

# CONTEXTOS DA ALIMENTAÇÃO

COMPORTAMENTO,  
CULTURA E SOCIEDADE

VOLUME 3 NÚMERO 2 ANO 2014

ISSN 2238-4200



## Editorial

Nesta edição da Revista Contextos da Alimentação as discussões refletem um momento interessante pela qual passa a discussão da gastronomia no Brasil que expande cada vez mais seus horizontes e traz à pauta assuntos dos mais diversos que vão desde sustentabilidade a influencias culturais alimentares.

No artigo "A identidade da cultura gastronômica acreana" é possível entender melhor alguns aspectos desta cozinha do Norte do país que está no centro das discussões dos principais fóruns e congressos de gastronomia no Brasil e pelo mundo. Não somente pela riqueza natural de seus ingredientes, mas pela maneira com que são tratados com métodos de cocção que valorizam a matéria-prima e os sabores peculiares desta região.

Neste artigo em particular mostra que as influencias recebidas pela cultura acreana vão além daquelas, que inicialmente associamos, indígenas, mas também de nordestinos e árabes, ajudando a criar uma cultura cada vez mais rica e complexa.

No artigo "Memória Gastronômica: A alimentação de imigrantes e seus descendentes, nas décadas de 1930 – 1950, em Londrina – Paraná", a discussão está associada a alimentação, identidade e patrimônio cultural.

Este artigo que exemplifica bem o caráter indenitário e identificador do alimento e que estabelece através do alimento a sua relação com o lugar e com o tempo. Desta forma a incorporação e apropriação de elementos exóticos de uma cultura passam a fazer parte de sua identidade e de suas referências gastronômicas.

Conhecer estas influencias e reconhecer seu valor é de vital importância para que seja possível mapear o rico e amplo referencial gastronômico no Brasil desta forma valorizar e reconhecer os alimentos como importante patrimônio cultural.

Ainda relacionado a composição de identidades e trocas culturais na gastronomia o artigo: "Alimentação e memória árabe na área central da cidade de São Paulo" discute a influência da cultura árabe em uma região central da cidade de São Paulo mas que indica que esta troca cultural se expande para além de uma região geográfica e passa a ser incorporada como parte da cultura de um local e de uma sociedade, afinal como poderíamos questionar que influencias árabes fazem parte do dia a dia de paulistanos, desde uma esfiha vendida por ambulantes em qualquer ponto da cidade até sofisticados restaurantes nas áreas nobres da cidade, passando por qualquer boteco em qualquer esquina que serve um Beirute no pão sírio ou qualquer mercado, mini mercado, supermercado ou hipermercado que se encontra este mesmo pão?

A questão da sustentabilidade pode ser entendida e aplicada de diferentes formas, seja na forma com que os arranjos produtivos estão estruturados, valorizando os pequenos produtores e criando alternativas comerciais e técnicas para que estes possam produzir e distribuir seus produtos, seja nas escolhas das preparações de um cardápio, no tipo de alimento e sua procedência, até variáveis como aproveitamento integral dos alimentos e utilização da sazonalidade para escolha de ingredientes mais frescos e que respeitem os ciclos naturais de produção.

**Contextos da Alimentação** – Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade  
Vol. 3 no 2 – Maio de 2015, São Paulo: Centro Universitário Senac  
ISSN 2238-4200

© 2015 todos os direitos reservados - reprodução total ou parcial permitida, desde que citada a fonte

Portal da revista Contextos da Alimentação: <http://www3.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistacontextos/>

E-mail: revista.contextos@sp.senac.br

São algumas das contribuições que trazem o que os três artigos " Aproveitamento dos resíduos gerados no processamento de postas de Surubim (*Pseudoplatystoma corruscans*) para elaboração de nuggets", " Cardápios sazonais como estratégia de portfólio para variabilidade e aumento de qualidade no mercado competitivo de restaurantes de hotéis: Novas perspectivas de consumo no setor brasileiro" e "APL 'S das agriculturas familiares: alternativa de gestão sustentável para o setor gastronômico".

E por fim uma importante contribuição para a compreensão da história da gastronomia o artigo "O Livreto da arte da cozedura (Libellus de arte coquinaria, c.1300) com base no Ms. Royal Irish Academy 23 D 43 (Ms. D, c.1470): apresentação e breves comentários" que discute um dos mais antigos escritos sobre gastronomia e que deixa uma relevante marca para o estudo e compreensão deste rico, amplo e multidisciplinar tema que é a gastronomia.

Boa leitura.

**Marcelo Traldi Fonseca**

**Editor.**

## **A identidade da cultura gastronômica acreana**

*Acre's gastronomic culture identity*

Suely Sani Pereira Quinzani, Vinícius Martini Capovilla

{[suely.quinzani@gmail.com](mailto:suely.quinzani@gmail.com), [vini.capovilla@me.com](mailto:vini.capovilla@me.com)}

**Resumo.** Este artigo pretende identificar a cultura gastronômica acreana, através da análise de dados históricos, geográficos e de migrações e imigrações deste pequeno estado brasileiro. Embora amazônica, influenciada pelo sistema alimentar indígena e provido de ingredientes que a Floresta Amazônica oferece, a gastronomia acreana expressa as influências nordestinas e árabes que transformam o gosto alimentar local em uma culinária "sui generis". Esta complexa gastronomia originou pratos típicos, como a baixaria.

