baía, tem barco veleiro!  
Vamos nas estradas que têm mangueiras!  
Vamos no terraço beber guaraná!*

...

Mário de Andrade

## RESUMO

A gastronomia, enquanto produto turístico, vem ganhando destaque nos últimos anos, sendo necessários estudos que a compreendam e a debatam frente a esses termos. Desse modo, o presente projeto tem como objetivo desenvolver um Guia de Bolso sobre a Cidade de Belém do Pará, mediante a divulgação por meio de *website* e encarte, contendo os pratos típicos mais relevantes da região de Belém (PA). A metodologia de pesquisa aplicada se baseia na pesquisa bibliográfica e documental, bem como na aplicação de questionários online para a análise dos potenciais 'consumidores' do projeto desenvolvido. Os resultados da pesquisa destacam a importância da gastronomia, enquanto produto turístico e abordam a necessidade de uma maior divulgação de tal segmento para a consolidação da atividade.

Palavras-chave: Gastronomia. Prato Típico; Belém do Pará.

## **ABSTRACT**

Gastronomy, as a tourist product, has been gaining prominence in recent years, and the idea of an environment of debate and reflection is scarce. Thus, the present project aims to develop a Pocket Guide on the city of Belém do Pará, through a website and booklet, containing the most relevant typical resources of the region of Belém (PA). The applied research methodology is based on the bibliographical and documentary research, as well as the applications of online questionnaires for an analysis of the potential "consumers" of the developed project. The research highlights the importance of gastronomy, as a tourism product, and addresses the need for greater dissemination of the segment to consolidate the activity.

Keywords: Gastronomy; typical food; Belém do Pará.

## LISTA DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1: Interesse Potencial em Viagens.....                   | 23 |
| Figura 2: Número de Turistas - Pará.....                        | 24 |
| Figura 3: Avaliação da Culinária Local.....                     | 27 |
| Figura 4: Atrativos de Destaque.....                            | 28 |
| Figura 5: Mercado Ver-o-Peso.....                               | 36 |
| Figura 6: Frutas do Belém do Pará.....                          | 38 |
| Figura 7: Imagem inicial do <i>website</i> .....                | 62 |
| Figura 8: Visão da página inicial em um <i>smartphone</i> ..... | 63 |
| Figura 9: Guia impresso.....                                    | 63 |

## LISTA DE GRÁFICOS

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 1: Sexo e Idade dos Respondentes.....                               | 47 |
| Gráfico 2: Estado Civil e Grau de Instrução.....                            | 48 |
| Gráfico 3: Renda e Filhos.....  | 49 |
| Gráfico 4: Frequência - Companhia - Local de Férias.....                    | 50 |
| Gráfico 5: Meios de Transporte.....   | 52 |
| Gráfico 6: Atividade Turística – Preferências.....                          | 53 |
| Gráfico 7: Turismo Gastronômico – Interesse.....                            | 54 |
| Gráfico 8: Informações sobre Bares e Restaurantes.....                      | 55 |
| Gráfico 9: Pratos Típicos de Belém do Pará.....                             | 56 |
| Gráfico 10: Características Principais da Gastronomia de Belém do Pará..... | 57 |
| Gráfico 11: Interesse - Projeto em Turismo.....                             | 58 |

## LISTA DE QUADROS

|  |    |
|--|----|
| Quadro 1: Mandioca e seus Derivados.....               | 31 |
| Quadro 2: Pratos Típicos.....                          | 33 |
| Quadro 3: Objetivos e Procedimentos Metodológicos..... | 41 |
| Quadro 4: Conceitos e Autore.....                      | 43 |

## LISTA DE TABELAS

|  |    |
|--|----|
| Tabela 1: Classificação Quanto ao Tipo e Número de Equipamentos..... | 26 |
| Tabela 2: Perfil do Turista – Pará.....                              | 28 |
| Tabela 3: População do Pará.....                                     | 30 |
| Tabela 4: Cronograma de Execução.....                                | 64 |
| Tabela 5: Recursos Financeiros.....                                  | 65 |
| Tabela 6: Taxas de Adesão.....                                       | 66 |

## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO.....</b>  | <b>11</b> |
| 1.1 OBJETIVOS.....   | 12        |
| 1.1.1 Objetivo geral.....  | 12        |
| 1.1.2 Objetivos específicos.....                                     | 12        |
| <b>2.REVISÃO DE LITERATURA.....</b>                                  | <b>13</b> |
| 2.1 A GASTRONOMIA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL.....                      | 13        |
| 2.2 A RELAÇÃO TURISMO/GASTRONOMIA E O PRATO TÍPICO.....              | 17        |
| 2.3 CARACTERIZANDO BELÉM (PA) COMO DESTINO GASTRONÔMICO.....         | 23        |
| 2.3.1 Demanda Turística.....   | 23        |
| 2.3.2 O Setor de Alimentação.....                                    | 25        |
| 2.4 OS PRATOS E OS INGREDIENTES TÍPICOS DO PARÁ.....                 | 29        |
| 2.4.1 Mandioca e seus derivados.....                                 | 30        |
| 2.4.2 Os Pratos Típicos de Belém (PA) e seus valores turísticos..... | 32        |
| 2.4.3 A Relação do Paraense com os Pratos Típicos.....               | 35        |
| 2.5 PATRIMÔNIO IMATERIAL E ATRATIVO TURÍSTICO.....                   | 39        |
| <b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>                           | <b>41</b> |
| 3.1 TIPO DE PESQUISA.....  | 42        |
| 3.2 TÉCNICAS DE PESQUISA.....  | 42        |
| 3.3 COLETA DE DADOS.....   | 44        |
| 3.3.1 Construção do Instrumento de Coleta de Dados.....              | 44        |
| 3.3.2 Tabulação e Interpretação dos Dados.....                       | 45        |
| <b>4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....</b>                           | <b>47</b> |
| <b>5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....</b>                              | <b>60</b> |
| <b>6. PROJETO DE TURISMO.....</b>                                    | <b>61</b> |
| <b>6.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO.....</b>                                 | <b>61</b> |
| 6.2 ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO.....                             | 64        |
| 6.2.1 Descrição das Etapas para Execução do Projeto.....             | 64        |
| 6.2.2 Descrição dos Recursos Humanos envolvidos em cada etapa.....   | 64        |
| 6.2.3 Descrição do Orçamento e dos desembolsos por etapa.....        | 64        |
| 6.2.4 Avaliação do Retorno do Investimento.....                      | 65        |
| <b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>                                  | <b>67</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>  | <b>70</b> |
| <b>APÊNDICE.....</b>   | <b>75</b> |
| <b>ANEXO.....</b>  | <b>79</b> |

## 1. INTRODUÇÃO

A cidade de Belém do Pará, localiza-se em uma região repleta de riquezas gastronômicas, possui diversos pratos conhecidos e popularizados pelos meios de comunicação de massa, e ainda hoje, a presença desses pratos se fazem presente na mesa do paraense. Desse modo, a gastronomia, enquanto produto ou atrativo turístico, deve ter sua importância analisada, pois apresenta novas possibilidades de criar experiências positivas aos potenciais turistas (FURTADO, 2004).

Logo, ao se analisar a gastronomia paraense pode-se destacar, conforme apresenta Martins (2005), sua resistência aos hábitos modernos de compra e venda, principalmente quando utiliza-se o complexo Ver-o-Peso, como exemplo, porque tal reúne, em único lugar, porto, mercados de peixe e de carne e uma das maiores feiras ao ar livre da América Latina destacando, assim, sua importância para o desenvolvimento gastronômico e turístico da região. Sendo assim, o presente estudo, visa identificar quais os principais pratos típicos da cidade e o seu valor como patrimônio cultural, na opinião dos turistas e moradores, assim como, a viabilidade de um Guia sobre a cidade de Belém (PA). Porquanto, o estudo fará uso de pesquisa bibliográfica e documental; pesquisa de campo, para determinar quais atrativos irão compor o Guia; questionário online, com o intuito de avaliar a importância dos pratos típicos como atrativo turístico na opinião dos respondentes, e tendo como base os dados obtidos durante a pesquisa, pesar o potencial turístico da gastronomia local e se há espaço para o projeto proposto pelo presente trabalho.

Levando esses fatores em conta, o presente estudo que tem como tema, o prato típico como atrativo turístico e utilizando como análise específica os pratos típicos da cidade de Belém do Pará, busca responder aos seguintes problemas, considerados relevantes para que se alcance o objetivo final: Qual a relevância dos pratos típicos para o turismo? Existe Interesse por parte de turistas e potenciais turistas de Belém (PA), em obter maiores informações sobre a gastronomia local e sua história? Quais informações são de interesse do turista e de qual forma preferem que seja disponibilizada? Como a pesquisa é um estudo exploratório, que visa apenas um maior conhecimento da situação, não é necessário o levantamento de hipóteses (DENCKER, 1998).

Com base nos resultados, o presente estudo busca desenvolver um projeto que valorize os pratos típicos oriundos da região de Belém do Pará enaltecendo-os e demonstrando a importância que a gastronomia típica tem dentro do contexto turístico das localidades.

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1 Objetivo geral

Desenvolver um guia sobre a cidade de Belém (PA), no formato de um *website* e encarte, tendo como foco principal os pratos típicos mais relevantes para a gastronomia da região.

### 1.1.2 Objetivos específicos

- Identificar os pratos e selecionar os mais simbólicos para o projeto;
- Pesquisar sobre a demanda turística da região;
- Verificar o interesse dos turistas em conhecer a culinária local.

## 2. REVISÃO DE LITERATURA

A revisão de literatura a respeito de determinada temática tem como objetivo reunir diferentes pontos de vista a respeito do assunto que se encontra em debate. A criação de um tópico com tal finalidade deve esclarecer os pressupostos teóricos que fundamentam à pesquisa, bem como apresentar as contribuições proporcionadas por investigações anteriores (GIL, 2006). O presente trabalho se divide, em seu marco teórico, em alguns tópicos, os quais: gastronomia como patrimônio cultural; a relação do turismo com a gastronomia e, por fim são realizadas considerações acerca do prato típico e suas principais características.

### 2.1 A GASTRONOMIA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL

O conceito de patrimônio cultural imaterial foi introduzido, em 1997, pela UNESCO, sendo definido como o conjunto de formas de cultura tradicional e popular ou folclórica, ou seja, podem ser caracterizadas como obras coletivas que emanam de uma cultura e baseia-se na tradição. Logo, pode-se inferir que “toda cultura é fator de identificação pelos grupos e indivíduos e de diferenciação em relação aos outros, sendo as orientações dos atores em relação aos lugares vizinhos” (WARNIER, 2000, p. 16).

O IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2003, s.p) destaca que:

este patrimônio cultural imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em virtude de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade e contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana.

A partir de tal perspectiva, a cozinha tradicional, ao longo das últimas décadas, tem alcançado reconhecimento pelo seu valor cultural, sendo preservada e tratada como patrimônio imaterial, pois a alimentação de um povo carrega as marcas da sua cultura e por ela é possível ter noção das suas tradições, crenças e diferenças sociais. Pois, de certo modo, são nos hábitos alimentares de uma região

que se materializa a estrutura da sociedade, ou seja, são atualizadas as interações sociais e as representações socioculturais (IKEDA, 2004). Desse modo, a gastronomia, enquanto elemento da cultura, pode ser compreendida como o conhecimento fundamentado de tudo aquilo que se refere ao homem à medida que ele se alimenta objetivando-se, assim, a zelar pela conservação dos homens, por meio da melhor alimentação possível (BRILLAT-SAVARIN, 1995).

Assim sendo,

os significados da alimentação para as sociedades não podem ser compreendidos, dentro de uma visão de mundo que abrange somente indicadores nutricionais e biológicos. O comportamento relativo à comida revela a cultura em que cada um está inserido (MULLER, AMARAL, REMOR, 2010, p. 04).

Montanari (2008) reflete acerca do ato de alimentar-se no cotidiano, destacando que todos os processos envolvendo comida – coleta, cultivo, preparação e consumo – são culturais, pois a alimentação é formada por escolhas baseadas em infinitas combinações de preceitos nutricionais, climáticos, geográficos, políticos, religiosos, sociais e outros.

Segundo Montanari (2008), as oposições entre cultura e natureza, campo cultivado e floresta, permaneceram por muito tempo na história da humanidade e apesar da agricultura espalhar-se gradualmente pelo globo, apenas na Idade Média, garantiu o seu espaço. Pois, o advento das guerras e dominações, trouxe a necessidade de construir barreiras e defender as terras, gerando assim, o sentimento de propriedade e pondo um fim ao estilo de vida nômade (MONTANARI, 2008). Por outro lado, os conflitos facilitaram a troca de tecnologias (formas de plantio, de estabilizar e estocar o abastecimento dos bens agrícolas, maneiras de conservação dos víveres através do sol, fumaça ou salga) entre os povos e como exemplo, cita-se o sistema agrário dos gregos e romanos e o sistema de caça e pastoreio dos povos germânicos, que ao se fundirem, gerou a cultura alimentar hoje conhecida como europeia (MONTANARI, 2008).

Os excedentes de comidas produzidos por camponeses, aliados a nova tecnologia de transportes acabaram por permitir que cada vez mais pessoas se apinhassem primeiro em aldeias maiores, depois em vilarejos e enfim em

idades, todas reunidas sob novos reinos e redes de comércio (HARARI, 2016, p.111).

Juntamente com a evolução do homem, a culinária ganhou novos contornos e à medida em que as sociedades mudam e países são criados, determinados traços alimentares configuram-se como patrimônio gastronômico (HARARI, 2016). Destaca-se que a tradição, a história, os sabores, as técnicas e as práticas culinárias são as principais geradoras da formação das culturas regionais (UGGIONI, 2006). Pois, há uma tendência de valorizar, patrimonialmente, seu saber fazer culinário, ou seja, torna-se parte relevante da história e da cultura local preservar a culinária tradicional (BELUZZO, 2004). Já Poulain (2004) destaca a necessidade do homem em se alimentar para, assim, angariar os nutrientes necessários para a sua sobrevivência, desse modo, “a alimentação tem uma função estruturante na organização social de cada grupo humano, em especial com relação às atividades de produção, distribuição, preparação e consumo” (POULAIN, 2004, p. 19).

A partir da perspectiva do registro das receitas, pode-se inferir que a “elitização” do alimento baseia-se na forma com que este é preparado e servido às classes dominantes (o prazer dando lugar a necessidade), sendo considerada uma demonstração de que todas as maneiras de cozer são escolhas culturais, até mesmo a opção por não cozinhar (MONTANARI, 2008). De tal modo, as muitas formas de cozinhar devem ser discutidas, principalmente, o que está por trás de cada uma delas, qual tradição esconde-se no preparo do alimento e como determina a forma e quando deve ser servido. Afinal, como aborda o folclorista Luís da Câmara Cascudo, “comer é um ato orgânico que a inteligência tornou social” (CASCUDO, 1983).

Assim,

A escolha do que será considerado ‘comida’ e do como, quando e por que comer tal alimento, é relacionada com o arbitrário cultural e com uma classificação estabelecida culturalmente. A cultura não apenas indica o que é e o que não é comida, estabelecendo prescrições (o que deve ser ingerido e quando) e proibições (fortes interdições como os tabus), como estabelece distinções entre o que é considerado ‘bom’ e o que é considerado ‘ruim’, ‘forte’, ‘fraco’, ‘ying e yang’, conforme classificações e hierarquias culturalmente definidas (MACIEL, 2001, p.5).

Portanto, cozinhar vai além da necessidade básica, porque os ingredientes e a forma de preparo da comida demonstram características, hábitos e o modo de vida de um povo. Logo,

Comer é mais que ingerir um alimento, significa também as relações pessoais, sociais e culturais que estão envolvidas naquele ato. A cultura alimentar está diretamente ligada com a manifestação desta pessoa na sociedade. Alimento é um dos requerimentos básicos para a existência de um povo, e a aquisição desta comida desempenha um papel importante na formação de qualquer cultura. Os métodos de procurar e processar esses alimentos estão intimamente ligados à expressão cultural e social de um povo (LEONARDO, 2009, p.2).

Embora os produtos locais e frescos, sejam mais valorizados em detrimento do estrangeiro, vale lembrar que a valorização das cozinhas regionais é um fato recente na história, pouco mais de dois séculos e, portanto, da mesma forma que os idiomas, as tradições culinárias estão fortemente enraizadas na identidade humana (MONTANARI, 2008). Por isso, torna-se complicado aceitar o diferente, mas a história demonstra que em alguns casos, o diferente torna-se “autóctone”, como o tomate na Itália, a batata na Alemanha e o coco no Brasil. Isso demonstra que o confronto entre diferentes culturas não é prejudicial ao patrimônio cultural, mas pode enriquecê-lo e torná-lo mais interessante e em alguns casos, alimentos que são introduzidos em outros ambientes, assim o são não apenas para agradar ao paladar das classes sociais abastadas, e sim, para alimentar os pobres e necessitados (MONTANARI, 2008).

O alimento, enquanto elemento mutável da cultura, está sujeito a passagem do tempo, modismo, fartura e, até mesmo escassez. Por conseguinte, pode-se destacar que os modos alimentares, em sua essência, articulam-se com outras dimensões sociais e com a identidade dos povos. Desse modo, o valor cultural do ato da alimentação é compreendido, enquanto patrimônio, pois a comida pode traduzir as principais características dos povos, nações, civilizações, grupos étnicos e comunidades (MULLER, AMARAL, REMOR, 2010). De acordo com Corner e Angelo (2008, p. 02) “o alimento é um importante fator de revelação de identidade individual e coletiva, ajudando a compreender pela alteridade a própria identidade”. Assim, salienta-se que:

Comida é cultura quando preparada, porque, uma vez adquiridos os produtos-base da sua alimentação, o homem os transforma mediante o uso do fogo e de uma elaborada tecnologia que se exprime nas práticas da cozinha. Comida é cultura quando consumida, porque o homem, embora podendo comer de tudo, ou talvez justamente por isso, na verdade não come qualquer coisa, mas escolhe a própria comida, com critérios ligados tanto às dimensões econômicas e nutricionais do gesto quanto aos valores simbólicos de que a própria comida se reveste. Por meios de tais percursos, a comida se apresenta como elemento decisivo da identidade humana e como um dos mais eficazes instrumentos para comunicá-la (MONTANARI, 2008, p. 16).

No Brasil, o IPHAN é o órgão público responsável por preservar a gastronomia como patrimônio imaterial. E o país, tanto por sua vastidão de território, quanto cultural, ainda não catalogou algumas receitas e modos de fazer na lista a serem diplomadas como patrimônio imaterial pelo Ministério da Cultura. Além disso, é importante lembrar que não é apenas a gastronomia que deve ser preservada enquanto patrimônio cultural no Brasil. Elementos intangíveis como nomes de lugares ou tradições locais são, também, parte do patrimônio cultural, assim como a paisagem cultural e, a junção desses elementos ajudam a compor a peculiaridade de cada região, ajudando a levar a população sentir-se valorizada e com isso, mantenha viva às suas tradições e pratos típicos por mais tempo (IPHAN, 2003).

Figueiredo (2009, p. 34) pondera que “os alimentos e as bebidas de um país são considerados uma das expressões culturais mais importantes a ponto de serem tidos como elementos identitários dessa cultura”. Porque, quando o preparo do alimento engloba uma gama de símbolos e costumes de um povo passa a ser visto e valorizado sob a ótica cultural, despertando curiosidade nas pessoas, tornando-se um produto turístico. Porém, independente de ser ou não o motivo do deslocamento, a gastronomia é usufruída pelos viajantes e, portanto, deve ser encarada como uma ferramenta a favor do turismo (FURTADO, 2004).

## 2.2 A RELAÇÃO TURISMO/GASTRONOMIA E O PRATO TÍPICO

A alimentação, a partir de seu viés cultural, quando observada torna possível a discussão a respeito dos hábitos alimentares, heranças culturais, cotidiano e história de determinado povo (ARAÚJO *et al.*, 2005; FIGUEIREDO, 2009). Logo, “a

dimensão social e cultural da gastronomia determinou incorporá-la ao complexo emaranhado das políticas de patrimônio cultural (SCHLÜTER, 2003, p. 69). Desse modo, a relação turismo e gastronomia torna-se evidente, pois de acordo com Barroco e Barroco (2008), a alimentação é um item indispensável nos deslocamentos turísticos, sendo possível experimentar a cozinha local para saciar a necessidade primordial do indivíduo.

O turismo gastronômico passa a ser um elemento fundamental para a atração dos turistas a determinados destinos turísticos. Desse modo,

A gastronomia como patrimônio local está sendo incorporada aos novos produtos turísticos orientados a determinados nichos de mercado, permitindo incorporar os agentes da própria comunidade na elaboração desses produtos, assistindo ao desenvolvimento sustentável da atividade. A gastronomia faz parte da nova demanda por parte dos turistas de atrações culturais (SCHLÜTER, 2003, p. 79).

Neste contexto, o turismo gastronômico tem como vantagem o uso do alimento como atrativo turístico, porque o caráter democrático da alimentação é desencadeado por sua variedade e características peculiares (BARRETO, 2000). Os turistas, ao realizar o turismo gastronômico, buscam novos conhecimentos e querem experimentar novos sabores, vivenciar outras culturas, utilizando-se do alimento como propulsor (FURTADO, 2004). Portanto, o Brasil por ser um país com dimensões continentais e ter sofrido diferentes influências culturais, possui os requisitos para tornar-se um potencial roteiro gastronômico, pois o uso da gastronomia típica como ingrediente na exploração turística, é cada vez mais desejável para o viajante, por oferecer acesso ao patrimônio cultural e por vislumbrar um pouco da história, e modo de viver da comunidade receptora (FIGUEIREDO, 2009).

Cada região brasileira tem um toque, detalhes particulares no jeito de cozinhar, cada qual com seus cheiros e temperos, seus molhos e segredos culinários e, principalmente, a influência cultural dos povos que se estabeleceram nas diversas regiões (LIMA, 1999, p. 210).

Em adição ao que se apresenta pode-se inferir que “[...] todos os povos que aqui se instalaram, ou mesmo aqueles que tiveram uma rápida passagem pelo

território brasileiro, deixaram marcas na sociedade, pois misturaram seus hábitos originais àqueles praticados no país [...]”. (FAGLIARI, 2005, p.111). Por conseguinte, o contexto do turismo gastronômico é debatido por Mitchell e Hall (2003) que destacam que tal atividade se encontra associada a uma viagem para fora do local habitual motivada, prioritariamente, pelo interesse em comida e bebida.

Lohmann e Netto (2008, p. 94) debatem que:

Há uma significativa diferença entre o turista que come para viajar e o turista que viaja para comer. O primeiro é o turista genérico, que viaja pelos mais variados motivos e espera apenas que a comida dos locais lhe agrade e não os faça mal. O segundo tipo de turista é o que viaja por um motivo específico, qual seja, o gastronômico. Turismo gastronômico é o turismo no qual o deslocamento e a escolha dos destinos são motivados pelo interesse gastronômico.

Quando as localidades passam a compreender a gastronomia como um componente turístico que vai além do cultural, torna-se interessante economicamente e um exemplo disso são os festivais gastronômicos que acontecem tanto nacional quanto internacionalmente (BORTNOWSKA; ALBERTON; MARINHO, 2012). Porque ajudam a valorizar e difundir as regiões, e também são responsáveis por aproveitar as potencialidades dos produtos locais, além de serem uma alternativa para aquecer o turismo em época de sazonalidade. Conseqüentemente, estes festivais são uma forma de apresentar aos turistas, as peculiaridades gastronômicas da região e parte da sua cultura e costumes, em virtude do fato dos alimentos e o preparo estarem carregados com os traços e expressões culturais do local de onde ocorre (FURTADO, 2004).

Cunha e Oliveira (2009) declaram a importância dos festivais gastronômicos, ao apontarem que estes são relevantes para a compreensão da gastronomia do destino turístico, devendo abarcar, em seu desenvolvimento, elementos genuínos quanto ao preparo dos alimentos, mantendo a identidade do povo e favorecendo a ideia de pertencimento a determinado local.

De tal modo, Schlüter (2003) explica em seu livro *Gastronomia e Turismo* (SCHLÜTER, 2003, p. 57, p. 58 e p.59), aqui descrito de forma resumida, a existência de quatro tipos de festas gastronômicas que são utilizadas para enaltecer a gastronomia e a identidade dos destinos turísticos, as quais: ECOFESTAS, se

relacionam com acontecimentos da natureza, como solstício, mudanças de estações e colheitas. A origem é associada a ritos mitológicos e (ou) pagãos da antiguidade e, como exemplo, no Brasil, temos as festas juninas (origem romana trazidas ao país pelos colonizadores portugueses). Nasceu na Roma antiga e a princípio era em homenagem à deusa Juno, como uma celebração ao início do verão e uma forma de auspiciar boas colheitas para a população. Como explica a autora em seu livro, a mudança da mitologia em vigor na época da sua criação, para a atual (cristianismo), foi o fato decisivo para que esta fosse adaptada e com isso, passou a celebrar três figuras importantes do catolicismo: São João, São Pedro e Santo Antônio. Atualmente, destaca-se no país por utilizar produtos típicos de cada região. Como exemplo: Pinhão e quentão no sul e canjica e paçoca no norte; TEOLÓGICAS, celebram acontecimentos religiosos tais como: Natal e Páscoa. Apesar de serem celebrações de cunho religioso, possuem origem pagã e foram adaptadas pelo cristianismo para adequarem-se a sua mitologia e atualmente, o lado comercial é o que predomina, sendo que ambas possuem por característica a mesa farta e alimentos próprios para a ocasião; SECULARES, são aquelas que festejam fatos relevantes do país, em seu conjunto, de uma região ou de algum acontecimento próprio da localidade. Visam a criação de uma coesão social nos diferentes níveis (nacional, estadual, municipal ou regional). Como exemplo nacional, podemos citar as festas dos imigrantes que ocorrem principalmente no sul do Brasil. São famosas por caracterizarem o país de origem, através das suas músicas, decoração e culinária. E por último, as festas PRIVADAS, corresponde aos ritos de transição que se observam no cotidiano, tais como: casamento, festas de debutantes, batizados e entre outros. Todas possuem em comum, o ato de oferecer aos seus convidados o alimento, como uma forma de celebrar o momento festivo.

Em tal contexto, pode-se inferir que os eventos gastronômicos têm o papel de enaltecer o prato típico de determinado destino (RAMOS; SILVA, 2016). Ramos e Silva (2016, p. 81) complementam seu ponto de vista ao destacarem que:

Os alimentos tidos como tradicionais convivem com as inovações gastronômicas provenientes de outras localidades, trazendo consigo novos sabores. A maneira como tais inovações chegam merece destaque em como são incorporadas e, bem como, permanecem em relação a determinados hábitos alimentares e práticas culinárias que criam as

cozinhas regionais. Os pratos que por suas características de preparo e degustação e seu significado constituem símbolos locais, são chamados de pratos típicos.

Assim, o prato típico se caracteriza como uma iguaria gastronômica com cunho tradicional e peculiaridades próprias de determinado local, quer seja no preparo do alimento ou nos ingredientes utilizados. Possui ligação histórica com o lugar e a população, fato que atribui ao alimento identidade cultural por aglomerar certas características sociais, tais como: religião, história e etnia. Tais características reforçam a imagem de exclusividade, o que ajuda a fortalecer a ideia de identidade de um povo e símbolo de um lugar, e com isso podendo vir a ter valor turístico (CUNHA; OLIVEIRA, 2009).

De tal modo,

No âmbito do turismo, a denominação “prato típico” é usada para designar produtos e pratos que são relacionados a uma localidade, sejam eles tradicionais ou não. Contudo, adota-se aqui o entendimento de que um prato típico ou comida típica designa obrigatoriamente uma iguaria tradicionalmente preparada e degustada em uma região, que possui ligação com a história do grupo e integra um panorama cultural que extrapola o prato em si. Esta iguaria, por reforçar a identidade de uma localidade e de seu povo, se torna muitas vezes uma espécie de insígnia local, fato que ganha importância dentro do contexto turístico (GIMENES-MINASSE, 2015, p. 182-183)

Contudo, apesar do fator cultural do alimento e da sua potencialidade turística, deve-se salientar que a relação do turista com a culinária local, acontece independente da gastronomia, ser ou não o motivo principal do deslocamento. Pois, a necessidade de alimentar-se é básica e indispensável e mesmo não sendo a principal motivação turística, não deixa de ser um fator positivo economicamente para o turismo local, pois tem como função principal, saciar a fome (CORNER; ANGELO, 2008).

A gastronomia é um elemento indispensável para a experiência turística, pois é preciso ter em mente que, na maioria das vezes, quando um turista procura um restaurante, o faz com a intenção de saciar a fome, mas ao provar o alimento típico de onde se encontra, expõe-se a cultura desse local através da sua gastronomia (GIMENES-MINASSE, 2013). Contudo, a relação entre gastronomia e

turismo acontece decorrente das mais variadas formas e todas elas irão atrair visitantes para os destinos (EMBRATUR, 2018).

Ao debater a relação turismo e gastronomia, deve-se ponderar o que Macedo (2016) destaca a respeito da gastronomia típica paraense, ao salientar que:

Como não lembrar da foto do chef Alex Atala com um pirarucu nas costas? O mesmo usa em seu restaurante diversos ingredientes da cozinha amazônica, como a farinha, o tucupi e o pirarucu, com isso desponta no cenário internacional como aquele que está a descobrir os sabores regionais da Amazônia, sabores que são elevados à categoria de produtos da floresta, de origem ou de herança indígena. Todavia, o que eles fazem é construir uma nova cozinha com elementos da floresta e de uso ancestral. Na verdade, uma nova cozinha que já nasce velha, porque mantém estruturas dos pratos, ingredientes e técnicas de preparo que são resultados de trocas culturais e por isso mestiça desde o século XV (MACEDO, 2016, p. 286).

Tal discussão reforça a ideia do que torna um prato típico, ou seja, deve-se estabelecer se os pratos típicos apresentados, são mesmo “típicos” ou se são criações para “turista ver”. Em tal conjuntura, as cozinhas passaram a se relacionar com questões de identidade, memória e cultura, incluindo-as como patrimônio gastronômico imaterial das sociedades. Como um dos fatores de identidade local, o prato típico representa, ainda, a identidade que é expressa pelas pessoas e estas ao entrarem em contato com outras culturas, trocam informações e com isso, criam novas tradições ou modificam as existentes (BERNARDES, DUVAL, 2016). Portanto, os pratos típicos não são de caráter imutável e, sim representações do povo e das tradições que estes identificam-se e consideram levar adiante. E, uma vez que, as escolhas alimentares são incorporadas ao processo de desenvolvimento das sociedades, torna-se claro que além de contribuírem para a formação da identidade social dos povos, também se modificam com eles (BERNARDES, DUVAL, 2016).

Considerando o que foi descrito até o momento, o presente trabalho assume que para ser considerado um prato típico, o alimento além de estar ligado a história do lugar e comungar com a cultura local, precisa ter a anuência da população, portanto, nada impede que um prato “vire” típico com o passar do tempo ou que o preparo de um alimento esquecido, seja resgatado, quer por intenções turísticas e/ou culturais.

## 2.3 CARACTERIZANDO BELÉM (PA) COMO DESTINO GASTRONÔMICO

Com o intuito de apresentar dados acerca do perfil e da demanda turística na região de Belém, o presente trabalho aborda as informações presentes no Plano Estratégico de Turismo do Estado do Pará, denominado “VER-O-PARÁ- 2012-2020”; no Plano Estratégico de Desenvolvimento do Estado do Pará: Pará 2030” (2016) e no Diagnóstico da Área e das Atividades Turísticas do Polo Belém - PA (2010). Logo, o presente tópico destaca os dados sobre o setor de alimentação e a demanda turística.

### 2.3.1 Demanda Turística

Os dados utilizados foram retirados do relatório executivo “Ver-o-Pará”, que coletou os dados para a sua análise, dos bancos estatísticos de informações organizadas e mantidas pelos órgãos oficiais e entidades representativas do setor turístico, em âmbito nacional e internacional. Para conhecer o volume turístico atual do Pará e a sua evolução nos últimos dez anos, utilizou-se as séries estatísticas da Companhia Paraense de Turismo - PARATUR e como estimativa de demanda potencial do turismo gastronômico, utilizou os dados sobre os movimentos turísticos internacionais neste segmento específico.

Figura 1: Interesse Potencial em Viagens



Fonte: Programa para o Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal - PROECOTUR (2008).

A Figura 01 apresenta dados sobre a atratividade do segmento turístico no âmbito da Amazônia, para o mercado internacional. De acordo com o estudo de mercado, realizado pelo Turismo da Amazônia Legal Brasileira, em 2008, pelo Ministério do Meio Ambiente, dentro do Programa para o Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal - PROECOTUR, 45% do total dos turistas pesquisados, apresentaram potencial para o turismo de férias na Amazônia brasileira, sendo que a maior porcentagem foi na Europa, com 52,3% dos entrevistados.

Figura 2: Número de Turistas - Pará



Fonte: Programa para o Desenvolvimento do Ecoturismo na Amazônia Legal - PROECOTUR (2008).

De acordo com os gráficos apresentados na Figura 02, o volume total de turistas que chegam atualmente ao Pará é de aproximadamente 665 mil turistas ao ano e dentro deste número, apenas 9% são turistas internacionais. Comparado às outras regiões do Brasil e ao número de turistas que recebe do próprio país, a quantidade de turistas internacionais que chegam ao estado do Pará, ainda não é muito significativa, mas ao analisar os gráficos mais atentamente, é possível perceber que nos últimos anos, o interesse do turista internacional vem crescendo a uma taxa de 8% ao ano, ao passo que o nacional cresceu apenas 4%, anualmente.

### 2.3.2 O Setor de Alimentação

No tópico sobre gastronomia e turismo, destaca-se a importância do setor para a atividade turística, bem como sua inseparabilidade, pois independente do motivo da viagem, o turista fará uso do serviço de alimentação. Portanto, é importante destacar toda a cadeia que compõe o setor de alimentação em Belém (PA). A cidade apresenta um rico e variado conglomerado gastronômico e, segundo a Companhia Paraense de Turismo - PARATUR (2008), existem 489 tipos de equipamentos de alimentos e bebidas cadastrados, servindo comidas típicas e outros tipos de alimentos, dentro dos padrões de qualidade e classificados pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL, 2008).

Em seu website oficial a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - ABRASEL/PA (2008), classifica os estabelecimentos por tipo e categoria, listando da seguinte forma:

- ✓ Restaurante internacional: restaurante clássico;
- ✓ Restaurante típico: são originários de uma região ou de um país;
- ✓ Restaurante gastronômico: sofisticado, que oferece pratos requintados;
- ✓ Restaurante comercial: instalações simples e cardápios de pratos rápidos;
- ✓ Restaurante de empresa: serve comida para funcionários;
- ✓ Churrascaria: especializado em churrascos;
- ✓ Pizzaria: casa especializada em pizza;
- ✓ Cantina: restaurante típico italiano;
- ✓ Brasserie / coffee shop: situam-se no interior de grandes hotéis;
- ✓ Lanchonete: casa especializada em lanches e pratos rápidos;
- ✓ Casa de chá: casa especializada em chás e cafés;
- ✓ Boite (Boate): Casa noturna que serve lanches e pratos à la carte;
- ✓ Bar noturno / café: casa que abre a noite, permanecendo aberta até a madrugada e serve lanches, canapés salgadinhos e pratos rápidos;
- ✓ Buffet: empresa especializada em serviços de banquetes e coquetéis;
- ✓ Fast food: especializada em pratos rápidos.

Em complementação ao que se apresenta, a Tabela 01 expõe a classificação quanto ao tipo e número de estabelecimentos e equipamentos cadastrados, de acordo com pesquisa realizada no Polo Belém, no ano de 2008.

Tabela 1: Classificação Quanto ao Tipo e Número de Equipamentos

| Tipos                          | Número     |
|--------------------------------|------------|
| Restaurante                    | 80         |
| Churrascaria                   | 25         |
| Peixaria                       | 28         |
| Restaurante de Comida Oriental | 12         |
| Bar                            | 90         |
| Lanchonete                     | 53         |
| Fast Food                      | 32         |
| Doceria e cafeteria            | 12         |
| Ponto de Venda de Comidinhas   | 157        |
| Total                          | <b>489</b> |

Fonte: Associação Brasileira de Bares e Restaurantes - ABRASEL/PA (2008).

Como observado na Tabela 01, a gastronomia paraense pode ser consumida em vários restaurantes, localizados no Polo Belém. E como demonstra as duas figuras seguintes, possui uma boa avaliação pelos turistas. Fato este relacionado a uma gastronomia marcante e variada, com uma culinária exótica, capaz de oferecer na alimentação todos os sabores da biodiversidade da Amazônia. E, também, por ser acessível a todas as classes sociais, pois os pratos típicos podem ser servidos tanto a la carte, como em fast food de comidas regionais. Sendo que nas ruas, encontra-se fácil as tapiocas caseiras acompanhadas de café e as tacacazeiras servindo o tacacá nas famosas cuias.

Segundo os relatórios consultados, o Polo Belém possui 489 equipamentos de alimentos e bebidas, porém, os dados da Companhia Paraense de Turismo - PARATUR, do ano de 2008, apontam que apenas 170 possuem potencial turístico, sendo os destacáveis a Estação das Docas e o Ver-o-Peso, por serem os mais conhecidos pelos turistas.

O presente trabalho, destaca os resultados das entrevistas, realizadas pelos órgãos responsáveis, junto aos turistas. A referida pesquisa tem como intuito descobrir a adaptação da demanda ao gosto dos alimentos locais, a qualidade da alimentação e a variedade da culinária local. Logo, é possível constatar nos gráficos,

que a gastronomia local possui boa aceitação, além de ser considerada como um forte atrativo para a realização da viagem. Os pratos diferenciados, aliado as frutas regionais, oferta de peixes e os temperos variados, são fatores que agradam o paladar dos turistas formando uma marca que possibilita sua atração.