**Palavras-chave:** cultura gastronômica acreana, gosto alimentar, baixaria.

**Abstract.** *This article aims to identify Acre's gastronomic culture through historical, geographical migration and immigration data analysis of this small Brazilian state. Although amazonic, influenced by indigenous food system and provided of ingredients that the Amazon Forest offers, the Acre gastronomy expresses the influences of the northern Brazil and Arab, which transform the local taste like in a "sui generis" culinary. This complex cuisine originated typical dishes, such as the baixaria.*

**Key words:** *Acre's gastronomic culture, local taste, baixaria.*

**Contextos da Alimentação** – Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade  
Vol. 3 no 2 – Maio de 2015, São Paulo: Centro Universitário Senac  
ISSN 2238-4200

© 2015 todos os direitos reservados - reprodução total ou parcial permitida, desde que citada a fonte

Portal da revista Contextos da Alimentação: <http://www3.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistacontextos/>

E-mail: [revista.contextos@sp.senac.br](mailto:revista.contextos@sp.senac.br)

## 1. Introdução

Com base nas palavras do aforisma “somos o que comemos”, este artigo, visa refletir a identidade gastronômica do jovem Estado do Acre, e lhe definir um prato típico. Convém ressaltar que identidade cultural gastronômica define a comida em seus significados e simbolismos que transcendem o simples ato de se alimentar. Investigar e descobrir hábitos de determinada população implica no reconhecimento coletivo da construção de uma identidade cultural que culmina na cristalização de certos hábitos e na adaptação de novas comidas. “O homem come de tudo, ele não come tudo” (MACIEL, 2001, p.2), assim o que é “comida” para uns em determinada cultura, não o é em outra.

Para tanto será usada como terminologia a palavra “gastronomia”, que é um termo bem mais amplo que envolve a culinária, os ingredientes locais e, de um modo geral, todos os aspectos culturais a ela associados e, portanto, um termo mais abrangente do que “culinária,” que é a arte de cozinhar, com o objetivo de se ocupar, mais especificamente, das técnicas de cocção dos alimentos. Portanto, pode-se dizer que, a gastronomia engloba a culinária porque tem um foco mais amplo abrangendo ingredientes, técnicas, utensílios e todos os elementos culturais que envolvem o ato de comer juntamente com suas transformações e adaptações culturais. Por outro lado, a culinária se fixa nas receitas, na arte de cozinhar, de cultivar um prazer à mesa quer seja local ou regional.

A história do Acre baseia-se na dominação da floresta amazônica tanto pelo homem nativo quanto pelo colonizador português. Permeada, principalmente por usos e costumes indígenas, de como viver e sobreviver em uma floresta densa, do aproveitamento econômico do látex dos seringais acreanos, de seus produtos naturais e peculiares, como frutas, caças, peixes e outros itens regionais, entre outros. Pode-se, assim, estabelecer, como se forma a identidade cultural gastronômica do Estado, quais são os hábitos alimentares que contam a sua história e definem seus paladares que se renovam constantemente através do costume toda vez que os habitantes se alimentam.

Vale ressaltar que ao analisar uma cultura e a alimentação dessa cultura é possível perceber que a comida exerce um papel fundamental na vida das pessoas, não só pela necessidade de se nutrir o corpo humano e pela garantia da sobrevivência do homem, mas, também, como a cultura social de uma determinada região influencia este aspecto.

O principal objetivo deste trabalho está em demonstrar a complexidade gastronômica local, oriunda de um verdadeiro “*melting pot*” cultural, também conhecido como caldeirão cultural, resultado da mistura étnico-cultural da região, atípica em relação às outras regiões do norte do Brasil, na denominada gastronomia amazônica.

A metodologia de pesquisa escolhida para este estudo foi a bibliográfica, visando compilar todas as informações relacionadas à cultura gastronômica acreana, mesmo que não explicitas diretamente nos materiais estudados. Além disso, constituiu-se uma linha do tempo da história recente do estado e identificou-se os fatos históricos e geográficos que influenciam diretamente a cultura regional.

Silva (2005) afirma ter sido a região amazônica o local onde o colonizador mais se identificou com a alimentação indígena, baseada na caça, pesca e no consumo de farinha e frutas silvestres. Exemplos dessa assimilação dos costumes indígenas podem ser notados na utilização do peixe-boi, cuja carne muito saborosa, principalmente a da região do ventre, passou rapidamente a ser utilizada e comercializada. Igualmente, a autora faz referência a outros dois produtos: a carne de jacaré e a tartaruga e desta, também a utilização de ovos e gordura.

A região amazônica estabeleceu a dificuldade para o homem colonizador, sobretudo, pela adversidade do ambiente que a floresta oferecia e, neste contexto, a região do Estado do Acre, muito embora amazônica, tem histórico particular e referencial próprio. Por questões históricas, advindas desde 1494 pelo Tratado de Tordesilhas, esta região

brasileira pertenceu à colonização espanhola e também à Bolívia, em 1867. (BEZERRA, 2006). Somente em 21 de março de 1903 passou a ser território brasileiro com sua compra pelo governo do Brasil, por meio do Tratado de Petrópolis. (TOCANTINS, 2009). Este pertencimento boliviano e também as questões limítrofes do Brasil com Bolívia e Peru fez com que a cultura alimentar do Acre se miscigenasse com as influências desses vizinhos sul-americanos.

Por tantas particularidades históricas e em especial ao chamado “ciclo da borracha,” sua culinária amazônica, vai se contaminando a partir de influências dos imigrantes nordestinos. Mais tarde, com a chegada de imigrantes e, sobretudo, os de ascendência árabe, essa miscigenação de culturas e hábitos alimentares se funde com a amazônica, numa desconstrução alimentar sui-generis das raízes indígenas e que norteia os gostos culinários da região amazônica/acreana.

De acordo com Santos (2011), a cozinha é um microcosmo da sociedade e uma fonte inesgotável de história e, por essa razão, é importante se considerar que algumas produções sejam um patrimônio gustativo; produções estas que têm origem numa riqueza étnica e cultural que inventa uma ampla mesa, produzindo pratos dos povos locais ou trazidos por diversos migrantes e imigrantes, num processo permanente de adaptação e readaptação dentro da dinâmica dos processos históricos.