As Figuras 01 e 02 apresentam os gráficos que destacam os indicativos da aceitação da gastronomia local pelos turistas. O primeiro (Figura 01) avalia a qualidade e os dados revelam que a maioria significativa dos visitantes a indica como: Excelente e Boa, representando, respectivamente, os percentuais de 30% e 35%.

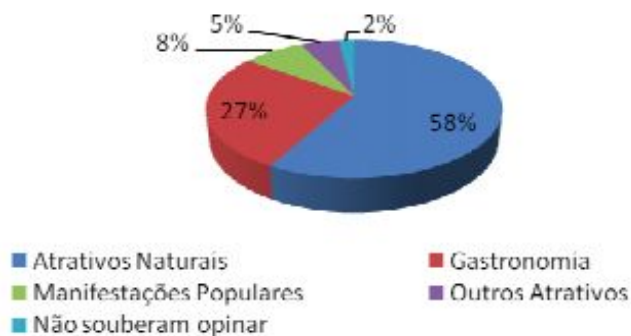
Figura 3: Avaliação da Culinária Local.



Fonte: Companhia Paraense de Turismo - PARATUR (2008).

Enquanto o seguinte (Figura 02), avalia os atrativos que mais chamam a atenção de forma positiva, e a gastronomia aparece em segundo lugar com 27%, atrás dos atrativos naturais (58%). Desta forma, os dados demonstram a aceitação da gastronomia local e interesse por parte dos turistas.

Figura 4: Atrativos de Destaque



Fonte: Companhia Paraense de Turismo - PARATUR (2008).

A partir dos dados apresentados no referido tópico, pode-se perceber a importância da gastronomia frente ao turismo paraense. Com base no que foi descrito até o momento e relacionando os resultados ao objetivo do trabalho, é possível afirmar que há espaço para uma maior divulgação dos pratos típicos da região como atrativo. Pois, os resultados demonstram que há interesse em conhecer a região, assim como a gastronomia local. Na tabela seguinte, por tratar do perfil do turista que visita a cidade, são fornecidas informações importantes sobre o público que possivelmente irá consumir o produto a ser desenvolvido no presente projeto.

A intenção da pesquisa qualitativa realizada junto ao turista do Pará, pelos órgãos responsáveis pela atividade, objetivou conhecer o perfil do turista atual e compreender as motivações que o levaram a visitar a região, além de aferir a percepção da qualidade dos serviços recebidos e identificar através das respostas, a imagem e posicionamento atual do Pará no mercado consumidor.

Tabela 2: Perfil do Turista – Pará.

|                   |   |
|-------------------|---|
| Gênero            | 69% masculino.<br>31% feminino.   |
| Grau de Instrução | 52% educação superior.<br>30% educação básica.<br>18% educação pós-graduação. |

|   |  |
|---|--|
| Média de viagens de lazer realizadas nos últimos meses  | 4,73 viagens.  |
| Médias de viagens nacionais e internacionais por ano    | 2,26 viagens.  |
| Destinos brasileiros que mais gostou nos últimos 3 anos | Fortaleza<br>Santarém / PA<br>Soure e Salvaterra / PA<br>Rio Grande do Norte<br>Recife<br>Bragança / PA<br>Belém / PA<br>São Paulo<br>Rio de Janeiro |
| Quantas vezes visitou o Pará                            | 4,5 vezes  |
| Pernoites que passou no Pará                            | 7,8 noites   |
| Gasto médio total da viagem                             | R\$ 1.829  |
| Destinos que visitou no Pará                            | Santarém<br>Belém<br>Conceição do Araguaia<br>Marabá<br>Salinópolis<br>Mosqueiro<br>Altamira   |

Fonte: Companhia Paraense de Turismo - PARATUR (2008).

Logo, a partir de tais dados deve-se ponderar a respeito de seus pratos típicos e características marcantes, sendo tal debate realizado no tópico posterior.

#### 2.4 OS PRATOS E OS INGREDIENTES TÍPICOS DO PARÁ.

Para elencar os pratos e/ou ingredientes típicos da região de Belém (PA), foi utilizado a tese apresentada por Macedo (2016) e *websites* que debatem a respeito da gastronomia e sua construção identitária. Logo, deve-se destacar que apenas os pratos mencionados, tanto na tese quanto nos *websites*, foram considerados como pratos típicos. Suas descrições foram retiradas do *website* oficial da cidade de Belém (PA).

Ao que diz respeito às imagens, estas são oriundas do *website* gastronômico: Sacola Brasileira, assim como algumas descrições de preparo. Em complementação, cabe destacar que Macedo (2016), em sua tese, aborda “A cozinha mestiça: Uma história da alimentação em Belém (fins do século XIX e meados do século XX)”, realizando uma pesquisa sobre as origens dos pratos e, destacando a influência de outras culturas na composição dos mesmos. Pois, ao

contrário do que se pensa, a comida regional que hoje se entende por típica é fruto de mestiçagens ocorridas ao longo do tempo (MACEDO, 2016).

Assim,

A comida tida como típica da Amazônia e original (autóctone) das tradições indígenas, é na verdade, uma comida mestiça que teve influência dos colonos e imigrantes, e, portanto, pode ser pensada como mestiça. (...) a tese traz um novo olhar e entendimento sobre a comida na cidade de Belém, problematizando e desmistificando a ideia de que a comida amazônica é consumida de maneira originalmente indígena (MACEDO, 2016, p.291).

Tal citação pode ser corroborada a partir da tabela 03, a seguir.

Tabela 3: População do Pará

| Ano  | População Pará | População Estrangeira |
|------|----------------|-----------------------|
| 1872 | 275.223        | 6.529                 |
| 1890 | 328.455        | 4.039                 |
| 1900 | 445.356        | 2.201                 |
| 1920 | 983.507        | 22.083                |
| 1940 | 944.644        | 11.074                |
| 1950 | 1.123273       | 8.215                 |

Fonte: EMMI, Marília Ferreira. Italianos na Amazônia (1870-1950): pioneirismo econômico e identidade. Belém: NAEA,EMMI (2008)

Além dos imigrantes europeus, Macedo (2016) aponta a influência nordestina e africana no preparo da culinária local. Fato este, que explica o motivo de alguns pratos típicos de Belém, serem considerados típicos de outras regiões, variando apenas alguns ingredientes ou modo de preparo, mas mantendo o nome, como é o caso do vatapá, caruru, “biju” e até mesmo a maniçoba.

A seguir, uma lista com os principais ingredientes e pratos típicos de Belém. Cada um com uma breve descrição e imagem ilustrativa. Para compor o texto das descrições, foram consultados sites sobre gastronomia, revistas online e artigos.

#### 2.4.1 Mandioca e seus derivados

Santos (2011) debate a respeito da mandioca, os benefícios e origem, afirmando que a planta cultivada e disseminada no território brasileiro, onde se observa a maior variação nas formas de utilização de sua raiz. O autor, ainda,

pondera que a familiaridade do povo brasileiro com a mandioca deve-se ao fato de que os nativos a cultivavam antes mesmo da chegada dos portugueses. A primeira referência à mandioca está na carta de Pero Vaz de Caminha, enviada a Portugal, quando do descobrimento.

(...) Eles não lavram nem criam. Nem há aqui boi ou vaca, cabra, ovelha ou galinha, ou qualquer outro animal que esteja acostumado ao viver do homem. E não comem senão deste inhame, de que aqui há muito, e dessas sementes e frutos que a terra e as árvores de si deitam. E com isto andam tais e tão rijos e tão nédios que o não somos nós tanto, com quanto trigo e legumes comemos (...). (Trecho da carta de Pero Vaz de Caminha, 1500, retirado do acervo digital do Ministério da Cultura, Departamento Nacional do Livro).

São diversos os derivados da mandioca, porém serão listados apenas aqueles que possuem alguma relação com os pratos típicos, seja no preparo ou servindo como guarnição, conforme Quadro 01.

Quadro 1: Mandioca e seus Derivados

| INGREDIENTES       | CARACTERÍSTICAS   | IMAGENS   |
|--------------------|---|---|
| Farinha d'água     | No Norte do Brasil, a farinha d'água ocupa espaço de honra, hora como protagonista ou servindo de guarnição. É encontrada em diversas granulações e costuma ter a cor amarelada, por ser feita com a mandioca brava.  |  |
| Goma de Tapioca    | A fécula é o resultado da decantação da massa espremida da mandioca. O processo de fabricação é mais delicado que o da farinha d'água. A raiz precisa estar limpa e ralada. A massa é prensada e deixada para “descansar”, até que a goma se deposite no fundo e a água excedente é descartada, deixando apenas uma sólida goma úmida de tapioca.               |  |
| Farinha de Tapioca | Subproduto da fécula de mandioca. A goma úmida é passada em uma peneira de tecido grosso, até formar bolinhas. Depois de formadas, vão para o tacho, por mais ou menos meia hora, passam mais uma vez pela peneira, só que dessa vez para separar a farinha grossa, da média e da fina e por fim, voltam para o tacho, no qual começam a “espocar” como pipoca. |  |

|         |   |  |
|---------|---|--|
| Tapioca | A goma precisa estar úmida para ser peneirada e após esse processo, é distribuída e aquecida em uma frigideira, formando discos sólidos, porém macios que são consumidos geralmente no café da manhã ou lanche da tarde. É servido de diversas formas, mas o mais comum é ser servido com manteiga ou recheio de coco.          |   |
| Tucupi  | Feito da manieira (líquido resultado da prensagem da massa de mandioca brava). Depois que a fécula é decantada, o líquido é separado e deixado para fermentar. Após fermentar, é cozido por mais ou menos uma hora para eliminar o ácido cianídrico. É vendido puro ou temperado com pimenta de cheiro, alfavaca, jambu e alho. |   |
| Maniva  | Ao contrário dos ingredientes acima, a maniva não é um produto da raiz da mandioca e sim, da folha que é moída e cozida por 7 dias, por ter uma alta concentração de ácido cianídrico. Pode ser usado tanto as folhas da mandioca mansa, quanto da brava e de preferência as folhas com verde intenso e sem os talos.           |  |

Fonte: Elaborado pela Autora (2018).

Por conseguinte, do ponto de vista gastronômico, as possibilidades de utilização da mandioca são ilimitadas e é na culinária do norte do Brasil, que a raiz e seus derivados, assim como a sua folha, se fazem mais presente no preparo dos pratos regionais.


#### 2.4.2 Os Pratos Típicos de Belém (PA) e seus valores turísticos

Do ponto de vista político, a gastronomia da região é um importante atrativo e, portanto, recebe destaque nos planos de fomento turístico. Um exemplo é o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Estado do Pará: “Pará 2030” (2016) que aglomera os principais pontos estratégicos para o desenvolvimento da cidade, elaborado pelo Governo do Estado do Pará, com o intuito de criar dezessete medidas que oficializam ações de investimento e incentivos para doze importantes setores ligados ao desenvolvimento do Estado, sendo um destes o gastronômico. O


plano é fruto de contribuições das secretarias do estado, representantes de setores econômicos e acadêmicos, bem como de uma parceria com a empresa de consultoria McKinsey<sup>1</sup>. Segundo o programa, a gastronomia típica do Estado é um valioso atrativo ainda a ser explorado por turistas nacionais e estrangeiros, porque possui amplo potencial de expansão e, foi eleita como Cidade da Gastronomia pela Unesco. No *website* da cidade, a gastronomia é descrita como “a mais autêntica do Brasil, justamente pelas suas características regionalíssimas”, pois “os ingredientes básicos são oriundos da exuberante natureza (fauna e flora) da Amazônia, como camarão, caranguejo, marisco, peixe, caças, pato, suas famosas ervas, chicória, coentro, jambu, pimentas de cheiro”.

A cidade, além dos ingredientes e pratos citados anteriormente, possui outras iguarias consideradas como típicas, as quais: a casquinha de caranguejo, chibé, camarão seco, pirarucu, moqueca, caldeirada de filhote e outros. Porém, como informado anteriormente, o trabalho apresenta apenas aqueles destacados por Macedo (2016) e os *websites* de gastronomia, conforme Quadro 02.

Quadro 2: Pratos Típicos

| PRATOS   | CARACTERÍSTICAS   | IMAGENS   |
|----------|---|---|
| Maniçoba | Era temperada apenas com sal e pimenta e consumida com peixes e (ou) carnes, mas ao sofrer influência portuguesa, passou a ser temperada com mais temperos e utilizar o toucinho e outras partes do porco. O preparo demora uma semana, pois a folha da mandioca é venenosa (ácido cianídrico) e é preciso cozinhar por 7 dias, para que o consumo possa ser considerado seguro. É servido tradicionalmente em panela de barro ou porcelana, com arroz branco, farinha d'água e pimenta de cheiro a gosto. É um prato típico de datas festivas, presente no almoço do Círio de Nazaré e muito comumente servido na ceia de Natal. |  |

<sup>1</sup>Empresa global de consultoria de gestão que atende empresas líderes, governos, organizações não governamentais e organizações sem fins lucrativos.

|                        |  |   |
|------------------------|--|---|
| <p>Pato no Tucupi</p>  | <p>Constituído de pato, tucupi e jambu. O tucupi é um caldo amarelo extraído da mandioca e precisa ser fermentado por um dia. O pato, depois de assado, é cortado em pedaços e fervido no tucupi, onde fica de molho por algum tempo. O jambu é fervido em água com sal, escorrido e posto sobre o pato. É servido com arroz branco e farinha de mandioca.</p>   |    |
| <p>Vatapá Paraense</p> | <p>Não leva peixe, nem amendoim ou castanha-de-caju. Ao caldo da cozedura das cabeças e das cascas de camarão salgado perfumado com alfavaca, chicória, alhos e cheiro verde, adiciona-se farinha de trigo e/ou de arroz, obtendo-se um mingau. Acrescenta-se o leite de coco puro, camarões já fervidos e azeite de dendê.</p>  |    |
| <p>Tacacá</p>          | <p>Origem indígena, é um caldo fino, servido em cuias e vendida pelas "tacacazeiras", geralmente ao entardecer, na esquina das principais ruas das cidades paraenses, sobretudo Belém. É constituído de uma mistura que leva tucupi, goma de tapioca cozida, jambu e camarão seco. Por exemplo, o tacacá que era encontrado em alguns interiores ainda era servido com peixe e mesmo formiga saúva à maneira indígena.</p> |   |
| <p>Caruru Paraense</p> | <p>Feito com quiabo, camarões secos e inteiros, tempero verde (alfavaca e chicória), farinha seca bem fina e azeite de dendê. Após fervidos o quiabo, o tempero verde e os camarões na água, acrescenta-se a farinha e faz-se um pirão. Estando pronto o pirão, adicionam-se os quiabos bem escorridos, o camarão já refogado com todos os temperos e, por último, o azeite de dendê.</p>                                  |  |

Fonte: Elaborado pela Autora (2018)

A partir do que se apresenta pode-se perceber a importância da gastronomia dentro da cultura paraense devido, principalmente, a diversidade existente de pratos e ingredientes. O tópico posterior apresenta a relação do paraense com a gastronomia da região.

### 2.4.3 A Relação do Paraense com os Pratos Típicos

O presente texto foi composto por pesquisas realizadas nos *websites* oficiais do estado do Pará e da cidade de Belém, bem como do conteúdo compilado pelas teses de Macedo (2016) e Andrade (2014). Segundo o material consultado, o Pará conquista com sua gastronomia ao apresentar ao viajante sabores e gostos novos e experiências únicas. A culinária de Belém do Pará é considerada uma das culinárias mais “brasileiras” do país, tendo a cultura indígena como sua maior influência, além de carregar traços das cozinhas portuguesa e africana. Mas, não só a culinária, como a fauna e flora, é reconhecida no Brasil e no mundo, por sua diversidade. Tanto que os principais ingredientes utilizados na cozinha do paraense, são provenientes da natureza local e a região, pois possui mais de uma centena de espécies comestíveis.

O açaí, um dos ingredientes típicos da região, costuma ser servido puro ou com açúcar e acompanhado de farinha d’água ou farinha de tapioca, além de servir de guarnição para acompanhar peixes e carnes. Em Belém, é possível encontrar uma barraca de vendedor de açaí, em quase todas as esquinas e o fruto está presente no dia a dia do paraense. O Tacacá, caldo servido quente composto por tucupi, jambu, camarão e goma de tapioca, também é encontrado facilmente pelas esquinas da cidade, é servido em uma cuia e é muito utilizado para curar ressaca. As tacacazeiras (responsáveis pela produção do caldo) são equivalentes as baianas do acarajé na Bahia, e assim como elas, também são Patrimônio Cultural Imaterial.

Os pratos citados, costumam ser vendidos em barracas nas ruas, assim como em restaurantes. Mas, também são preparados nas cozinhas particulares, são pratos de caráter festivo e, portanto, é mais comum o seu preparo pela população, nos finais de semana ou em ocasiões especiais. Consequentemente, alguns destaques devem ser feitos, os quais:

- ✓ **Mercado Ver-O-Peso:** foi criado em 1688 e possui vinte e seis mil e quinhentos metros quadrados, reúne duas mil barracas e a origem do nome deve-se aos portugueses, quando estes resolveram cobrar impostos de todos os produtos que entravam e saíam da Amazônia e para tanto, vistoriavam os

pesos e medidas dos mesmos. Ainda hoje, são comercializadas ervas medicinais e para banho, frutas regionais e exóticas da floresta com os mais diferentes sabores, artesanato, utilidades domésticas, carnes, peixes e temperos. O setor de carnes e peixes, é todo feito com ferro importado da Inglaterra. Diversos barcos, atracam nas Docas diariamente, trazendo produtos do rio e da floresta que depois são vendidos nas barracas montadas no pátio junto ao mercado. O complexo ver-o-peso possui ainda, a Praça do Relógio, do pescador, dos velames, o solar da beira e os mercados municipais e de ferro (SCHLÜTER, 2003; MACEDO, 2016).

Figura 5: Mercado Ver-o-Peso



O Mercado do Peixe é um pedaço do Ver-o-Peso. Foto: Neldoson Neves/Divulgação

Fonte: Google Imagens (2018).

- ✓ **Frutas:** Os frutos e frutas do Norte podem ser consumidos *in natura* ou na forma de doces e sorvetes. Alguns são conhecidos e apreciados fora da região Norte e, segundo o site oficial da cidade de Belém, os principais frutos da região são: Açaí, Cupuaçu, Bacuri, Biribá, Taperebá, Pupunha, Murici, Buriti, Sapotilha, Cacau Guaraná, Ingá Jaca, Jambo, Jatobá, Jenipapo, Manga, Tamarindo, Tucumã, Umari, Taperebá, Castanha-do-pará e manga, essa, facilmente encontrada nas ruas da capital paraense, cujas mangueiras formam verdadeiros túneis.

Na época do descobrimento, as frutas do Brasil chamavam a atenção dos europeus, Assunção (2012) apresenta descrições feitas pelos viajantes em seu livro

História do Turismo no Brasil - Entre os séculos XVI e XX (2012), conforme as destacadas a seguir:

Outra fruta há nesta terra muito melhor, e mais prezada dos moradores de todas, que se cria em uma planta humilde junto ao chão: a qual planta tem umas pencas como erva-babosa. A esta fruta chamam ananases, nascem como alcachofras, os quais parecem naturalmente pinha, e são do mesmo tamanho, e alguns maiores. Depois que são maduros, tem um cheiro *mui* suave e comem-se aparados feitos em talhadas. São tão saborosas, que a juízo de todos não há fruta nesse Reino que no gosto lhe faça vantagem, e assim fazem os moradores por eles mais, e os tem maior estima que outro nenhum pomo que haja na terra (GÂNDAVO, 1558, trecho retirado do livro História do Turismo no Brasil - Entre os séculos XVI e XX (ASSUNÇÃO, 2012).

O guaraná, de acordo com Assunção (2012), ganhou o paladar dos colonos e, na segunda metade do século XIX, o mercado mundial. Do mesmo modo que o açaí, não é um fruto que possui muita polpa, mas ao contrário deste, o que se consome são as suas sementes. O fruto é colocado para secar, extraíndo-se a casca e as sementes postas em um pilão e socadas até virarem pó, o qual é misturado a água quente.

Por sua vez, o açaí está presente na mesa das famílias e, em todo o território brasileiro. Hoje, é um forte representante da economia local. Pode ser servido com farinha de mandioca ou farinha de tapioca utilizado no almoço como prato principal acompanhado de peixe, camarão ou charque frito, sendo encontrado em duas colorações: o açaí roxo e o açaí branco. Do açazeiro é produzido o palmito de açaí, extraído da base da copa, bastante utilizado na culinária regional, em pratos finos.

O açaí é o mais usado, mas esta forma um artigo universal do regime em todas as partes da região. O fruto, que é perfeitamente esférico, é do tamanho de uma cereja, contendo pouca polpa entre casca e o caroço. Faz-se com ele, juntando água, uma bebida espessa, violeta. Que mancha os lábios como amoras. O fruto do miriti é também alimento comum, embora a polpa seja ácida e desagradável, pelo menos para o paladar europeu. (BATES, 1944)

Figura 6: Frutas do Belém do Pará



Fonte: Google Imagens (2018).

Andrade (2014) analisa as mudanças nas formas de venda e consumo do açai na Região Metropolitana de Belém e sua relação com a identidade de lugar de seus consumidores. De acordo com Andrade (2014), o açai passou de alimento base da dieta das populações amazônicas de origem ribeirinha a “alimentação *fitness*”, largamente consumido fora da Região Amazônica, em padrões muito diferentes dos estabelecidos.

A globalização do açai, de acordo com a autora, ocorreu em meados da década de 1990 e as análises apontam que tal evento, coincidiu com um processo produtivo mais organizado, tecnológico, envolvendo maiores volumes financeiros, atingindo escala industrial. Entretanto, apesar de haver espaço em Belém para a nova forma de consumo e processo produtivo, prevalece na cidade o processamento artesanal em estruturas de pequeno porte e o consumo tradicional. A pesquisa aponta um crescimento do consumo, em função do surgimento de novos locais especializados na venda do açai, mas ao contrário do restante do país, a forma preferida pelos moradores ainda é a tradicional, sendo incipiente a adesão a novos acompanhamentos, como granola e aveia.

Andrade (2014) debate, ainda, sobre a preferência dos acompanhamentos tradicionais, as facilidades que vieram junto com a modernização, o alto preço (também associado a modernização) e o sentimento de identidade que o povo nutre em relação ao fruto.

A preferência pelos acompanhamentos tradicionais, como farinha d'água ou de tapioca, açúcar e peixe, permanece, assim como pelo consumo privado, no âmbito da casa, que tem sido favorecido pela disponibilidade do serviço de entrega, recurso recente. A frequência geral de consumo diminuiu, em função do aumento de preço e de mudanças na rotina, como aumento da distância entre local de trabalho e residência. A pesquisa permitiu reafirmar a importância do açaí na vida cotidiana dos belenenses que o consomem, para os quais ele funciona como elemento de distintividade, continuidade, autoestima e autoeficácia, em estreita relação com aspectos próprios da metrópole (ANDRADE, 2014, p 08).

A autora alerta o lado negativo que a popularização do fruto trouxe. Pois, antes de tornar-se um produto globalizado, o acesso a açaí de qualidade, era de todos e hoje em dia, vem tornando-se privilégio inacessível aos consumidores de menor poder aquisitivo. O que é um fator preocupante, pois o açaí não é apenas um fator de identidade para o povo paraense, mas por muito tempo, era o alimento de todos e em alguns casos, o único (ANDRADE, 2014).

A partir do que se debate no presente tópico pode-se perceber a importância da gastronomia tanto para os turistas que visitam a região quanto para os moradores que necessitam do alimento para sobreviver, desse modo, discutir acerca da comercialização de tais produtos torna-se relevante, pois impacta a população e os indivíduos que visitam o destino em busca de pratos típicos e diferentes daqueles de seu cotidiano habitual.

## 2.5 PATRIMÔNIO IMATERIAL E ATRATIVO TURÍSTICO

Ao tratar da gastronomia dentro do turismo, é necessário que se inclua todas as particularidades envolvidas, como a cultura, os modos de preparo e apresentação dos alimentos, entre outras (GIMENES, 2011). Em adição a tal perspectiva, Müller (2012, p. 23) destaca que “a tradição, o valor simbólico dos alimentos, a história, os sabores e saberes, as técnicas de produção e os modos alimentares são responsáveis pela formação das culturas gastronômicas regionais”. Ou seja, são representantes da cultura de determinado destino turístico que, de certo modo, abarcam pratos típicos para apresentar ao ‘forasteiro’ suas heranças e características culturais. Desse modo, o turismo gastronômico busca enaltecer esse

viés destacando os saberes fazeres regionais, bem como as características culturais prementes de determinadas regiões (GIMENES-MINASSE, 2015).

Quinzani, Capovilla e Corrêa (2016, p. 250) ponderam acerca da gastronomia brasileira, destacando que:

Quando se fala em gastronomia brasileira, não se pode pensar como um todo, o que se come no Brasil, mas sim, nas várias possibilidades gastronômicas existentes em seu vasto território. Equivaleria pensar que as diversas expressões gastronômicas refletidas em alguns pratos mencionados neste artigo podem ser definidas como gastronomias regionais que se exprimem através de pratos típicos determinados pela cultura local, pelos ingredientes e por várias outras influências.

Conseqüentemente, através do uso do patrimônio local que o turismo exerce, a gastronomia está se tornando cada vez mais importante para aumentar o fluxo turístico de uma destinação, pois pode-se usá-la para uma promoção mais atrativa dos destinos (SCHLÜTER, 2003). Sendo assim, o projeto proposto (*Website* e Guia impresso), visa divulgar os Pratos Típicos de Belém (PA), assim como, sua cultura e história, com o intuito de fornecer ao turista, que avalia a gastronomia como um dos fatores decisivos no momento da escolha do local de viagem, uma prévia da cidade (*website*) e, aquele, que utiliza da experiência vivida, na decisão de retornar ou não ao local posteriormente, um *souvenir* (Guia impresso), a ser consultado. Pois como afirma o Ministério do Turismo, a imagem turística deve ser estabelecida para o consumidor antes do processo de decisão de compra, gerando uma relação de acolhimento do destino com o turismo. Portanto, o projeto nasce com a proposta de proporcionar ao pretense turista, através do *website*, uma imagem de que o destino provoca experiências positivas e instiga o desejo no turista de visitá-lo, enquanto o guia impresso, seria uma lembrança da visita.

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente tópico apresenta os procedimentos metodológicos a serem utilizados para o desenvolvimento da presente pesquisa. Rodrigues (2006) pondera que a investigação, no contexto científico, deve ser analisada como um processo relevante tanto para a aquisição quanto para a produção de conhecimento, possibilitando, de tal modo, a compreensão do mundo e dos cenários que nos rodeiam. Desse modo, com o objetivo de reunir dados para a construção do marco teórico e alcançar o objetivo geral deste estudo (visando uma melhor organização do trabalho, optou-se por limitar em no máximo 10, os pratos e (ou) ingredientes) para a elaboração do Guia de Bolso. O trabalho utiliza-se de uma abordagem exploratória, mediante pesquisa bibliográfica e documental, que consiste em análise de fontes secundárias. Para o objetivo específico, fez uso de uma abordagem exploratória, por meio de pesquisa bibliográfica, documental e questionário, sendo os quais debatidos posteriormente.

O Quadro 03 apresenta um resumo dos objetivos e das ferramentas metodológicas a serem utilizadas para o desenvolvimento do presente trabalho.

Quadro 3: Objetivos e Procedimentos Metodológicos

|                                |  |  |   |
|--------------------------------|--|--|---|
| <b>Objetivo Geral</b>          | Desenvolver um guia sobre a cidade de Belém (PA), no formato de um <i>website</i> e encarte, tendo como foco principal os pratos típicos mais relevantes para a gastronomia da região. |  |   |
| <b>Objetivos Específicos</b>   | Identificar os pratos e selecionar os mais simbólicos para o projeto.  | Pesquisar sobre a demanda turística da região. | Verificar o interesse dos turistas em conhecer a culinária local. |
| <b>Fonte de Dados</b>          | Bibliografia / Secundária  | Bibliografia / Secundária                      | Campo / Primária  |
| <b>Instrumento de Coleta</b>   | Pesquisa bibliográfica e documental  | Pesquisa bibliográfica e documental            | Formulário  |
| <b>Procedimentos de Coleta</b> | Pesquisa bibliográfica   | Pesquisa bibliográfica                         | Pesquisa de Campo   |
| <b>Análise dos Dados</b>       | Revisão de Literatura  | Revisão de Literatura                          | Análise Descritiva  |

Fonte: Elaborado pela Autora (2018).

A partir do que se apresenta no Quadro 03 pode-se observar os procedimentos metodológicos empregados para o alcance dos objetivos propostos, sendo possível debatê-los, de modo mais amplo, posteriormente.

### 3.1 TIPO DE PESQUISA

A partir da análise dos objetivos da pesquisa, pode-se inferir que a mesma se caracterizou como exploratória, pois de acordo com Malhorta (2004) e Révillion (2003) consideram que o pressuposto central da pesquisa exploratória é compreender as razões e motivações subentendidas para determinadas atitudes e comportamentos sendo, frequentemente, empregada na construção de hipóteses e variáveis a serem aplicadas durante a pesquisa.

Gerhardt e Silveira (2009, p. 35) destacam que:

Este tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. A grande maioria dessas pesquisas envolve: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas e questionários com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão.

Desse modo, empregar a pesquisa exploratória, em tal projeto, se justifica, pois este tem como proposta identificar os pratos típicos e os estabelecimentos que constarão no roteiro e para tanto, utiliza de diferentes ferramentas metodológicas, com o intuito de coletar informações nos mais variados meios, as quais: pesquisa documental, bibliográfica e entrevistas.

### 3.2 TÉCNICAS DE PESQUISA

As técnicas de pesquisa utilizadas são: bibliográfica, consiste na coleta de informações com base em textos, livros, artigos e demais materiais de caráter científico; documental, coleta de conteúdo com informações úteis para a pesquisa, podendo ser utilizado jornais, revistas, catálogos, e outros documentos

não-científicos; aplicação de questionários *online* com o intuito de compreender o conhecimento dos entrevistados frente aos pratos típicos de Belém (PA).

A pesquisa bibliográfica “é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrentes de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses, entre outros” (SEVERINO, 2007, p. 122). Desse modo, Traina e Traina Junior (2009) apontam que realizar uma pesquisa bibliográfica é parte integrante do cotidiano dos pesquisadores e estudantes, pois é uma das tarefas que impulsionam o aprendizado, bem como o amadurecimento da área de estudo. Sendo assim, para grande parte da construção do referencial teórico, o presente estudo fez uso da pesquisa bibliográfica ao consultar, artigos, teses, monografias e livros, necessários para a construção da Revisão de Literatura.

Da mesma forma, para um debate mais abrangente da temática, empregou-se, ainda, a pesquisa documental que tem como fonte de coleta de dados, documentos, escritos ou não, que se constituem em fontes primárias de pesquisa (MARCONI; LAKATOS, 2010). Fonseca (2002, p. 32) salienta que:

A pesquisa documental trilha os mesmos caminhos da pesquisa bibliográfica, não sendo fácil por vezes distingui-las. A pesquisa bibliográfica utiliza fontes constituídas por material já elaborado, constituído basicamente por livros e artigos científicos localizados em bibliotecas. A pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão, etc.

Mediante o exposto, o estudo sinaliza o uso de ambas as pesquisas na composição da Revisão de Literatura. Assim demonstrado, de forma resumida, no Quadro 04, a seguir.

Quadro 4: Conceitos e Autores.

| CONCEITOS                            | AUTORES  |
|--------------------------------------|--|
| GASTRONOMIA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL | WARNIER, 2000; IPHAN, 2003; IKEDA, 2004; MULLER, AMARAL, REMOR, 2010; MONTANARI, 2008; HARARI, 2016; OGGIONI, 2006; BELLUZZO, 2004; CASCUDO, 1983; MACIEL, 2001; LEONARDO, 2009; FURTADO, 2004; FIGUEIREDO, 2009; ANGELO, 2008 |

|  |   |
|--|---|
| GASTRONOMIA E TURISMO                            | BARROCO E BARROCO, 2008; ARAÚJO <i>et al.</i> , 2005; FIGUEIREDO, 2009; SCHLÜTER, 2003; BARRETO, 2000; FURTADO, 2004; LIMA, 1999; FAGLIARI, 2005; Mitchell e Hall (2003; Lohmann e Netto 2008; BORTNOWSKA; ALBERTON; MARINHO, 2012; Cunha e Oliveira (2009; RAMOS; SILVA, 2016; CUNHA; GIMENES-MINASSE, 2015; |
| PRATOS TÍPICOS E SUAS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS | MACEDO, 2016; MONTANARI, 2008; SCHLÜTER, 2003; EMBRATUR, 2018; PROECOTUR 2008; PARATUR 2008; ABRASEL/PA (2008; ABRASEL, 2008; Santos 2011; Pará 2030, 2016, PARATUR, 2018   |

Fonte: Elaborado pela Autora (2018).

Por fim, para se compreender os potenciais consumidores do projeto de turismo a ser proposto, e com o intuito de alcançar o maior número possível de respondentes, o questionário foi disponibilizado *online*, em grupos de viagens do *Facebook*, pois são estes os interesses centrais da pesquisa em questão. O questionário que serviu como instrumento de coleta de dados, encontra-se no APÊNDICE 1, e é possível observar, como este foi construído para o alcance dos principais objetivos.

### 3.3 COLETA DE DADOS

A primeira etapa do trabalho contará com dados recolhidos de fonte secundária, pois se restringe a pesquisa documental e bibliográfica. Porém, para a segunda parte, o trabalho busca abranger dados tanto de fonte secundária quanto primária, essa última consiste na aplicação de questionário semi estruturado, conforme o que se apresenta no APÊNDICE 1.

#### 3.3.1 Construção do Instrumento de Coleta de Dados.

O instrumento de coleta de dados utilizado para a compilação de dados para a pesquisa foi o questionário, sendo este semi estruturado e desenvolvido a partir dos objetivos a serem alcançados com o presente estudo. Desse modo, o

questionário, apresenta os principais questionamentos realizados aos potenciais turistas e possíveis consumidores do projeto de pesquisa a ser apresentado posteriormente.

Primeiramente, foram realizadas questões para a definição do perfil dos respondentes, para assim, identificar o sócio econômico do potencial turista. Para uma complementação a tais questionamentos, e para desenvolver um perfil de viagem dos respondentes, foram feitas questões, que indagavam a respeito do hábito enquanto viajante. Por fim, foram questionadas as preferências gastronômicas dos entrevistados, principalmente quando em viagem, para se compreender de que modo a gastronomia influencia a experiência de viagem e como utilizar essa informação, para a composição do projeto Guia de Bolso.

A partir dos dados obtidos, foi possível compreender a importância que a gastronomia do Belém do Pará tem frente aos possíveis visitantes da cidade, podendo-se analisar a viabilidade do projeto em turismo a ser proposto.

### 3.3.2 Tabulação e Interpretação dos Dados

Para alcançar o objetivo geral, um dos objetivos específicos foi identificar as necessidades dos potenciais turistas da cidade de Belém, através da aplicação de questionários *online*, com perguntas abertas e fechadas. As perguntas abertas são aquelas que o entrevistado responde do modo que desejar, dando sua opinião, enquanto as fechadas apresentam alternativas definidas para que o respondente escolha dentre elas (DENCKER, 1998; SCHLÜTER, 2003b). O questionário consiste em uma lista com perguntas organizadas de modo lógico para que se obtenham informações sobre um determinado tema (SCHLÜTER, 2003b), tendo como finalidade obter informações de modo ordenado sobre as variáveis que interferem no estudo. No turismo, as informações, normalmente, são aquelas utilizadas para definir o perfil do consumidor do potencial consumidor do produto e/ou serviço a ser desenvolvido. O questionário é entregue às pessoas para que elas o respondam sozinhas, por isso deve ser bem claro sobre o que se pede (DENCKER, 1998).

Deste modo, como abordado anteriormente, o questionário foi disponibilizado em grupos sobre turismo no *Facebook*, tais como: Viagens e Turismo

e o que quiser DIVULGUE aqui!!!!; Portugal que ninguém conta; Solteiros de Mochila; Turismo - Turismólogo - Turismólogo; Agências de viagem; Trocando receitas com O Alho Francês; Grupo de Viagens e Mulheres Viajantes. O questionário permaneceu aberto a respostas por um mês e após esse período, os dados foram compilados para a análise. O mesmo foi respondido integralmente, (visto que todas as 27 questões, eram de caráter obrigatório e sem espaço para comentários) por 66 participantes. Os dados obtidos, foram apresentados e debatidos através do emparelhamento, ou seja, foram comparados com as informações encontradas na teoria para que, assim, fosse obtida uma visão mais abrangente dos resultados encontrados na pesquisa.

## 4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

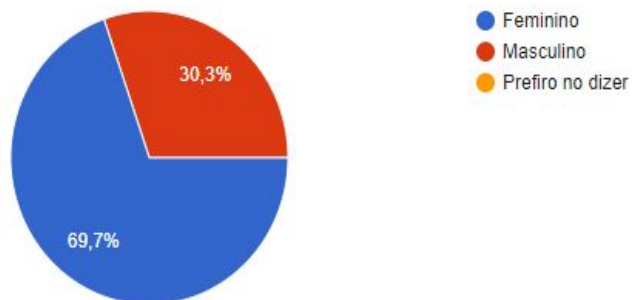
O presente tópico apresenta os resultados encontrados com a aplicação do questionário nos grupos da rede social Facebook, verificando-se o perfil dos potenciais turistas de Belém do Pará, bem como de que forma a gastronomia vem sendo analisada por tais consumidores. Logo, serão apresentados os gráficos com os resultados obtidos durante a pesquisa, o modelo do questionário utilizado, encontra-se no APÊNDICE 1.