A evolução da sociedade acreana, sua miscigenação cultural e alimentar esta intimamente ligada a sua história da colonização. Com base no exposto, cumpre considerar como se deu a “invenção do Acre,” nas palavras de Bezerra (2006, p.15), desde o seu pertencimento à Bolívia até seu processo migratório, ligado diretamente ao capitalismo-imperialista da segunda metade do século XIX que necessitava de borracha, matéria-prima essencial à indústria de pneumáticos e derivados.

Outro aspecto a se considerar e que favoreceu a migração dos nordestinos foi o declínio do cultivo da cana-de-açúcar, no Nordeste que, até então, no período colonial, era o sustentáculo da economia nacional.

Ainda, de acordo com Bezerra (2006), desde os séculos XV, XVI e XVII fica evidente o interesse dos europeus pela Amazônia, por suas riquezas potenciais, particularmente pela borracha, já mencionada em diários de viajantes da época, em referência às estranhas bolas utilizadas pelos índios americanos que saltavam sempre que jogadas de encontro ao solo.

Vários fatores científicos propiciaram cada vez mais a penetração e colonização da região acreana. Entre eles estão: os estudos da árvore da seringueira, denominada hevea brasiliensis, por Charles Marie de La Condamine; a descoberta da borracha como “objeto apagador”, por Joseph Priestley em 1770; a descoberta de um solvente capaz de modificar a forma da borracha após sua coagulação pelos ingleses; a crescente implantação da fabricação do automóvel e do uso da bicicleta. (BEZERRA, 2006).

Ainda, sobre a imigração, merece consideração especial, a importância síria e libanesa para a ocupação da Amazônia e principalmente do Acre. De acordo com Bezerra (2006), os turcos ou “turcarada” – como se tornaram impropriamente conhecidos nos primeiros tempos e assim designados devido ao domínio do Império Turco Otomano sobre áreas onde hoje estão países como o Líbano e a Síria – radicados em todo o território do Acre, sediaram principalmente Rio Branco, onde monopolizaram o comércio, através de barracões de madeira edificadas a margem do Rio Acre.

De acordo com Costa Sobrinho (2010, p. 1), partindo-se da hipótese de que os imigrantes nacionais e imigrantes estrangeiros – como os nordestinos, árabes, judeus, entre outros que se deslocaram em direção à Amazônia Ocidental – trouxeram as suas práticas alimentares e nesse encontro de culturas se mesclaram e também assimilaram

a culinária das populações indígenas preexistentes e dos povos de fronteira, tem-se como resultado algo que se poderia denominar de “nova ou típica gastronomia acreana”.

Porém, a raiz da gastronomia acreana permanece de origem amazônica, tal qual a gastronomia paraense e amazonense. O tacacá – caldo feito com tucupi, goma, camarão seco e jambu – faz parte da gastronomia local, tal qual a farinha de mandioca e o polvilho.

A pecuária é uma atividade econômica que vem se destacando no Acre, com a criação de gado bovino, suíno e caprino de corte. Como um dos maiores produtores do país, a carne passa a fazer parte do cardápio do acreano.

Outra atividade econômica em destaque é a extração da castanha-do-Brasil, também conhecida como castanha-do-Pará. O Acre é atualmente um dos maiores produtores do país e é na gastronomia que se obtém a confirmação desse produto largamente utilizado na elaboração de peixes, com o uso do leite da castanha ou pelo consumo *in natura*.

Além disso, vale lembrar a abundância de frutas provenientes da floresta que integram a alimentação local como o açaí, o buriti, o cupuaçu, o cajá, a graviola, entre outras que são utilizadas em sobremesas, sucos e licores.

Além do buriti, outros três ingredientes apresentam relevância no mercado local: a pupunha, que é consumida cozida; o patuá, do qual se extrai o óleo que passou a ser explorado pelo mercado gastronômico; “o vinho,” como é conhecido o produto similar ao açaí processado.

Outro elemento marcante da gastronomia acreana, principalmente dos seringais e dos indígenas, é o consumo de carne de caça. Ainda que proibido por lei no Brasil e passível de punição (multa e detenção), o consumo de carne de caça nos estados do norte do Brasil está enraizada na cultura da região. A força cultural desta prática tem origem na caça de subsistência dos índios, única população resguardada pela lei com a permissão de se alimentar destes animais.

E com base nas considerações aqui feitas se fará uma análise desses elementos contextualizadores.

## **2. A geografia e a história do Acre**

O Estado do Acre é o único estado brasileiro totalmente inserido na Floresta Amazônica. Ranzi (2008) igualmente observa que o Acre é um estado predominantemente florestal, com cidades florestais e, como parte do contexto amazônico apresenta aspectos diferenciadores, tanto nas macrorregiões quanto nas microrregiões: dos 22 municípios que formam o estado do Acre, 20 se situam às margens de rios, o que reforça a influência do meio ambiente na vida do homem regional.

Situado no extremo noroeste brasileiro e sudoeste da Amazônia Brasileira, é recoberta em sua totalidade por esta floresta equatorial úmida, densa e intensamente verde, que estabelece uma característica única entre as unidades federativas brasileiras, não se encontrando outros tipos de vegetação como campos e cerrados. É em razão da floresta e da seringueira, árvore nativa e produtora do látex, que ocorre a sua exploração, conquista e anexação ao território brasileiro. Portanto, a história do Acre é a própria história da floresta, das seringueiras e de sua segunda riqueza, as castanhas-do-Brasil.

O Acre se caracteriza por seu clima quente e úmido, com média que oscila em torno de 26º Celsius. As chuvas delimitam as duas estações básicas do ano, inverno e verão, que são as responsáveis pelo extrativismo na região. Com índice pluviométrico menor, o verão é época da extração da borracha.