O local de residência da maioria dos respondentes é Curitiba, seguido de Rio de Janeiro e outras cidades. Quanto ao sexo dos respondentes, a maioria é feminino (69,7%), com a faixa etária entre 35 a 44 anos (34,8%), conforme o que se apresenta no Gráfico 01.

Gráfico 1: Sexo e Idade dos Respondentes

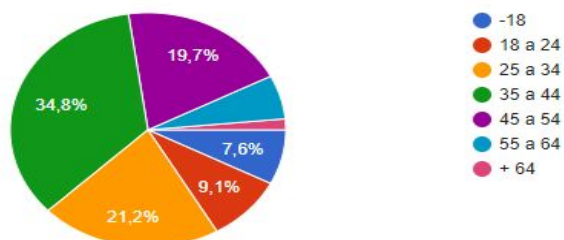
### 2. Sexo?

66 respostas



### 3. Idade?

66 respostas



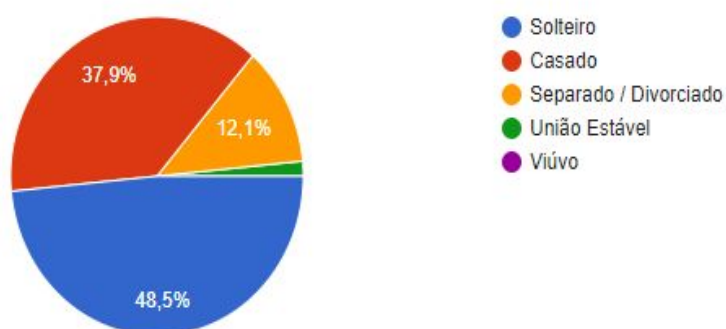
Fonte: Google Formulário (2018).

Ao que diz respeito ao estado civil e o grau de instrução dos respondentes, pode-se inferir que os mesmos são, em sua maioria: Solteiros (48,5%) e com superior completo (36,4%), respectivamente, conforme Gráfico 02.

Gráfico 2: Estado Civil e Grau de Instrução

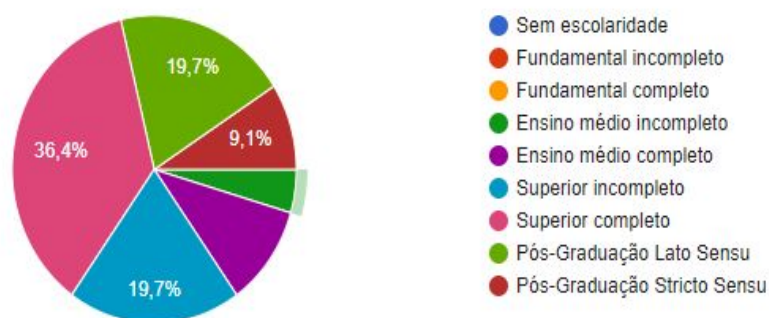
#### 4. Estado Civil?

66 respostas



#### 5. Grau de instrução?

66 respostas



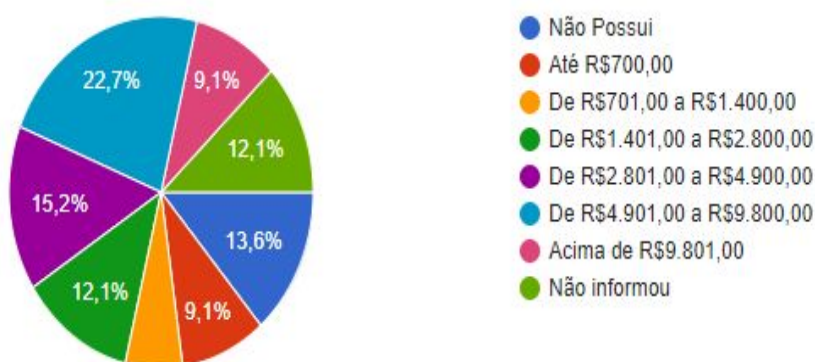
Fonte: Google Formulários (2018).

A renda mensal dos entrevistados está em torno de R\$ 4901,00 a R\$ 9800,00 (22,7%), sendo que na maioria das residências residem quatro ou mais pessoas (34,8%), e que 53% dos respondentes tem filhos, conforme o que se destaca no Gráfico 03.

Gráfico 3: Renda e Filhos

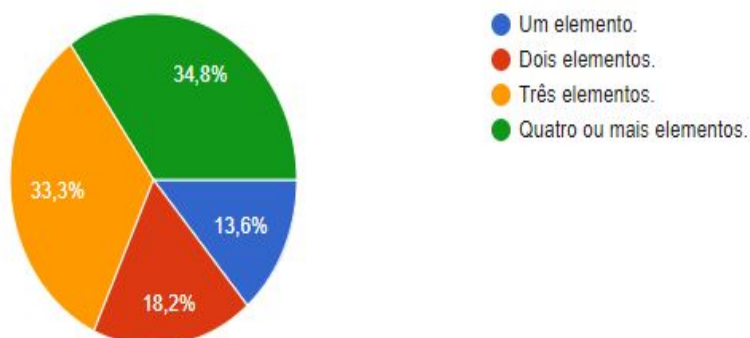
## 6. Renda mensal individual:

66 respostas



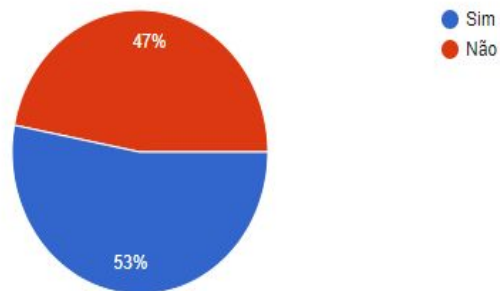
## 7. Contando com você, quantas pessoas residem no seu endereço?

66 respostas



## 8. Tem filhos?

66 respostas



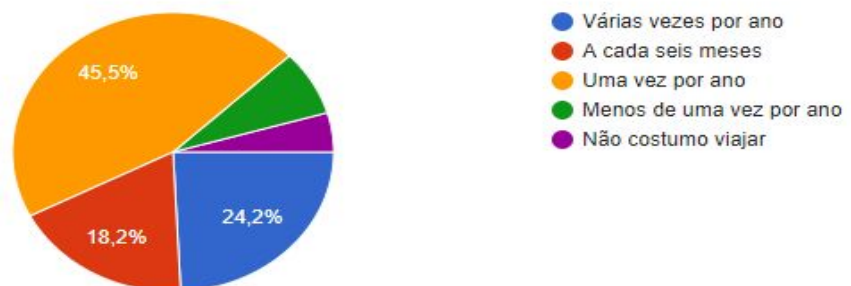
Fonte: Google Formulários (2018).

Para a compreensão dos hábitos de viagens, foi perguntado acerca da frequência das viagens, bem como outras informações consideradas pertinentes para a compreensão do perfil do potencial turista de Belém do Pará, sendo estas apresentadas nos gráficos a seguir. Primeiramente, os respondentes destacaram que costumam viajar uma vez por ano (45,5%) e, em sua maioria, tais viagens ocorrem juntamente com a família (63,6%), sendo realizadas para outros estados brasileiros (65,2%). O Gráfico 04 apresenta os principais resultados de tais questionamentos.

Gráfico 4: Frequência - Companhia - Local de Férias

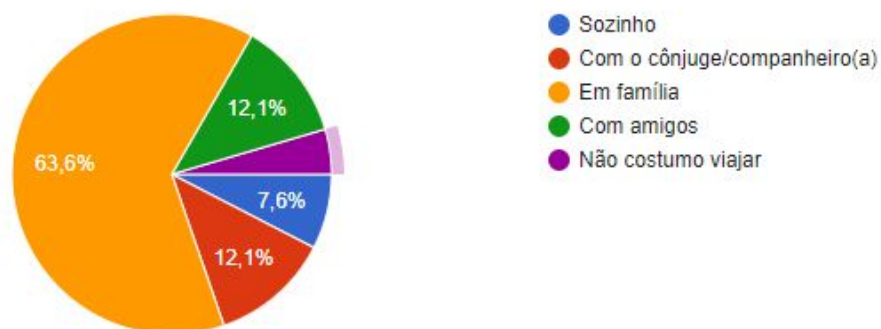
## 10. Com que frequência costuma viajar?

66 respostas



## 11. Como costuma passar as férias?

66 respostas



## 12. Para onde você costuma viajar?

66 respostas



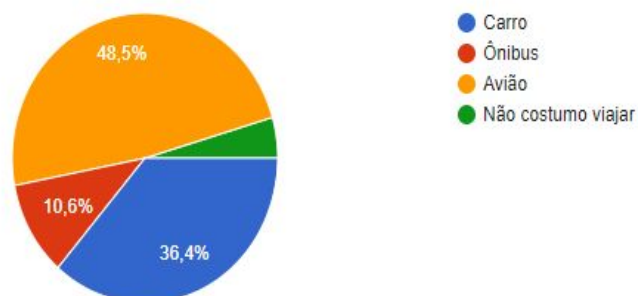
Fonte: Google Formulários (2018).

O meio de transporte mais utilizado é o avião (48,5%), sendo que a escolha de tal meio de transporte é afetada tanto pelo preço (31,8%) quanto pelo menor tempo de viagem (31,8%), conforme Gráfico 05.

Gráfico 5: Meios de Transporte

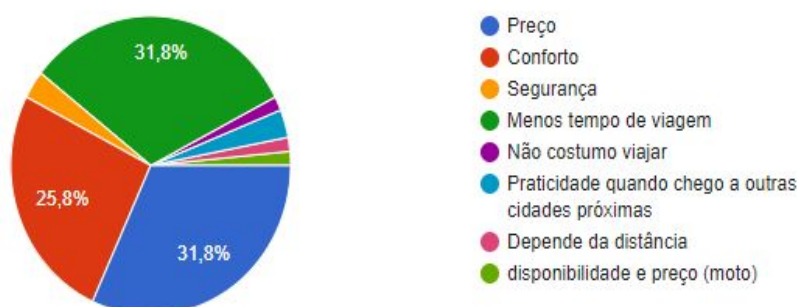
13. Qual o meio que você mais utiliza para viajar?

66 respostas



14. O que te leva a escolher um meio de transporte para viajar?

66 respostas



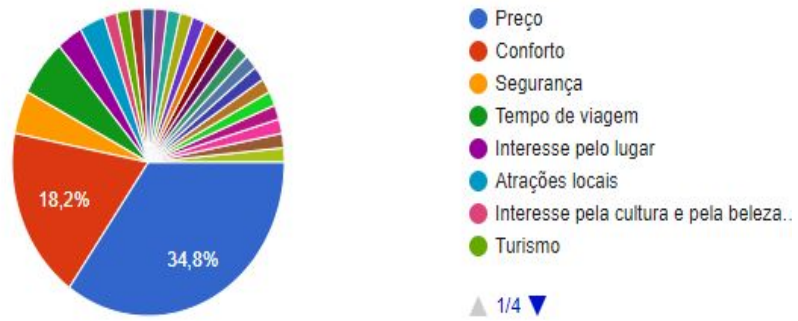
Fonte: Google Formulários (2018).

Em adição a tal perspectiva, questionou-se quais características levam o respondente a escolher determinado destino, sendo a principal preço (34,8%), seguido de conforto (18,2%), sendo que a duração das férias dos respondentes é de 05 a 10 dias (51,5%), sendo o segmento de sol e praia (40,9%), o tipo de turismo mais realizado por aqueles que responderam o questionário, conforme Gráfico 06.

### Gráfico 6: Atividade Turística – Preferências

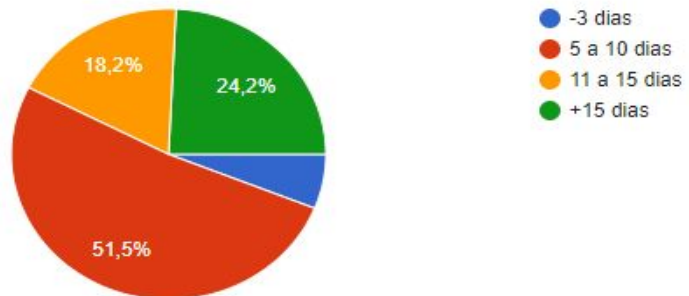
15. O que te leva a escolher um destino?

66 respostas



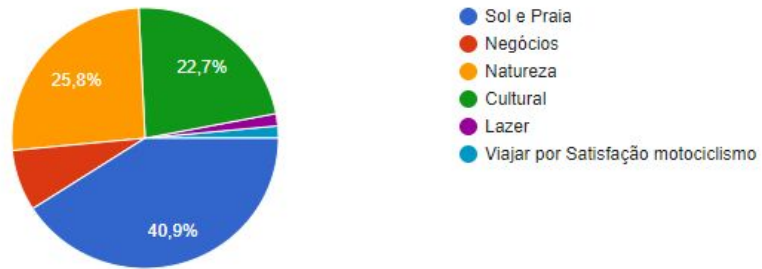
16. Qual a duração das suas férias?

66 respostas



### 17. Que tipo de turismo faz com maior frequência?

66 respostas



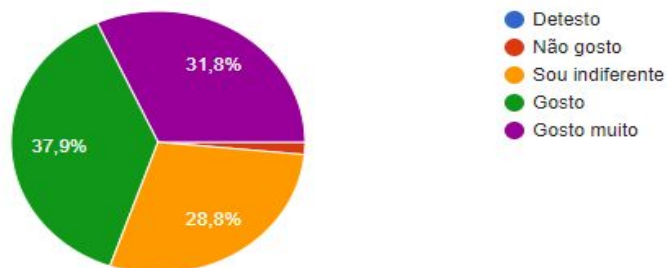
Fonte: Google Formulários (2018).

Quanto ao grau de interesse dos entrevistados na realização de atividades relacionadas ao turismo gastronômico tem-se que a maioria gosta de realizar (37,9%), porém a maioria nunca realizou atividades voltadas a tal segmento (59,1%), conforme o que se apresenta no Gráfico 07.

Gráfico 7: Turismo Gastronômico – Interesse

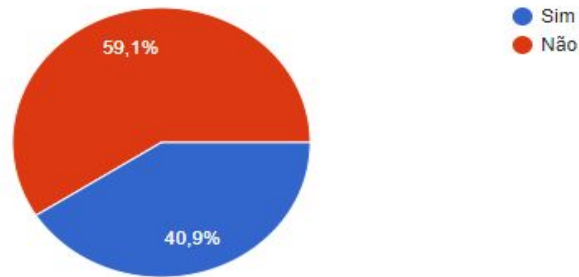
### 18. Qual o seu grau de interesse em atividades de turismo gastronômico?

66 respostas



## 19. Já participou em atividades de turismo gastronômico?

66 respostas



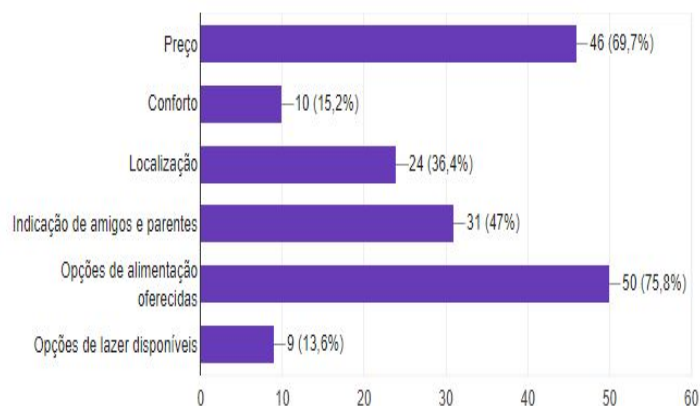
Fonte: Google Formulários (2018).

Os respondentes, também, destacaram que antes de viajar buscam informações a respeito de bares e restaurantes no destino (50%), sendo que as informações mais valorizadas são: Opção de alimentação oferecidas (75,8%); Preço (69,7%); e indicação de amigos e parentes (47%), respectivamente, conforme Gráfico 08.

Gráfico 8: Informações sobre Bares e Restaurantes

21. Quando pesquisar sobre um bar e ou restaurante para visitar em uma viagem, o que valoriza mais? Escolha até 3.

66 respostas



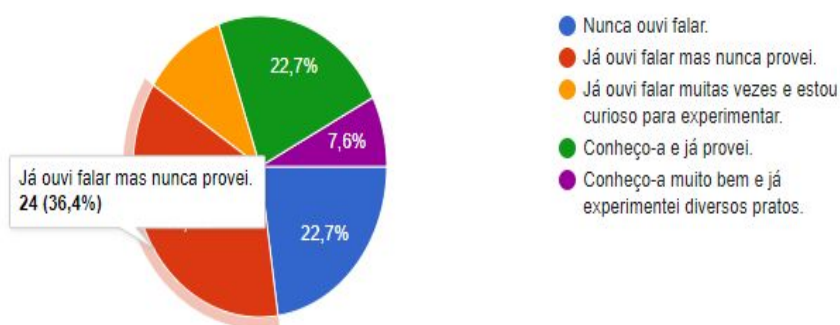
Fonte: Google Formulários (2018).

Com o intuito de compreender a importância da gastronomia típica de Belém do Pará, foram realizados alguns questionamentos, sendo os principais resultados os seguintes: 36,4% dos respondentes ouviram falar dos pratos, porém nunca provaram; tomando conhecimento a respeito destes através de parentes e amigos (43,1%). Caso o respondente afirma-se que conheceu os pratos pela internet foi perguntado por qual meio e a maioria respondeu que conheceu os pratos através do *facebook* (35,3%), conforme dados destacados no Gráfico 09.

Gráfico 9: Pratos Típicos de Belém do Pará

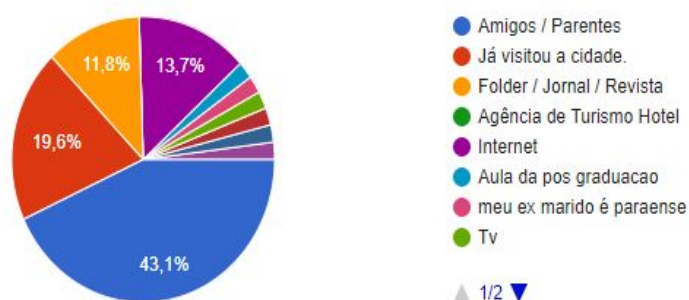
## 22. Conhece os pratos típicos da cidade de Belém do Pará?

66 respostas



## Caso positivo, como tomou conhecimento?

51 respostas



Fonte: Google Formulários (2018).

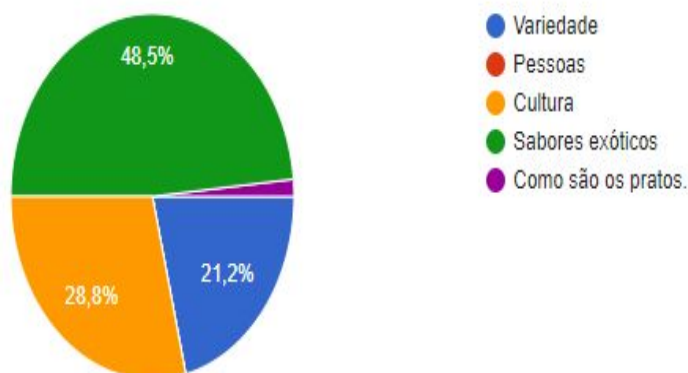
Para aprofundar o conhecimento dos respondentes acerca dos pratos típicos da região, questionou-se se os mesmos consideravam os pratos típicos como atrativos turísticos, sendo que a maioria concorda totalmente com tal afirmação (40,4%); quando questionados a respeito da degustação dos pratos, os respondentes, em sua maioria, não sabiam opinar (37,5%); porém a maioria destaca que tem intenção de conhecer os pratos típicos de Belém do Pará (44,2%).

Ao avaliarem a gastronomia de Belém do Pará, a maioria dos respondentes a avaliam moderadamente, ou seja, concordam em parte com sua atratividade (36,8%). Os sabores exóticos (48,5%) são as principais características lembradas pelos respondentes, conforme o que se apresenta no Gráfico 10.

Gráfico 10: Características Principais da Gastronomia de Belém do Pará.

24. Quando pensa nos pratos típicos da cidade de Belém do Pará, o que vem a sua mente?

66 respostas



Fonte: Google Formulários (2018).

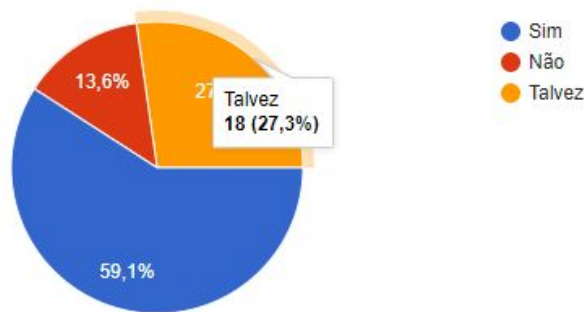
Para analisar a viabilidade de um guia gastronômico a respeito dos pratos típicos de Belém foram realizados alguns questionamentos, sendo os principais resultados, os seguintes: 59,1% teriam interesse em consultar um guia gastronômico sobre a cidade, sendo que a criação de um *website* (49,2%) seria o meio mais atrativo para os respondentes. A indicação de restaurantes (51,6%), seguido da

história dos pratos (29%) são os conteúdos mais relevantes, de acordo com os entrevistados, Gráfico 11.

Gráfico 11: Interesse - Projeto em Turismo

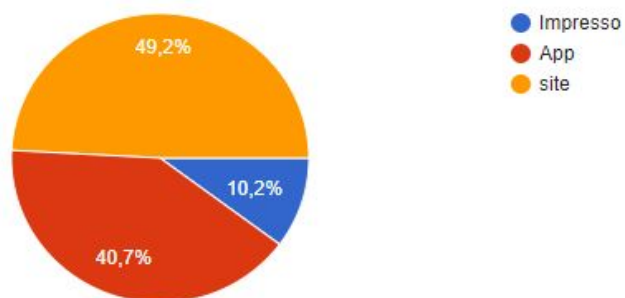
25. Teria interesse em consultar um guia gastronômico da cidade?

66 respostas



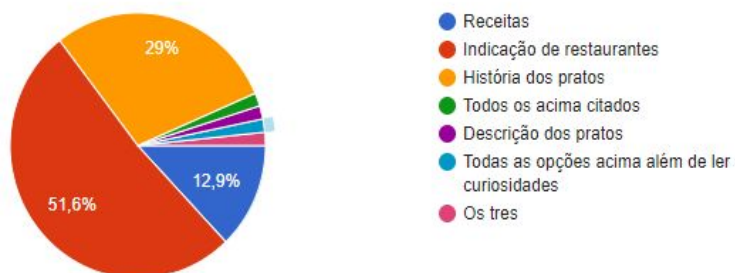
Caso afirmativo, qual formato é mais atrativo?

59 respostas



## O que gostaria de consultar no guia?

62 respostas



Fonte: Google Formulários (2018).

Por fim, são questionados a respeito dos pratos típicos e sua importância, enquanto patrimônio, sendo os resultados obtidos os seguintes: 78,8% dos entrevistados concordam que os pratos típicos de Belém do Pará podem ser considerados patrimônio turístico, bem como a maioria destaca a importância dos pratos típicos enquanto atrativos turísticos (42,4%).

A partir dos dados apurados alguns pontos devem ser discutidos para o desenvolvimento do Projeto em Turismo, a ser debatido no Tópico 06.

## 5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Em resumo, a partir da aplicação dos questionários com potenciais turistas, foi possível identificar o perfil dos consumidores e quais as informações mais relevantes na escolha de um local para fazer refeições.

Foram obtidas 66 respostas podendo-se avaliar as principais características dos consumidores do Projeto de Turismo a ser proposto posteriormente. Para os respondentes, a viagem é um aspecto importante, pois a realizam uma vez ao ano e buscam destinos com preços acessíveis, mas que possuam atrativos turísticos relevantes para a experiência turística. Em tal conjuntura, a gastronomia é um elemento integrador para a divulgação e escolha do destino, principalmente ao que diz respeito à utilização dos pratos típicos como forma de enaltecer a cultura e o patrimônio da localidade a ser visitada.

De tal modo, a relação existente entre o turismo e gastronomia deve, ainda, ganhar destaque na conjuntura da divulgação dos destinos turísticos, pois como pode ser percebido a partir das respostas adquiridas, os respondentes percebem a importância de tal elemento para a atividade, porém ainda não o enaltecem quando ao compará-los aos preços e o conforto de determinado destino turístico.

Na maioria dos casos, a gastronomia é observada enquanto um elemento primordial para saciar a necessidade humana primordial: a fome e, esquece-se a importância dos pratos frente à propagação da cultura de determinado destino turístico. Nesse sentido, o Projeto de Turismo a ser proposto busca enaltecer a gastronomia de Belém do Pará, a utilizando como um elemento de marketing a ser disseminado pelos responsáveis pela atividade turística. Para tal, o desenvolvimento de um aplicativo e um *website* é proposto para que, desse modo, as novas tecnologias possam ser inseridas na premissa da união entre o turismo e a gastronomia suscitando, assim, novas experiências turísticas.

## 6. PROJETO DE TURISMO

### 6.1 DESCRIÇÃO DO PROJETO

O projeto proposto para este trabalho é o desenvolvimento de um *website* e guia impresso, sobre a cidade de Belém do Pará. Como resultado dessa pesquisa, as informações necessárias no *website* e guia são: história da cidade, curiosidades linguísticas, receitas, indicações de restaurantes e passeios, variedade de frutas, curiosidades regionais e entre outros. Outros itens escolhidos pela pesquisadora foram: localização dos atrativos, assim como os horários e fotos tanto do ambiente e dos pratos típicos citados no presente trabalho.

O nome definido para o projeto é “Guia de Bolso da Cidade de Belém” e o público-alvo são os turistas que apreciam tanto a gastronomia como os diversos atrativos turísticos locais. A escolha do layout do site e guia impresso, ocorreu no segundo semestre de 2018 e foi contratado o serviço de uma empresa de comunicação para o desenvolvimento de ambos, mas para que esteja disponível para o público alvo, se faz necessário atrair interessados em investir no projeto. Já que o projeto Guia de Bolso, aborda temas como a história e demais atrativos turísticos, sem perder o foco principal, que continua a ser os pratos típicos da região. O projeto visa conseguir investidores do setor turístico, privado e (ou) público, mas para iniciar o projeto e visando valor monetário, primeiramente o projeto mira em investidores do setor de bares e restaurantes. Como exemplo de investidor auspiciado pelo projeto, passando esse primeiro momento, seria o Instituto Paulo Martins - IPM<sup>2</sup>, pois este, possui o mesmo objetivo do projeto proposto, pelo presente trabalho. Objetivo este, que vem a ser, fornecer aos visitantes um canal de conhecimento sobre a cidade, seus atrativos, gastronomia e história. Disponibilizado pelo projeto Guia de Bolso, no formato de *website* e, também, um Guia de Bolso

---

<sup>2</sup> O Instituto Paulo Martins é uma entidade de direito privado, sem fins lucrativos, criada em 2012 que tem como principal objetivo promover o estudo e a divulgação da gastronomia paraense e amazônica brasileira, realizando ações práticas, de pesquisa, educação e capacitação tecnológica, social e cultural voltadas para o desenvolvimento econômico do segmento através de diversas atividades, tais como turismo, agricultura familiar, nutrição, engenharia de alimentos, agronomia, história, sociologia, antropologia, entre outras; apoiando, valorizando e difundindo, ainda, o encontro da gastronomia e das diversas artes amazônicas, considerando e preservando o meio ambiente, suas raízes e formas de expressão.

impresso, para ser consultado em qualquer lugar, assim como guardado como souvenir da visita. Para que o projeto possa chegar ao público alvo, faz-se necessário a construção e manutenção do *website* e conseguir investidores para a confecção do guia impresso. O projeto Guia de Bolso, pretende ser um canal de divulgação da cidade, assim como, prestar o serviço de divulgação dos restaurantes parceiros e com isso, auxiliar na decisão dos consumidores, reunindo todas as informações pertinentes aos estabelecimentos em um só local.

O investimento inicial para a realização do projeto é de R\$ 9.700,00, para a construção do site, R\$ 6.080,00 para a impressão inicial de 10 mil guias de bolso, dando o valor total de R\$ 15.780,00 o detalhamento desse investimento será apresentado na descrição do orçamento.

Em virtude de fornecer alguma noção do que poderá vir a ser o *layout* do projeto, o presente trabalho, disponibiliza a seguir, algumas imagens do *website* e capa, corpo e contracapa do Guia de Bolso impresso. Imagens mais detalhadas, encontram-se no ANEXO.

Figura 7: Imagem inicial do *website*



Fonte: Elaborado pela Autora (2018)

Figura 8: Visão da página inicial em um *smartphone*



Fonte: Elaborado pela Autora (2018)

Figura 9: Guia impresso



Fonte: Elaborado pela Autora (2018)

## 6.2 ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO

### 6.2.1 Descrição das Etapas para Execução do Projeto

A realização do projeto foi feita em cinco etapas, sendo elas: 1) Identificação do perfil e necessidades dos consumidores, através da aplicação do questionário; 2) Identificação de quais informações constarão no *website* e guia de bolso; 3) Levantamento do orçamento necessário para o desenvolvimento do site; 4) Criação do layout do site e guia; 5) Lançamento do site para o público em geral e impressão dos guias.

Tabela 4: Cronograma de Execução

| ETAPA  | AGOSTO | SETEMBRO | OUTUBRO | NOVEMBRO |
|--|--------|----------|---------|----------|
| Identificação das necessidades dos consumidores                            | X      |          |         |          |
| Identificação das informações necessárias no guia.                         | X      | X        |         |          |
| Levantamento do orçamento necessário para o desenvolvimento do site e guia |        |          | X       |          |
| Criação do layout do site e guia   |        | X        | x       |          |
| Lançamento do projeto  |        |          |         | X        |

Fonte: Elaborado pela Autora (2018).

### 6.2.2 Descrição dos Recursos Humanos envolvidos em cada etapa.

Os recursos humanos envolvidos na realização do projeto são mínimos. As três primeiras etapas, contarão apenas com a atuação da pesquisadora e as duas últimas etapas, faz-se necessário a contratação dos serviços dos profissionais da empresa de comunicação para criação do guia impresso e desenvolvimento do site e, após seu lançamento, a manutenção mensal do mesmo por 12 meses corridos.

### 6.2.3 Descrição do Orçamento e dos desembolsos por etapa.

Os custos para a execução do projeto foram levantados de acordo com as

necessidades de mão de obra e serviços para a realização de cada etapa. Os custos descritos logo abaixo, demonstram qual é o investimento inicial total necessário para o desenvolvimento total do projeto.

Tabela 5: Recursos Financeiros

| ETAPA | DESCRIÇÃO                        | HORAS    | VALOR UNITÁRIO               | VALOR TOTAL                  |
|-------|----------------------------------|----------|------------------------------|------------------------------|
| 1     | Pesquisador                      | 30 horas | R\$ 30,00                    | R\$ 900,00                   |
| 2     | Pesquisador                      | 30 horas | R\$ 30,00                    | R\$ 900,00                   |
| 3     | Pesquisador                      | 30 horas | R\$ 30,00                    | R\$ 900,00                   |
| 4     | Empresa de comunicação e Gráfica |          | R\$ 4.500,00<br>R\$ 6.080,00 | R\$ 4.500,00<br>R\$ 6.080,00 |
| 5     | Empresa de comunicação           | 12 meses | R\$ 2.500,00                 | R\$ 2.500,00                 |
| TOTAL |                                  |          |                              | R\$ 15.780,00                |

Fonte: Elaborado pela Autora (2018).

Os valores da tabela, dizem respeito ao lançamento e primeiro ano do projeto. Nas três primeiras etapas, contam os valores da hora do pesquisador, e nas etapas subsequentes, criação do site e impressão dos guias e manutenção anual do site. Após o primeiro ano de funcionamento, será necessária uma nova pesquisa para avaliar a receptividade do projeto e com isto a viabilidade de mantê-lo e ou adequá-lo à demanda.

Custo definido através do levantamento com profissionais da área no período de 1 a 30 de outubro de 2018. O valor da hora de pesquisa, foi definido pela própria autora com base na média salarial encontrado online e os custo para o site, impressão e manutenção, foram disponibilizados pela empresa Panda Comunicação no período de 1 a 30 de outubro de 2018.

#### 6.2.4 Avaliação do Retorno do Investimento

Apresentar um faturamento projetado mediante uma análise de mercado e uma avaliação de risco.

Pretende-se apresentar o projeto para a Secretaria de Estado de Turismo - SETUR, para que o poder público financie os custos de execução do guia impresso,

tendo em consideração que o investimento se converterá em divulgação da cultura local, através dos tópicos do guia de bolso. Quanto ao site, o acesso a ele será gratuito, mas os restaurantes que tiverem interesse em manter a página de seus estabelecimentos no site deverão pagar a taxa adesão (R\$ 500,00) e depois, valor mensal de R\$ 150,00, por no mínimo 1 ano. Após o período de fidelidade, desconto de 5%(cumulativos) no valor da anuidade a cada 5 anos e ou desconto de 5% pago na anuidade à vista. A adesão ao site, garante um link para o site do restaurante e atualizações constantes das informações do mesmo. O site do guia, também lucrará através da venda de espaços destinados a empresas do segmento turístico, podendo o pagamento deste ser feito mensalmente, sem fidelidade de um ano e sem direito a atualizações, links e informações sobre as empresas, apenas logo da mesma. Os valores da venda de cada item acima descrito podem ser observados na tabela 06.

Tabela 6: Taxas de Adesão

| <b>PRODUTO</b>           | <b>QUANTIDADE</b> | <b>VALOR MENSAL</b> | <b>VALOR ANUAL</b> | <b>VALOR TOTAL</b> |
|--------------------------|-------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| *Taxa de adesão          | 20                | -                   | R\$ 500,00         | R\$ 10.000,00      |
| **Taxa para restaurantes | 20                | R\$ 150,00          | R\$ 1.800,00       | R\$ 36.000,00      |
| ***Espaço para anúncio   | 15                | R\$ 250,00          | R\$ 3.000,00       | R\$ 45.000,00      |

Fonte: Elaborado pela Autora (2018).

\* / \*\* Valor mensal e unitário por bar/restaurante. Valor variável de acordo com a demanda

\*\*\* Valor mensal e unitário por anunciante. Valor variável de acordo com a demanda.

Considerando a hipótese de atrair o número máximo de anunciantes (15) e colaboradores (20), o cálculo de receita para o primeiro ano seria de R\$ 91.000,00, excetuando o gasto para a criação do projeto R\$ 15.780,00, restando um lucro bruto de R\$ R\$75.220,00 durante o primeiro ano do projeto.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A gastronomia, enquanto produto turístico, vem recebendo destaque nas mais diferentes regiões brasileiras demonstrando, assim, a amplitude que o turismo gastronômico vem ganhando frente ao desenvolvimento da atividade turística como um todo. Nesse sentido, o presente trabalho busca o desenvolvimento de um projeto que enalteça a região e de destaque aos Pratos Típicos locais. Para este fim, desenvolveu o projeto “Guia de Bolso da Cidade de Belém do PA”, utilizando-se como meio de divulgação um *website* e um guia impresso que lista os pratos típicos mais relevantes da cidade e as suas respectivas receitas, exemplos de expressões regionais, história da cidade, dicas de atrativos turísticos e restaurantes.

O projeto busca apresentar a relevância dos pratos típicos do referido município para a criação de sua identidade cultural e gastronômica, pois é a partir desses elementos que a atividade turística pode ser fortalecida e engrandecida frente aos demais setores da economia. Com isso, espera-se apresentar ao usuário do site, a história da culinária local e as suas tradições, enfatizando a importância histórica e cultural dos pratos típicos como um fator importante para a formação da cidade de Belém e a identidade da sua população. Já o Guia Impresso, também terá os pratos típicos como foco, mas contará também e de forma reduzida, algumas curiosidades sobre a cidade, sua história e principais atrativos. Será uma ferramenta de consulta rápida, mas com o principal intuito de servir como um *souvenir* da visita.

Conseqüentemente, foram elencados alguns objetivos para o desenvolvimento da pesquisa, sendo o primeiro deles: a identificação dos pratos e a seleção daqueles considerados mais simbólicos para o desenvolvimento do projeto. Para tal foram analisados *websites* que apresentam a gastronomia paraense e seus principais ícones, sites oficiais da cidade, monografias e teses sobre a culinária local. Sendo estes materiais, os utilizados para o desenvolvimento do guia impresso e do *website* acerca da gastronomia paraense.

A demanda turística e sua análise foi um dos objetivos elencados para o desenvolvimento do projeto, sendo justificado pela necessidade de se compreender quem são os potenciais e reais turistas da região de Belém do Pará para que, desse modo, possa-se desenvolver um projeto voltado a tal público causando, assim, um

maior retorno do investimento por parte daqueles que utilizam os produtos desenvolvidos no presente trabalho. E para tanto, o presente trabalho consultou o relatório executivo e Plano Estratégico de Turismo do Estado do Pará: “VER-O-PARÁ- 2012-2020”, o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Estado do Pará: Pará 2030” (2016) e o Diagnóstico da Área e das Atividades Turísticas do Pólo Belém - PA (2010).

Por fim, o último objetivo buscou compreender o interesse, por parte dos turistas, frente à culinária local para que, assim, pudesse se analisar o que de fato o turista procura ao conhecer um destino turístico, o que enriquece sua experiência de consumo. A aplicação de questionários com potenciais turistas e, também, com turistas que visitaram a região anteriormente demonstrou a importância da gastronomia como atrativo turístico. Podendo-se destacar a necessidade de se fortalecer o setor gastronômico da região como um todo e, conseqüentemente, a atividade turística.

Os objetivos da pesquisa foram alcançados, pois pode-se realizar um diagnóstico acerca da importância da gastronomia paraense para a atividade turística da região, bem como pode-se verificar a importância que um projeto de turismo, como o desenvolvido no presente trabalho, pode servir de ferramenta para agregar valor e reconhecimento a gastronomia local, e com isso, fazer frente à consolidação da atividade turística em tal destino turístico.