Os rios são a riqueza hidrográfica de maior importância na Amazônia, no caso do Acre, é marcado pelos afluentes da margem direita do Amazonas, o Juruá e o Purus.

As árvores de maior supremacia para os acreanos são as seringueiras e as castanheiras. As castanhas-do-Brasil são muito valorizadas na região e exportadas ao restante do mundo.

As seringueiras amazônicas, pertencem ao gênero *Hevea*, com 11 espécies, das quais a *Hevea brasiliensis* é a mais produtiva e a que produz o látex de qualidade superior.

A floresta também fornece uma gama de frutas típicas. São exemplos; o murici, o bacuri, o uxi, a bacaba, a taperá, o cupuaçu e o açaí, que podem ser degustadas *in natura* ou acompanhadas de farinha, seguindo a tradição da região; e outra gama de frutas memoráveis, como o araçá, pitanga, caju, jambo, ginja, grumixama, ingá, frutapão, jaca, ananás maracujá, ata, biriba, camapu, camutim, carambola e cubiá. Os frutos processados têm variados consumos, como o prato básico da região, que é o açaí misturado com farinha de mandioca.

Não se pode pensar em Amazônia e Acre sem pensar em peixes. Dada a extensão de rios de água doce, nas palavras de Lody (2011), as águas da Amazônia são águas de viver e de comer. Na Amazônia os rios e lagos são habitados por milhares de peixes, como o pirarucu (que na língua indígena significa peixe vermelho), pacu, xaréu, camurim, acará, acará-açu, acari, apapá, cascudo, curimatã, pirapitinga, piranha, tucunaré, tambaqui, entre tantos outros.

Portanto, a cultura da floresta, a cultura indígena de comer e beber e, sobretudo, a exploração da sua árvore nativa, a seringueira – por um grande contingente humano que aflorou principalmente do nordeste brasileiro para a chamada época de ouro da extração da borracha – vão determinando sua cultura gastronômica. Repleta de exotismo e sabores, o gosto desta terra é traduzido em cardápios fartos de sabores próprios.

Historicamente, pelo Tratado de Tordesilhas (séculos XVII e XVIII) o território do atual estado do Acre e também da Bolívia pertenciam à Espanha. Mais tarde, pelo Tratado de Madri, em 1750 (BEZERRA, 2006), ficou estabelecido que os portugueses tivessem asseguradas para si as terras já “adquiridas” na Amazônia, tendo como base o princípio do *uti possidetis* (a terra pertence a quem ocupa), mas, mesmo assim, o Acre e a Bolívia continuaram sob o domínio da Espanha.

Nessa época o “leite das seringueiras que virava ouro” estava sendo explorado exclusivamente por produtores brasileiros e a Bolívia tentava participar das vantagens dessa produção. Bezerra (2006) relata a dificuldade da Bolívia em enviar expedições à região para ocupá-la e explorá-la, além da própria carência de população disponível por parte dos bolivianos para realizar o empreendimento de ocupar a área, das dificuldades de transporte e comunicação num território imenso e distante, sobretudo, se for considerado que os rios eram as principais vias de penetração na área. O que foi decisivo para a ocupação das terras do Acre pelos brasileiros e motivo de litígio pela posse das terras entre Brasil e Bolívia foi, inegavelmente, o desenvolvimento industrial dos países europeus e dos Estados Unidos da América e a consequente demanda internacional por borracha. Outra grande contribuição resultou da grande seca de 1877 que atingiu o nordeste brasileiro, sobretudo o Ceará.

A luta pela libertação do domínio boliviano no Acre se deve a Plácido de Castro, por seu comando na luta, e ao ministro Rio Branco, cujas ações culminaram no Tratado de Petrópolis, em 21 de março de 1903 (BEZERRA, 2006). Pelo Tratado de Petrópolis o território do Acre passou a ser incorporado ao território nacional. Pela Lei nº 1.181, de 1904, sancionada pelo presidente Rodrigues Alves foi criado o Território do Acre. Inicialmente o Território compreendeu dois departamentos: o Alto-Acre e o Alto-Juruá.

(BEZZERA, 2006). Em 1912, o departamento do Alto-Juruá foi desmembrado em um novo departamento, o terceiro, chamado de Alto-Tarauacá; o mesmo decreto estabeleceu também a organização administrativa do novo território. Esta formação político-administrativa predominou até o início do século XX, modificando-se em 1963 com sua elevação a Estado. (RANZI,2008).

### **3. A formação da sociedade acreana**

Para que se discorra sobre a gastronomia amazônica/acreana, é necessário abordar o antepassado destas terras, o índio brasileiro, para que se compreenda o homem, a floresta e seu sistema alimentar.

De acordo com Souza (2005) existem dados de que a Amazônia foi povoada por índios desde 31.500 a. C. os grandes troncos linguísticos indígenas que habitavam a Amazônia até a chegada dos portugueses em 1616 eram: Tupi, Aruak, Karib, Tucano, Pano e Jê. Igualmente Souza (2005) também afirma que, de acordo com estudiosos, existiam na Amazônia 718 línguas faladas entre os 6 grandes troncos linguísticos indígenas. Os índios que habitam o Acre pertencem a dois troncos linguísticos, os Pano e os Aruak.

Souza (2005) menciona que os índios amazônicos não conheciam a escrita. Eram povos com tradição oral. A palavra era a forma de transmitir conhecimentos e sua história ao longo dos tempos. Segundo o autor, a maior parte dos índios habitavam as margens dos rios amazônicos (várzeas), devido à facilidade para se encontrar alimentos como os peixes e as tartarugas e também quanto à fertilidade do solo das praias onde plantavam a mandioca, o milho, o algodão, o tabaco e as frutas. A outra região habitada pelos índios era a terra firme, onde para cultivarem seus roçados tinham que derrubar a floresta e fazer queimadas. Como os índios que habitavam as terras não tinham a mesma facilidade dos índios que moravam às margens dos rios, eram constantes e frequentes as guerras entre as tribos amazônicas pela ocupação das várzeas do rio Amazonas. De acordo com o autor, os povos indígenas da Amazônia eram todos agricultores, cuja técnica já era dominada desde 9.000 a.c.

Ribeiro (1987), ao estudar o índio na cultura brasileira, lembra o legado cotidiano deixado por esse povo: as farinhas de mandioca e de milho, a mandioca, a batata doce. Do mesmo modo quando se saboreia os sucos de caju, abacaxi, guaraná ou mate e, até mesmo, quando se toma um ônibus ou se anda em automóveis que rodam sobre pneus de borracha. A autora lembra, ainda, a contribuição indígena sobre o modo de ser do sertanejo, do caipira, do caçara e principalmente do caboclo amazônico. A domesticação de plantas, o manejo das terras para agricultura, técnicas de caça e pesca, o conhecimento da flora e fauna, o dormir em redes, tomar banho diariamente, entre outros, são contribuições indígenas que perduram na vida de uma sociedade.

Portanto, o paladar amazônico legado dos índios, se reporta em sabores naturais dos peixes, dos frutos, dos temperos e da forma simples de agradar o paladar. Neste sentido, engrandecem a gastronomia nacional os sabores da farinha, do tucupi, do tacacá, do jambu, do açaí e tantos outros legados da grandiosa herança indígena. Mantem-se desta forma, intacta, por quinhentos anos, a elaboração das farinhas, dos moqueados de peixes e carnes e das bebidas de frutas.

Depois do índio, é o migrante nordestino o personagem vital para a conquista do território acreano. A saga dessa brava gente, fugida das secas cíclicas do sertão nordestino, impulsionou-o com base em três conceitos: muita luta, muita ousadia e, sobretudo, muita determinação: desbravar um território majestoso e hostil ao homem, em plena selva amazônica, para o extrativismo do látex - o ouro branco.

A ação desses sertanejos pioneiros foi fundamental na conquista, ocupação e posse da terra, onde deixaram para a posteridade, com base na coragem e no entusiasmo, a ocupação do território acreano.

De acordo com Ranzi (2008) o volume migratório no Acre, de 1870 até 1990, foi um contingente de 300 mil pessoas, o que aumentou, em duas vezes, o índice populacional no território acreano, fazendo subsistir até 1902, de 300 a 400 seringais para a extração da borracha.

Todo esse contingente também foi deixando “raízes” alimentares nordestinas sobre tudo ao final do ciclo da borracha quando uma nova política econômica e social se institui em terras acreanas. Institui-se um plano de desenvolvimento agrícola, criando as colônias agrícolas e desapropriando os seringais. Desta forma, se propiciou o assentamento dos “soldados da borracha” em regime de pequena propriedade rural e fixando o homem à terra.

O significado antropológico, histórico e social desta migração revela vestígios de trocas culturais, mudanças de hábitos e práticas alimentares fundamentadas em uma dinâmica social que deixaram na cultura gastronômica acreana vestígios singulares e próprios.

#### **4. A gastronomia do Acre**

Este capítulo dá ênfase aos ingredientes e pratos típicos do Acre. Ocupando apenas uma área entre 2% a 3% da bacia amazônica, o Acre apresenta uma das floras mais diversificadas e interessantes da região amazônica ocidental. Além das espécies tradicionais das frutas amazônicas como o cupuaçu, a graviola e outras, o abacaxi, o açaí, a banana, cítricos e a pupunha figuram entre os produtos mais cultivados no Estado.

Porém o destaque em termos de frutas é o abacaxi (*Ananas comosus*) de Tarauacá, cidade a 450 km ao noroeste de Rio Branco, que atinge mais de 13 kg por unidade. Credita-se esse desproporcional tamanho na relação entre fertilidade do solo e o índice pluviométrico da região. (RODRIGUES, 2013).

A pupunha (*Bactris gasipaes*) é um fruto que merece destaque na cozinha amazônica acreana pela versatilidade. No Acre, os frutos da pupunha são amplamente utilizados. Cozidos por longo tempo ou em panela de pressão ficam aptos para consumo em bolos, purês, fritos e pães. O consumo do palmito de pupunha é mais raro e comumente utilizado em conserva na preparação de saladas.

Outro ingrediente de referencia é a farinha de mandioca artesanal acreana feita em Cruzeiro do Sul, cidade localizada no Vale do Rio Juruá. Cruzeiro do Sul ficou conhecida pela produção de farinha não pubada, com torra clara, caracterizando os aromas da própria mandioca utilizada no método de produção o que torna este produto especial. O município também produz, em menor quantidade, a farinha d’água e a farinha misturada com coco.

Uma farta espécie de peixes se destacam na preparação de pratos regionais acreanos. Das espécies nativas amazônicas as que se destacam , gastronomicamente, estão o pirarucu (*Arapaima gigas*), o tambaqui (*Colossoma macropomum*) e o surubim (*Pseudoplatysoma corruscans*).

Dentre essas espécies citadas o pirarucu é uma das bases da alimentação tradicional dos ribeirinhos amazônicos e pode ser consumido fresco, seco e salgado, semelhante ao bacalhau. A carne praticamente não tem espinhos e é adequada para pratos locais como o “Pirarucu de Casaca”.