Em tal conjuntura, cabe destacar as limitações da pesquisa, sendo a principal a falta de referencial bibliográfico que aborda a gastronomia de Belém do Pará, como um produto turístico consolidado. Ou seja, há muitas pesquisas que abordam a gastronomia a partir de tais preceitos, porém, a gastronomia de determinadas cidades/regiões, ainda, fica esquecida, ou em segundo plano na maioria das pesquisas acadêmicas. Desse modo, o presente projeto busca disseminar a gastronomia de outras localidades mostrando, assim, sua importância frente ao desenvolvimento da atividade turística.

Por fim, assim como é essencial para a formação do turismólogo conhecer as diversas áreas do turismo, também, fazem-se necessários aos pesquisadores do turismo, produzir estudos sobre outras localidades, principalmente, abordando a questão do prato típico e da gastronomia enquanto produto turístico, trazer novos

vieses para tal discussão é enriquecedora e engrandece as pesquisas voltadas ao turismo gastronômico como um todo. É importante saber que o turismo não acontece em apenas uma região e ou, uma modalidade, portanto faz-se necessário sair da “zona de conforto” e olhar além do horizonte.

## REFERÊNCIAS

AMORIM, G. C. Maniba, Mandioca e Aipim: origem, histórias e gastronomia da raiz brasileira. *Revista do Lhiste*, vol.2, n. 03, 2015.

ANDRADE, S. S. Põe tapioca, põe farinha d'água? Gastronomia do açaí a identidade socioespacial e cultural na Grande Belém. Tese (Doutorado em Ciências). Universidade Federal do Pará, Belém, 2014.

ARAÚJO, W. M. C.; BOTELHO, R. A.; GINANI, V. C.; MAYER, H.; ZANDONADI, R.P. *Da alimentação à gastronomia*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005.

ASSUNÇÃO, P. *História do turismo no Brasil entre os séculos XVI e XX: viagens, espaço e cultura*. Barueri: Manole, 2012.

BARRETTO, M. *Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento*. Campinas: Papirus, 2000.

BARROCO, L. M S. *A Importância da Gastronomia como Patrimônio Cultural, no Turismo Baiano*. Dissertação (Mestrado de Cultura e Turismo). Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, BA, 2008.

BARROCO, L. M. S.; BARROCO, H. E. A importância da gastronomia como patrimônio cultural, no turismo baiano. *Turydes*, vol. 01, n. 02, 2008.

BELLUZZO, R. A Valorização da Cozinha Regional. In: 1ª Congresso Brasileiro de Gastronomia e Segurança Alimentar, Brasília - DF. *Coletânea de palestras...* Brasília, 2004.

BERNARDES, M.; DUVAL, A. R. Os pratos típicos como fator de identidade. Encontro Missionário de Estudos Interdisciplinares em Cultura. *Anais...* II, 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. Marketing de destinos turísticos. 2015. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloa\\_ds\\_publicacoes/Marketing\\_Destinos\\_Turisticos.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloa_ds_publicacoes/Marketing_Destinos_Turisticos.pdf)>. Acesso em: 28 abril 2017.

BORTNOWSKA, K.; ALBERTON, A.; MARINHO, S. V. Cultura e alimentação: análise das festas gastronômicas na Serra Gaúcha- RS. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, v. 4, n. 3, p. 369-383, 2012.

BRILLAT-SAVARIN, J.A. *A fisiologia do gosto*. Primeira edição de 1826, França. Edição brasileira. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

CASCUDO, L. C. *História da Alimentação no Brasil*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1983.

CORNER, D. M. R.; ÂNGELO, E. R. B. O Patrimônio Cultural Imaterial sob a perspectiva da gastronomia. Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. *Anais...* V, Caxias do Sul, 2008.

CUNHA, K. B.; OLIVEIRA, L. V. A gastronomia enquanto atrativo turístico-cultural. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-Graduação em Geografia, Meio Ambiente e Turismo). Universidade Federal de Goiás, 2009.

DENCKER, A. F. M. Pesquisa em Turismo: planejamento, métodos e técnicas. São Paulo: Futura, 1998.

EMBRATUR – INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO. *Atrativos culturais do Brasil são destaques no Reino Unido*. Disponível em: < <https://bit.ly/2SvySJz>>. Acesso em: 10 mai. 2018.

MINISTÉRIO DA CULTURA - Fundação Biblioteca Nacional. Departamento Nacional do Livro. Disponível em: <[http://objdigital.bn.br/Acervo\\_Digital/Livros\\_eletronicos/carta.pdf](http://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/Livros_eletronicos/carta.pdf)>. Acesso em: 10 mai. 2018.

EMMI, M. F. *Italianos na Amazônia (1870-1950): pioneirismo econômico e identidade*. Belém: NAEA, 2008.

ESTAÇÃO DAS DOCAS. *Uma Estação*. Disponível em: < <https://bit.ly/2CP0JyY>>. Acesso em: 29 out. 2018.

FAGLIARI, G. S. *Turismo e Alimentação: Análises introdutórias*. Ed. Roca, São Paulo, 2005.

FIGUEIREDO, F.B. Patrimônio Imaterial e Turismo: a cultura gastronômica do agnolini. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2009.

FONSECA, J. J. S. *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza: UEC, 2002.

FURTADO, F. L. A Gastronomia como Produto Turístico. *Revista Turismo*, 2004.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Orgs.). *Métodos de Pesquisa*. 1. Ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 2006.

GIMENES-MINASSE, Maria Henriqueta Sperandio Garcia. *Cozinhando a tradição: festa, cultura, história e turismo no litoral paranaense*. Curitiba: UFPR, 2013.

GIMENES-MINASSE, M. H. S. G. Para turista ver (e provar): dos usos do patrimônio gastronômico no contexto do turismo. *Tessituras*, vol. 03, n. 02, p. 175-194, 2015.

GIMENES, M. H. S. G. Sentidos, sabores e cultura: a gastronomia como experiência sensorial e turística. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília. (Org.). Turismo de Experiência. São Paulo: SENAC, 2010.

GOVERNO DO ESTADO DO PARÁ. Conheça o nosso Pará. Disponível em: <<https://bit.ly/2EU4V3d>>. Acesso em: 10 mai. 2018

HARARI, Y. N. *Sapiens: Uma Breve História da Humanidade*. Porto Alegre: L & PM, 2016.

IKEDA, J. P. Culture, food, and nutrition in increasingly culturally diverse societies. In: *A sociology of food and nutrition: The social appetite*. 2. ed. Oxford University Press: National Library of Austrália, 2004.

IPHAN – INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. *Patrimônio imaterial*. Disponível em: < <https://bit.ly/2OeesBK> >. Acesso em: 10 mai. 2018.

LEONARDO, Maria. Antropologia da Alimentação. *Revista Antropos*, v. 3, n. 6, 2009.

LIMA, C. *Tachos e Panelas: historiografia da alimentação brasileira*. 2.ed. Recife: Mart Shopping, 1999.

MACÊDO, S. C. F. *Do que se come: uma história do abastecimento e da alimentação em Belém 1850-1900*. São Paulo: Alameda, 2014.

MACIEL, M. E. \_\_\_\_\_. Cultura e alimentação ou o que tem a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? *Horizontes Antropológicos*, v.7, n.16, p. 01-10, 2001.

MALHORTA, N. *Pesquisa de marketing*, Porto Alegre: Bookman, 2004.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. *Fundamentos de Metodologia Científica*. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, P. *Culinária paraense: coleção sabores do Brasil*, vol. I. Belém: IECA – Instituto de Educação e Cultura da Amazônia, 2005.

MENEZES, B. *Cozinha do extremo norte - Pará - Amazonas*. Antologia da Alimentação no Brasil. Belém do Pará, 1964.

MITCHELL, R., HALL, C. M. Consuming Tourists: food tourism consumer behaviour. In: HALL, M. *et al. Food Tourism Around the World. Development, Management and Markets*, Butterworth-Heinemann, Oxford, p. 60-80, 2003.

MONTANARI, M. *Comida como cultura*. São Paulo- SP: SENAC, 2008.

MÜLLER, S. G. *Patrimônio Cultural Gastronômico: Identificação, sistematização e disseminação dos saberes fazeres tradicionais*. Tese (Doutorado em Engenharia e

Gestão do Conhecimento). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012.

MÜLLER, S. G.; AMARAL, F. M.; REMOR, C. A. Alimentação e Cultura: Preservação da Gastronomia Tradicional. Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. *Anais...* VI, Caxias do Sul, 2010.

OLIVEIRA, B. R. *A gastronomia como produto turístico: uma análise do potencial gastronômico da cidade de Natal/ RN*. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Turismo). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2013.

PARÁ 2030. Turismo e gastronomia. Disponível em: < <https://bit.ly/2CNWGmO>>. Acesso em: 10 mai. 2018.

PDTIS POLO BELÉM. *Diagnóstico da área das atividades turísticas do Polo Belém*. Disponível em: < <https://bit.ly/2yl3T4M>>. Acesso em: 29 out. 2018.

POULAIN, J. P. *Sociologias da Alimentação*. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

QUINZANI, S.S.P; CAPOVILLA, V.M; CORRÊA, A.A. A Pluralidade Gastronômica da Região Amazônica: Sabores Acreanos, Paraenses e do Alto Rio Negro. *Revista Hospitalidade*, vol. 13, n.02, p. 248-271, agosto de 2016.

RAMOS, S. R.; SILVA, L. L. A arte do sabor enquanto potencial turístico nas localidades: o prato típico de Rosana/SP. *Caderno de Estudos e Pesquisas em Turismo*, vol. 05, n. 06, p. 74-94, 2016.

RODRIGUES, A. J. *Metodologia Científica: Completo e essencial para a vida universitária*. São Paulo: Avercamp Editora, 2006.

SACOLA BRASILEIRA. Disponível em: < <https://bit.ly/2yGRgap>>. Acesso em: 10 mai. 2018.

SCHLÜTER, R. G. *Gastronomia e turismo: coleção ABC do Turismo*. São Paulo: Aleph, 2003.

SEVERINO, A. J. *Metodologia do Trabalho Científico*. São Paulo: Editora Cortez, 2007.

TRAINA, A. J. M.; TRAINA JÚNIOR, C. Como fazer pesquisa bibliográfica. *SBC Horizontes*, vol. 02, n. 02, p. 30-35, 2009.

UGGIONI, P. L. *Valorização do Patrimônio Gastronômico Regional Açoriano: Gestão de qualidade em restaurantes típicos em Florianópolis – SC*. Dissertação (Mestrado em Nutrição). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

VISIT PARÁ. *Gastronomia*. Disponível em: < <https://bit.ly/2Ofdt49>>. Acesso em: 10 mai. 2018.

WARNIER, J. P. A Mundialização da Cultura. Tradução: Luis Felipe Sarmiento.  
Lisboa: Notícias, 2000.

## APÊNDICE

Modelo do questionário, aplicado no presente trabalho, com o intuito de obter dados para a construção do projeto Guia de Bolso. Aplicado online e disponibilizado em páginas sobre turismo, integrantes da rede social *facebook*.

|  |  |
|--|--|
| 1. Local de Residência   |  |
| 2. Sexo  | <input type="checkbox"/> Feminino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Prefiro não dizer  |
| 3. Idade   | <input type="checkbox"/> -18 <input type="checkbox"/> 18 a 24 <input type="checkbox"/> 25 a 34 <input type="checkbox"/> 35 a 44 <input type="checkbox"/> 45 a 54 <input type="checkbox"/> 55 a 64<br><input type="checkbox"/> +64  |
| 4 Estado Civil   | <input type="checkbox"/> Solteiro <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Separado/Divorciado <input type="checkbox"/> União Estável<br><input type="checkbox"/> Viúvo  |
| 5. Grau de Instrução   | <input type="checkbox"/> Sem Escolaridade <input type="checkbox"/> Fundamental Incompleto <input type="checkbox"/> Fundamental Completo <input type="checkbox"/> Ensino Médio Incompleto <input type="checkbox"/> Ensino Médio Completo <input type="checkbox"/> Superior Incompleto <input type="checkbox"/> Superior Completo <input type="checkbox"/> Pós-Graduação Lato Sensu <input type="checkbox"/> Pós-Graduação Stricto Sensu |
| 6. Renda Mensal Individual                                     | <input type="checkbox"/> Não Possui <input type="checkbox"/> Até R\$ 700,00 <input type="checkbox"/> De R\$ 701,00 a R\$ 1400,00<br><input type="checkbox"/> De R\$ 1401,00 a R\$ 2800,00 <input type="checkbox"/> De R\$ 2801,00 a R\$ 4900,00<br><input type="checkbox"/> De R\$ 4901,00 a R\$ 9800,00 <input type="checkbox"/> Acima de R\$ 9800,00<br><input type="checkbox"/> Não Informou  |
| 7. Contando com você, quantas pessoas residem no seu endereço? | <input type="checkbox"/> Um elemento <input type="checkbox"/> Dois elementos <input type="checkbox"/> Três Elementos<br><input type="checkbox"/> Quatro ou mais elementos.   |
| 8. Tem filhos?   | <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não  |
| 9. Qual sua situação profissional atual?                       | <input type="checkbox"/> Trabalhador (a) por conta própria <input type="checkbox"/> Aposentado<br><input type="checkbox"/> Funcionário Público <input type="checkbox"/> Estudante <input type="checkbox"/> Trabalhador (a) Privado<br><input type="checkbox"/> Dona (o) de casa <input type="checkbox"/> Desempregado (a) <input type="checkbox"/> Empresária (o)  |

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

|   |   |
|---|---|
| 10. Com que frequência costuma viajar?                          | <input type="checkbox"/> Várias vezes por ano <input type="checkbox"/> A cada seis meses<br><input type="checkbox"/> Uma vez por ano <input type="checkbox"/> Menos de uma vez por ano <input type="checkbox"/> Não costumo viajar  |
| 11. Como costuma passar as férias?                              | <input type="checkbox"/> Sozinho <input type="checkbox"/> Com o cônjuge/companheiro (a)<br><input type="checkbox"/> Em família <input type="checkbox"/> Com amigos<br><input type="checkbox"/> Não costumo viajar   |
| 12. Para onde você costuma viajar?                              | <input type="checkbox"/> Para dentro do meu próprio estado<br><input type="checkbox"/> Para outros estados brasileiros<br><input type="checkbox"/> Para outros países da América do Sul<br><input type="checkbox"/> Para outros continentes <input type="checkbox"/> Não costumo viajar   |
| 13. Qual meio você mais utiliza para viajar?                    | <input type="checkbox"/> Carro <input type="checkbox"/> Ônibus <input type="checkbox"/> Avião <input type="checkbox"/> Não costumo viajar   |
| 14. O que te leva a escolher um meio de transporte para viajar? | <input type="checkbox"/> Preço <input type="checkbox"/> Conforto <input type="checkbox"/> Segurança <input type="checkbox"/> Menos tempo de viagem <input type="checkbox"/> Não costumo viajar<br><input type="checkbox"/> Praticidade quando chego a outras cidades próximas <input type="checkbox"/> Depende da distância<br><input type="checkbox"/> Disponibilidade e preço |
| 15. O que te leva a escolher um destino?                        |   |
| 16. Qual é a duração de suas férias?                            | <input type="checkbox"/> – 03 dias <input type="checkbox"/> 5 a 10 dias <input type="checkbox"/> 11 a 15 dias<br><input type="checkbox"/> +15 dias  |
| 17. Que tipo de turismo faz com maior frequência?               | <input type="checkbox"/> Sol e Praia <input type="checkbox"/> Negócios <input type="checkbox"/> Natureza<br><input type="checkbox"/> Cultural <input type="checkbox"/> Lazer <input type="checkbox"/> Viajar por satisfação   |

Fonte: Elaborado pela Autora (2018).

|  |  |
|--|--|
| 18. Qual é o seu grau de interesse em atividades de turismo gastronômico?                        | <input type="checkbox"/> Detesto <input type="checkbox"/> Não gosto <input type="checkbox"/> Sou indiferente<br><input type="checkbox"/> Gosto <input type="checkbox"/> Gosto Muito  |
| 19. Já participou de atividades de turismo gastronômico?   | <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não  |
| 20. Antes de viajar, costuma pesquisar sobre bares e restaurantes?                               | <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Talvez  |
| 21. Quando pesquisa sobre um bar ou restaurante para visitar em uma viagem, o que valoriza mais? | <input type="checkbox"/> Preço <input type="checkbox"/> Conforto <input type="checkbox"/> Localização <input type="checkbox"/> Indicação de amigos e parentes <input type="checkbox"/> Opções de alimentação disponíveis <input type="checkbox"/> Opção de lazer disponíveis   |
| 22. Conhece os pratos típicos da cidade de Belém do Pará?  | <input type="checkbox"/> Nunca ouvi falar <input type="checkbox"/> Já ouvi falar, mas nunca provei. <input type="checkbox"/> Já ouvi falar muitas vezes e estou curioso para experimentar <input type="checkbox"/> Conheço-a e já provei <input type="checkbox"/> Conheço-a muito bem e já experimentei diversos pratos. |
| Caso positivo, como tomou conhecimento?  |  |
| Se internet, por qual meio?  | <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Blog <input type="checkbox"/> Tripadvisor <input type="checkbox"/> Website<br><input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Nunca vi nada a respeito na internet.  |

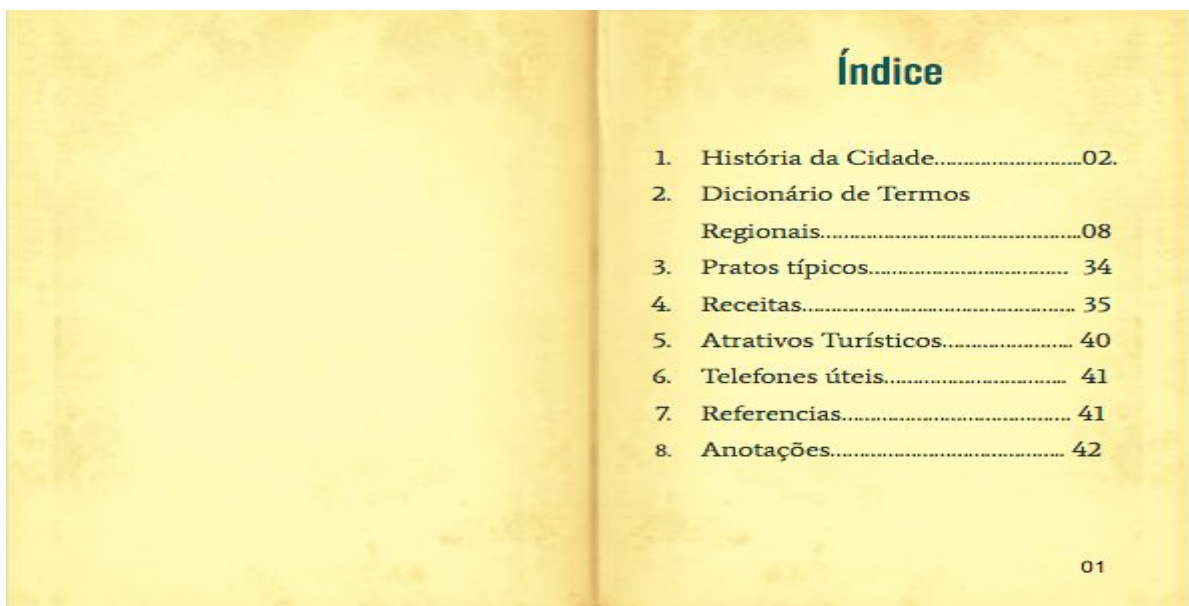
|  |   |
|--|---|
| <p>23. Caso conheça os pratos típicos da região, indique o seu grau de concordância com as questões seguintes.</p> | <p>1. Os pratos típicos de Belém do Pará, são um dos atrativos turísticos da região.<br/> 2. A degustação dos pratos típicos foi atrativa e estimulante.<br/> Tem a intenção de conhecer todos os pratos típicos da cidade.<br/> Como avalia a gastronomia da cidade?</p> |
| <p>24. Quando pensa nos pratos típicos da cidade de Belém do Pará, o que vem a sua mente?</p>                      |   |
| <p>25. Teria interesse em consultar um guia gastronômico da cidade?</p>  | <p><input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Talvez</p>  |
| <p>Caso afirmativo, qual formato é mais atrativo?</p>  | <p><input type="checkbox"/> Impresso <input type="checkbox"/> APP <input type="checkbox"/> Website</p>  |
| <p>O que gostaria de consultar no guia?</p>  |   |
| <p>26. Concorda com a ideia de que os pratos típicos da cidade de Belém do Pará, são um patrimônio turístico?</p>  | <p><input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Talvez</p>  |
| <p>27. Indique a opção que melhor descreve a sua visão em relação aos pratos típicos como atrativo turístico</p>   | <p><input type="checkbox"/> Não é importante <input type="checkbox"/> Tem alguma importância<br/> <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Muito importante<br/> <input type="checkbox"/> Extremamente importante.</p>                                |

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

## ANEXO

Imagens de algumas páginas que deverão compor o corpo do Guia de Bolso impresso.