Nas últimas décadas o pirarucu vem sofrendo com o processo de urbanização acelerado no Estado e com o aumento da pesca comercial. A reprodução natural do peixe é insuficiente para repor o número de pirarucus pescados. O perigo de extinção deste peixe tornou-se tão grande que o Slow Food Brasil posicionou este peixe em seu projeto intitulado “Arca do Gosto”. E um sistema de manejo sustentável de proteção foi desenvolvido. Com o sistema implantado passou-se a criação do peixe em áreas

alagadas da bacia amazônica. De acordo com o sistema, os lagos são divididos em três áreas, cada uma com um uso diferente dos recursos naturais, como zona de procriação, zona de pesca de baixo impacto e zona de pesca intensiva. (PETTAZZONI, 2007).

Assim como o pirarucu, o Tambaqui (*Colossoma macropomum*) tem sua pesca proibida no Acre e também faz parte do projeto de desenvolvimento de piscicultura. Esse projeto tem por finalidade fomentar o comércio de peixes de água doce para o Brasil, Peru e Bolívia.

Apesar de sua localização amazônica, o acreano é grande consumidor de carne bovina. O Acre é um pequeno produtor no Brasil, mas, vem ganhando destaque entre os Estados do norte do país. Um dos itens mais marcantes da culinária acreana, também é um dos mais combatidos pelo governo do Estado. A caça de animais silvestres é muito recorrente nos municípios do interior do Estado acreano, principalmente nos seringais, nas fazendas de produção de castanha-do-Brasil e entre os indígenas. Esta rotina de caça está relacionada à dificuldade de obtenção de proteína animal terrestre, advinda de criadouros, pelo custo ou pelo acesso, e também pela questão cultural de consumir este tipo de alimento. Porém existe projeto para o manejo da fauna silvestre. A criação destes animais em cativeiro com a permissão do IBAMA, pode reestabelecer o fator cultural atrelado a este consumo e um ganho cultural para o Estado.

Outro item muito importante na gastronomia local é a castanha-do-Brasil. No Acre é muito apreciada como subproduto para bolos, doces e transformada em leite para a cocção de peixes e carne de caça, além do consumo na forma natural. No Acre o Projeto Castanha, uma parceria da WWF Brasil e associações locais, com supervisão do Instituto Ecoamazon, oferece treinamento aos produtores em relação às melhores práticas de colheita, armazenamento, secagem e transporte das castanhas, visando a melhoria da qualidade do produto e o benefício dos produtores.

Outro ingrediente que merece destaque no território acreano é o feijão. No Estado do Acre, o município de Marechal Thaumaturgo é o maior produtor de feijão crioulo no Estado. As variedades disponíveis são muito diversificadas e abrangem os gêneros *Vigna* e *Phaseolus*. Além de diferença morfológica, os feijões apresentam diferença e sabor, textura e técnicas de cozimento. Estas referências sobre os feijões qualificam ainda mais a diversidade de ingredientes exclusivos que garantem uma gastronomia relevante e culturalmente atraente ao país.

Oriundo da cana de açúcar o gramixó, uma espécie de açúcar mascavo, é típico do Acre. Disponível em pedras ou moído, pode ser consumido puro ou utilizado para adoçar. Este produto é herança dos engenhos de açúcar, implantados pelos nordestinos no final do século XIX.

Entram também, no contexto de ingredientes emblemáticos, o mel de abelha nativa, o açaí, "o vinho" (polpa) de buriti e patauá também são encontrados para consumo em quantidades na alimentação do Estado.

Não existe literatura e pesquisas sobre a gastronomia acreana. A Secretaria de Turismo e lazer do Estado do Acre (SETUR) contempla alguns pratos como pratos exclusivos da gastronomia local. São eles, Pirarucu de Casaca, Quibe de Arroz, Quibe de Macaxeira, Saltenha e Tambaqui à Moda, Rabada no Tucupi. Porém é a Baixaria o prato que melhor define a gastronomia local. A Baixaria é um prato composto por carne bovina moída refogada, farinha de milho grossa (também conhecida como fubá ou cuscuz) cozida no vapor (pão de milho), cheiro verde (salsinha, cebolinha e cebola picada, podendo, eventualmente conter tomate) e ovo frito. A principal peculiaridade deste prato é que é servido usualmente de madrugada, em alguns mercados da cidade, como alternativa para o café matinal ou na saída de festas, visando o restabelecimento após o consumo de álcool.

Conforme Neves (2012), a criação do prato é de autoria de um trabalhador rural na década de 1970 quando visitou um conhecido mercado da cidade, Mercado do Bosque, para fazer uma refeição matinal. A proprietária da lanchonete lhe ofereceu os produtos presentes no cardápio: mingau de tapioca e banana, pão de milho, tapioca, carne moída, café etc. faminto, o comensal pediu todos os elementos que compõem uma baixaria e, na hora de pagar, perguntou sobre o valor da "baixaria" que havia comido. De acordo com Duarte (2013) foi nos anos 1980 que o prato ganhou popularidade, pela propaganda feita por Wilson Barros, jornalista que divulgou diversas matérias sobre o assunto na época. A comercialização da Baixaria acontece, atualmente, em diversos mercados e lanchonetes da capital acreana, Rio Branco. Contudo o tradicional local de venda deste prato é o Mercado do Bosque ou Mercado Municipal Álvaro Rocha, localizado na Rua Coronel Alexandrino 636, no bairro do Bosque, cidade de Rio Branco (AC).

## 5. Conclusão

Baseado neste contexto, pode-se indicar, ao nível da capital Rio Branco, um prato como típico acreano, embasado nas questões culturais, históricas e sociais levantadas. No Acre, tal qual acontece no Brasil, as influências são tantas e tão distintas entre os municípios do Estado, não se pode fazer uma escolha definitiva, mas, sim, embasada em alguns parâmetros.

Considerando a originalidade e a popularidade, a baixaria certamente é um ícone da gastronomia acreana e reflete a imigração nordestina do ciclo da borracha. Primeiro pela presença de cuscuz no prato, típico da alimentação dos nordestinos, logo pela quantidade de carboidratos e proteínas que compõe a baixaria, muito importante para trabalhos que demandam muito fisicamente, como a extração da borracha.

Assim, ponderando a influência histórica, o gosto popular, a versatilidade do prato em ser servido ao fim da noite e também no café da manhã, pode ser considerado como um dos responsáveis por promover a manutenção da cultura alimentar acreana, é possível afirmar que a baixaria pode, ser considerado um prato típico acreano na cidade de Rio Branco.

No Acre o processo histórico da apropriação da terra define a identidade da região. Tendo como alicerce a comida indígena, nordestina e árabe, podemos definir a sua identidade pela comida associando o hábito de um povo ao seu território e fazendo com que a baixaria seja reconhecida como fator de identificação alimentar: assim como, ao se pensar em pão de queijo, logo nos remetemos aos mineiros; se pensarmos nos bairanos, o acarajé; o churrasco ao gaúcho e desta forma na baixaria aos acreanos.

## Referências

BEZERRA, M. J. **Invenções do Acre: de território a estado – um olhar social.** 2006 383 f. Dissertação (Doutorado em História) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2006.

COSTA SOBRINHO, P. V. Acre – Uma culinária revisitada. **Cenas e coisas da vida.** 03 nov.2010. Disponível em <[http://cenasecoisasdavid.blogspot.com.br/2008/7/gastronomia\\_4301.html](http://cenasecoisasdavid.blogspot.com.br/2008/7/gastronomia_4301.html)> Acesso em 14 jun. 2013.

DUARTE, E. **Conheça um prato típico da culinária acreana, a baixaria.** Acre, 2013. Disponível em <http://m.gi.globo.com/ac/noticia/2013/03/aprenda-fazer-um-prato-tipico-da-culinaria-acreana-baixaria.html?hash=3>. Acesso em: 16 ago. 2013.

LODY, Prefácio. IN: **Culinária amazônica: o sabor da natureza**. 3ªed. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2011.

NEVES, M. V. **Como nasce a Baixaria**. 2012. Disponível em: [http://www.jorgeviana.com.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1846:como-nasce-a-baixaria&catid=27:la-e-ca&itemid=7](http://www.jorgeviana.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1846:como-nasce-a-baixaria&catid=27:la-e-ca&itemid=7). Acesso em; 16 ago.2013.

MACIEL, M. E. **Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin**. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 7, n.16, p.145-156, dezembro de 2001. Disponível em: <http://scielo.br/pdf/ha/v7n16/v7n16a08.pdf>. Acesso em: 11abr.2015.

PETTAZZONI, G. **Produtos do Brasil na Arca do Gosto: Pirarucu**. 2007. Disponível em: <http://www.slowfoodbrasil.com/arca-do-gosto/produtos-do-brasil/43-pirarucu>. Acesso em 06 jan.2014.

RANZI, C. M. D. **Raízes do Acre**. 3ed. Rio Branco – AC: MM Paim, Editora UFAC, 2008.

RIBEIRO, B.G. **O índio na cultura brasileira**. Rio de Janeiro: editora Revan Ltda. 1987.

RODRIGUES, D. Produção de abacaxi de até 12 kg é destaque no interior do Acre. **G1**. Acre. 14 maio 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/ac/acre/noticiaq2013/05producao-de-abacaxi-de-ate-12-kg-no-interior--do-acre.html>. Acesso em 08 jan.2014.

SANTOS, C.R.A. A alimentação e seu lugar na história: os tempos da memória gustativa. IN: **História: Questões & Debates**, n. 42. Curitiba: Editora UFPR, 2005.

SILVA, P.P. **Farinha, feijão e carne-seca: um tripé culinário no Brasil colonial**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005.

TOCANTINS, L. **Formação histórica do Acre**. V.I. e II. 5.ªimp. Brasília: Senado Federal, 2009.

**Recebido em 13/12/2014 e Aceito em 11/05/2015.**

## **Memória gastronômica: a alimentação de imigrantes e seus descendentes, nas décadas de 1930 – 1950, em Londrina-Paraná**

*Gastronomic memories: alimentary system of immigrants and their descendants at the 1930 - 1950 decades in Londrina - Parana*

Leandro Henrique Magalhães<sup>1</sup>, Gilberto Hildebrando (UEL)<sup>2</sup>, Mirian Cristina Maretti<sup>3</sup>

**Resumo.** O presente trabalho tem por finalidade discutir o resultado obtido pelo projeto "Gastronomia e patrimônio cultural londrinense" que tem como proposta estruturar uma discussão acerca dos pressupostos culturais que nortearam a formação histórica social da cidade de Londrina, tendo como foco às referências gastronômicas preservadas no campo da memória de migrantes/imigrantes e descendentes, tomando-se como critério a formação da cidade em 1930 a 1950. Além disso, o projeto busca uma aproximação com o conceito de Patrimônio Imaterial, utilizando-se de estudos teóricos, investigando práticas alimentares e pratos típicos que possam ser identificados a uma determinada etnia ou grupo de migrantes, que expressam sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade.

**Palavras-chave:** Patrimônio cultural, memória gastronômica, História de Londrina.

**Abstract.** *The purpose of this paper is to examine the results of the project "Gastronomy and Cultural Heritage of Londrina", which tries to structure a discussion about the main cultural aspects that influenced the historical formation of society in the city of Londrina, focusing on the gastronomic references of its immigrants and descendants between 1930 and 1950. Furthermore, the project looks for the concept of Intangible Heritage, using theoretical studies, investigating gastronomic practices and traditional dishes, which can be used to identify a particular ethnic group or immigrants, showing its history, identity and sense of continuity of its traditions.*

**Key words:** *cultural property, gastronomy memorian, Londrina's History.*

---

<sup>1</sup> Doutor em História pela Universidade Federal do Paraná – UFPR. Professor para o curso de Gastronomia do Centro Universitário Filadélfia – UniFil.