Anexo: Guia impresso



## História da Cidade

A história de Belém começa em outra capital, a vizinha São Luís, no Maranhão: foi a partir dela que a coroa portuguesa planejou conquistar uma terra nova no vale do rio Amazonas, para garantir proteção contra invasores de outras partes da Europa.

"O documento que enviou no caso Francisco Caldeira Castelo Branco para o Pará foi assinado também aqui, ele é datado do dia 22 de dezembro de 1615. O mundo português precisava de proteção ali pra entrada do Amazonas onde os holandeses, franceses, ingleses e irlandeses mantinham contato com as populações indígenas de Cameté, Bragança, os Caetés, pacajá e outras regiões" explica o turismólogo e historiador Antônio Norberto.

A preocupação da coroa portuguesa começou em 1615 – três anos após os franceses fundarem a cidade de São Luís em 1612. "A preocupação de Portugal era que esses franceses que estavam aqui, chegassem a região de Belém, então para consolidar essa presença portuguesa, foi enviado Francisco Caldeira para fundar a cidade de Belém", disse o historiador Rodrigo do Norte.

02

Por conta disso, pode se afirmar que o marco zero de São Luís – o Palácio dos Leões – também faz parte da história de Belém. "O norte do Brasil começou a ser colonizado pelos portugueses a partir de São Luís e Belém porque antes dos franceses chegaram e fundaram a cidade de São Luís, essa parte era abandonada", afirma a escritora Ana Luiza Almeida.

### Rumo ao norte

A embarcação de Castelo Branco saiu do cais do porto de São Luís levando uma tropa de 120 soldados. A expedição foi um teste de resistência, com tempestades e rios estreitos. Mas depois de quase 20 dias navegando a tripulação avistou a baía do Guajará.

Na época da fundação da cidade a baía era um grande mangue, e o que chamava a atenção era a elevação do terreno, perfeita para a construção de uma base que protegesse a entrada da Amazônia. Um local de difícil acesso, mas que parecia muito com o território onde foi erguida São Luís.

Como Castelo Branco deixou a capital do Maranhão durante o natal, resolveu chamar a nova cidade de Belém. Os exploradores montaram acampamento onde foi construído posteriormente o forte do Castelo, que ajudou a defender a terra de outras potências que queriam conquistar esta parte do Brasil.

03

## Dicionário de Termos Regionais

### A

- Acesa:** assanhada, ferosa  
**Acesume:** assanhamento, fogo  
**Acocar-se:** abaixar-se  
**Abicorar:** ficar por perto, só "manjando". Também usado por quem joga peteca (bola de gude) como a estratégia para ficar perto da peteca do adversário.  
**Agasalhar:** guardar, proteger.  
**Alembrar:** lembrar  
**Antão:** então  
**Apresentado:** atrevido, enxerido  
**Arapuca:** armadilha para pegar passarinho em forma de pirâmide, feita com gravetos amarrados  
**Areia gulosa:** areia movediça  
**Arisco:** danado, ágil, ligeiro, difícil, esquivo, desconfiado  
**Arredar:** afastar  
**Arreparar:** reparar, observar, tomar conta

08

### Arremedar:

- imitar  
**Assanhado:** bagunçado, mal arrumado, não penteado  
**Avacalhado:** Desajeitado, mal arrumado, bagunçado;  
**Avoado:** distraído, aquele que anda com a cabeça no ar  
**Axi:** interjeição depreciativa; significa desdém, nojo, repulsa  
**Azucrinar:** exasperar, apoquentar, irritar, enfurecer, aborrecer

### B

- Bafo:** mau hálito  
**Baladeira:** atiradeira, objeto feito com uma forquilha de madeira com uma borracha que serve para atirar pedras  
**Baldear:** vomitar  
**Baque:** pancada, machucado  
**Barranco:** ribanceira  
**Beiju:** bolo feito de massa de mandioca ou de tapioca  
**Beirada:** cercania, arredores, nome genérico dado às margens dos igarapés, dos rios, dos lagos, das calçadas.

09

## U

**Ubá:** embarcação indígena sem quilha e sem banco, construída de um só lenho, escavado a fogo ou de uma casca inteiriça de árvore cujas extremidades são amarradas com cipó

**Urupema:** espécie de peneira de fibra vegetal usada na culinária

## V

**Visagem:** espírito, alma penada, assombração

**Visgo:** rastro

**Varejeira:** mulher safada, que namora com vários homens

**Voadeira:** lancha, embarcação aquática veloz movida a motor

## X

**Xarão:** tabuleiro de alumínio; fôrma de alumínio retangular

**Xirí:** vagina, órgão genital feminino

## Z

**Zinho:** pequeno, inferior

32

## Foste lá?

Provaste o açai DU GROSSU com peixe PORRUDO lá no Ver-o-Peso?

E as frutas desta terra, conhecestes todas? Cupuaçu, Bacuri, Taperebá, Murici, Buriti, Guaraná, Piquiá, Uxi, Bacaba, Abiu, Castanha-do-pará... Sem querer ser XIBANTE, mas essas assim como a Castanha... são do Pará.

Fizeste o que te disse? Tomaste o Tacacá da Dona Maria? Dizem que é PAI D'EGUA! Foste até as Docas e provaste os nossos pratos ou ficaste de PAVULAGEM?

Para ser PAPA CHIBÉ, tu tens que conhecer a Maniçoba, o Pato no Tucupi, o Caruru, Tacacá e o Vatapá. Comer da nossa farinha, seja ela BAGUDA, PIRACUÍ ou CUI.

UUULHA mano, NEM TE CONTO! Mas aqui tu não passas BROCA, teu BORÓ compra CHIBÉ, CARIBÉ, TAPIOCA, UNHA, BOLO PODRE e o que mais te apetecer.

Nada de ser MALUVIDO, deixa a MURRINHA de lado e BORALÁ!

33

## Pratos Típicos

Do ponto de vista político, a gastronomia da região é um importante atrativo turístico e portanto, recebe destaque nos planos de fomento turístico. Um exemplo disso é o programa "Pará 2030" (2016), ele consiste em ser um plano estratégico, criado pelo Governo do Estado do Pará, com o intuito de criar 17 medidas que irão oficializar ações de investimento e incentivos para 12 importantes setores ligados ao desenvolvimento do Estado e um dos setores é o Gastronômico. O plano conta com a contribuição das secretarias do estado, representantes de setores econômicos e acadêmicos e parceria com a empresa de consultoria McKinsey. Segundo o programa, a gastronomia típica do Estado é um valioso atrativo ainda a ser explorado por turistas nacionais e estrangeiros, o setor possui amplo potencial de expansão e além disso destaca o fato de Belém ter sido eleita como

34

Cidade da Gastronomia pela Unesco. Já no site da cidade, a gastronomia é descrita como "a mais autêntica do Brasil, justamente pelas suas características regionais", já que "Os ingredientes básicos são oriundos da exuberante natureza (fauna e flora) da Amazônia, como camarão, caranguejo, marisco, peixe, caças, pato, suas famosas ervas, chicória, coentro, jambu, pimentas de cheiro."



**Maniçoba**

Era temperada apenas com sal e pimenta e consumida com peixes e (ou) carnes, mas ao sofrer influência portuguesa, passou a ser temperada com mais temperos e utilizar o toucinho e outras partes do porco. O preparo demora uma semana, pois a folha da mandioca é venenosa (ácido cianídrico) e é preciso cozinhar por 7 dias, para que o consumo possa ser considerado seguro. É servido tradicionalmente em panela de barro ou porcelana, com arroz branco, farinha d'água e pimenta de cheiro a gosto. É um prato típico de datas festivas, presente no almoço do Cirio de Nazaré e muito comumente servido na ceia de Natal.

35

#### Ingredientes

3 kg de folha de maniva (mandioca brava)  
1/2 kg de toucinho  
1/2 kg de charque (carne seca)  
1/2 kg de linguiça portuguesa  
1/2 kg de paio  
1/2 kg de lombo de porco  
1/2 kg de orelha de porco  
1/2 kg de pé de porco  
1/2 kg de rabo de porco  
Alho picado a gosto  
Pimenta de cheiro a gosto

#### Modo de preparo

No 1º dia coloque a folha de maniva moída em uma panela grande com bastante água. Deixe ferver durante todo o dia em fogo brando, sem deixar secar.

No dia seguinte, coloque o toucinho e deixe ferver novamente. No 3º dia, escale todas as carnes e coloque na panela da maniva para ferver.

Mexa de vez em quando.

No dia seguinte, acrescente o alho e a pimenta e deixe ferver por mais 6 horas, mexendo de vez em quando.

Sirva com arroz branco e farinha de mandioca crua.

Rendimento: 25 porções

Tempo de preparo: 168 horas

Dificuldade: Difícil

36



#### Pato ao Tucupi

Constituído de pato, tucupi e jambu. O tucupi é um caldo amarelo extraído da mandioca e precisa ser fermentado por um dia. O pato, depois de assado, é cortado em pedaços e ferve no tucupi, onde fica de molho por algum tempo. O jambu é ferve em água com sal, escorrido e posto sobre o pato. É servido com arroz branco e farinha de mandioca.

#### Ingredientes

Pato  
Tucupi quanto baste  
Alho quanto baste  
Chicória quanto baste  
Alfavaca quanto baste  
Jambu quanto baste

#### Modo de preparo

Depois de assado, o pato é cortado em pedaços e ferve no tucupi, onde fica de molho durante algum tempo para tomar gosto. Como tempero leva alho, chicória e alfavaca. O jambu, já eferventado em água e pouco sal, depois de escorrido é colocado sobre o pato, coberto pelo tucupi. Acompanha arroz branco, farinha d'água e pimenta-de-cheiro a gosto.

37



#### Vatapá do Pará

Não leva peixe, nem amendoim ou castanha-de-caju. Ao caldo da cozedura das cabeças e das cascas de camarão salgado perfumado com alfavaca, chicória, alhos e cheiro verde, adiciona-se farinha de trigo e/ou de arroz, obtendo-se um mingau. Acrescenta-se o leite de coco puro, camarões já ferveidos e azeite de dendê.

#### Ingredientes

3 tomates sem pele  
1 cebola  
2 dentes de alho  
5 ramos de salsa  
5 talos de cebolinha  
5 ramos de coentro  
1 colher (sopa) de sal  
1 colher (chá) de pimenta do reino  
1kg de camarões médios  
2 colheres (sopa) de óleo  
1 xícara (chá) de leite de coco  
Suco de 1 limão  
1 pimentão verde picado  
5 colheres (sopa) de maisena  
2 xícaras (chá) de água  
1 xícara (chá) de azeite de dendê

40

#### Modo de preparo

Passa pelo liquidificador o tomate, a cebola, o alho, a salsa, a cebolinha, o coentro, o sal e a pimenta do reino.

Descasque e limpe bem os camarões.

Coloque o óleo em uma panela e frite os camarões rapidamente.

Acrescente os temperos passados pelo liquidificador e deixe cozinhar um pouco.

Junte o leite de coco e o suco de limão.

Mexa bem e acrescente o pimentão.

Dissolva a maisena na água e adicione à panela.

Mexa sem parar até engrossar.

Um pouco antes de retirar do fogo, junte o azeite de dendê.

Rendimento: 10 porções



41



### Tacacá

Origem indígena, é um caldo fino, servido em cuias e vendida pelas "tacacazeiras", geralmente ao entardecer, na esquina das principais ruas das cidades paraenses, sobretudo Belém. É constituída de uma mistura que leva tucupí, goma de tapioca cozida, jambu e camarão seco. Por exemplo, o tacacá que era encontrado em alguns interiores ainda era servido com peixe e mesmo formiga saúva à maneira indígena.

#### Ingredientes

2 litros de tucupí  
4 dentes de alho  
1 colher (chá) de sal  
4 pimentas de cheiro  
2 maços de jambu  
1/2 kg de camarão salgado (seco)  
1/2 xícara (chá) de goma de mandioca  
Pimenta de cheiro

38

#### Modo de preparo

Coloque em uma panela o tucupí, tempere com alho, sal e pimenta. Leve ao fogo e deixe levantar a fervura. A seguir baixe o fogo, tampe a panela e deixe cozinhar por 30 minutos. Cozinhe o jambu em água quente, deixe cozinhar até os talos ficarem macios, retire e escorra. Reserve. Retire a cabeça do camarão e deixe de molho em uma vasilha com água para retirar o sal. Ferva 4 xícaras (chá) de água com sal a gosto, dissolva a goma em uma vasilha com água fria. Acrescente ao poucos na água fervendo, até ficar um mingau grosso, ou, ao ponto de sua preferência. Sirva em uma cuiá nesta sequência: duas colher de sopa de tucupí, uma concha de goma, uma concha de tucupí, algumas folhas de jambu e 5 camarões, sal e pimenta a gosto. Na falta da goma de mandioca pode ser usada o povilho azedo.

#### Dica

Tucupí é um molho de cor amarela extraído da raiz da mandioca brava, que é descascada, ralada e espremida (tradicionalmente usando-se um tipiti). Depois de extraído, o molho "descansa" para que o amido (goma) se separe do líquido (tucupí). Inicialmente venenoso devido à presença do ácido cianídrico, o líquido é cozido (processo que elimina o veneno), por horas, podendo, então, ser usado como molho na culinária.

39

## Atrativos Turísticos

### Forte do Presépio



O Forte do Presépio é um dos marcos da fundação de Belém (Foto: Zonda Bez)

Localizado no Complexo Feliz Lusitânia, o Forte do Presépio é um dos marcos da fundação da cidade, erguido para defendê-la de invasões. Por isso, estão expostos os canhões originais no pátio interno, sem contar a bela vista para o Rio Guamá e o Mercado Ver-o-Peso, ali pertinho.

Onde fica: Praça Frei Caetano Brandão, s/nº, Belém

Horário de funcionamento: De terça a sexta-feira, das 10h às 15h. Sábado e domingo, das 9h às 13h

40

### Casa das Onze Janelas



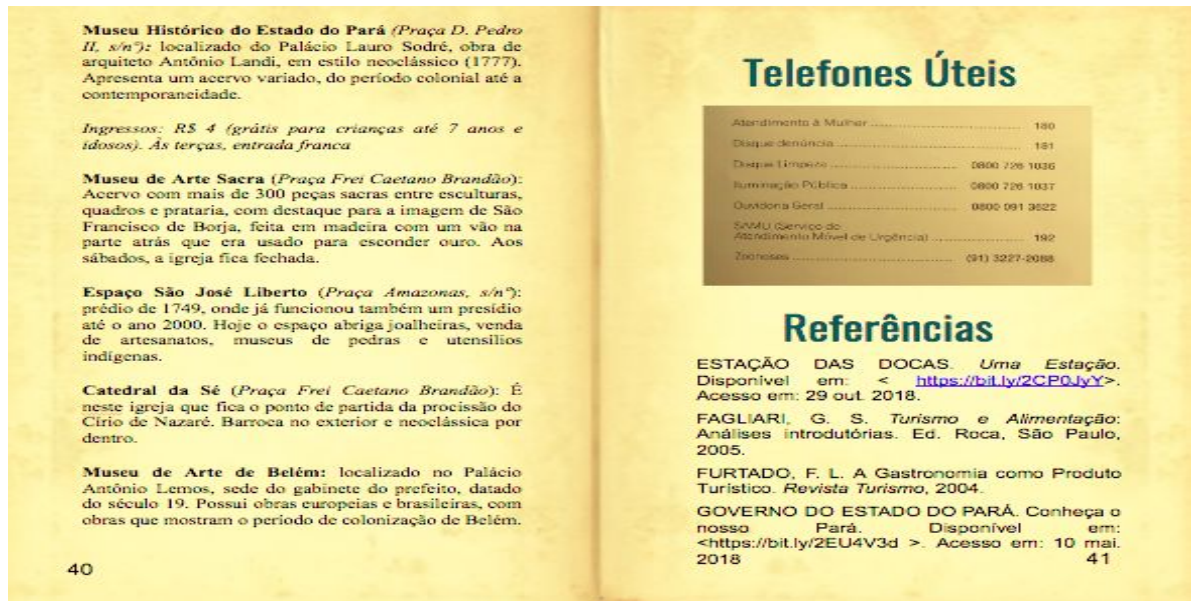
O atual espaço cultural Casa das Onze Janelas já foi residência de um senhor de engenho (Foto: Divulgação)

Entre os principais pontos turísticos de Belém, não poderia deixar de fora a Casa das Onze Janelas. Trata-se de uma construção histórica, a antiga residência de um senhor de engenho. Hoje, abriga um espaço cultural com obras de artistas como Tarsila do Amaral, Alfredo Volpi e Lasar Segall. Aproveite para curtir o belo jardim e almoce no restaurante Boteco das Onze.

Onde fica: Praça Frei Caetano Brandão, s/nº, Belém

Horário de funcionamento: De terça a sexta-feira, das 10h às 18h. Sábado e domingo, das 10h às 14h

41



Fonte: Elaborado pela Autora (2018).