<sup>2</sup> Mestre em História pela Universidade Estadual de Londrina – UEL. Professor para o curso de Gastronomia do Centro Universitário Filadélfia – UniFil, até o ano de 2013. Atua atualmente na Universidade Estadual de Londrina – UEL. Bolsista da Fundação Araucária nos anos de 2011 e 2012.

<sup>3</sup> Doutora em Ciência de Alimentos pela Universidade Estadual de Londrina – UEL. Professora para os cursos de Graduação no Centro Universitário Filadélfia – UniFil.

A preocupação com a memória e o Patrimônio Cultural vem ganhando espaço, exigindo diálogo constante com estudiosos de áreas como história, artes, pedagogia, arquitetura e urbanismo, antropologia, sociologia, gastronomia e turismo. Nesta perspectiva, vem adquirindo importância o chamado Patrimônio Cultural Imaterial, marcado por manifestações, saberes, formas de expressão, celebrações e lugares.

O Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional - IPHAN, a partir do Decreto 3.551 de 4 de agosto de 2000, reconhece a imaterialidade como bem cultural ao instituir o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial. Segundo o IPHAN, o registro favorece o processo de conhecimento, comunicação e reivindicação por parte dos grupos envolvidos, sendo assim uma forma de reconhecimento e de valorização desses bens. No Paraná, a Coordenadoria de Patrimônio Cultural é encarregada dos assuntos relativos à preservação do patrimônio arqueológico, histórico, artístico e natural do Estado (Lei Estadual nº 1.211/53). Neste mesmo sentido, a UNESCO define como Patrimônio Imaterial da Humanidade, dentre 178 práticas culturais ou tradicionais, a dieta mediterrânea, a culinária tradicional do México, o pão de mel croata e a gastronomia francesa, incluindo aqui seus rituais, apresentação e preparo da comida.

O texto apresentado pretende aprofundar teoricamente os vínculos entre a Gastronomia e o Patrimônio Imaterial, identificando quais pratos e práticas londrinenses podem ser considerados como bens culturais e, assim, mereçam ser inventariados. A proposta básica é estruturar um campo discursivo acerca dos pressupostos culturais que nortearam a formação histórica e social da cidade de Londrina, identificando as referências gastronômicas armazenadas no campo da memória de migrantes/imigrantes e seus descendentes, além da consolidação de uma área de pesquisa em Patrimônio Imaterial, investigando práticas alimentares e pratos típicos que poderiam ser reconhecidos como bens culturais.

No aspecto metodológico, optou-se pela aliança entre uma análise teórica e conceitual e a pesquisa de campo, em arquivos da cidade. A reflexão teve assim, como base, documentos e bibliografia levantados junto ao Museu Histórico Padre Carlos Weiss, a Biblioteca Municipal de Londrina e ao Centro de Documentação e Pesquisa em História – CDPH, da Universidade Estadual de Londrina – UEL. As pesquisas visaram a busca de informações sobre as práticas culinárias e pratos que se firmaram, ao longo das décadas, como pilares de uma gastronomia londrinense. O período estudado foram as décadas de 1930 a 1950, por ser esta a época de colonização da cidade, que foi instituído como patrimônio em 1929, e teve sua ascensão para município em 1934, tendo a frente a Companhia de Terras Norte do Paraná – CTNP.

Os documentos obtidos têm colaborado para a compreensão do contexto de formação da cidade, além de possibilitar o reconhecimento dos principais grupos de imigrantes que adquiriram lotes de terra na região, o que se deu a partir de documentos que possibilitaram a constituição do quadro a seguir:

<b>Prioridade</b>	<b>Nacionalidades - 1933 – 1940</b>	<b>Números de Aquisições</b>
1º	1 - Brasileiros	3701
2º	2 - Italianos	770
3º	3 - Japoneses	638
4º	4 - Alemães	554
5º	5 - Espanhóis	480
6º	6 - Portugueses	309

**Quadro 01: Listagem de Nacionalidades que adquiriam lotes da CTNPR**  
**Fonte: Museu Histórico de Londrina.**

Estes dados foram confirmados por levantamento realizado por Alice Yatiyo Asari e Ruth Youko Tsukamoto, e publicado na dissertação de Priscila Martins Fernandes intitulada *Identidades e Memória de Imigrantes Japoneses Descendentes em Londrina* (2010), que demonstram que, em 1940, de 2.100 habitações existentes e 10.000 moradores, considerando-se os proprietários dos lotes, tinha-se 611 italianos, 533 japoneses, 510 alemães, 303 espanhóis, 218 portugueses, 193 poloneses, 172 ucranianos e 138 húngaros. Estas informações nortearam nossa opção em trabalhar com os imigrantes e descendentes de italianos, japoneses, alemães espanhóis e portugueses.

A partir da definição dos grupos a serem estudados, iniciou-se nova fase de pesquisa em documentos nos arquivos já apontados. Estes possibilitaram múltiplos olhares sobre as práticas gastronômicas, geralmente agregadas as práticas sociais, possibilitando que se identifique os hábitos alimentares, dificuldades encontradas, adaptações necessárias para a sobrevivência em uma região recém colonizada, e as permanências.

### **Gastronomia e Cultura**

Aquele que atua na área de gastronomia, necessariamente, passa por reflexões que se voltam para a cultura de um povo ou região. Como dito por Rosana Fernandez Medina Toledo (2010, p. 03):

Todos os seres humanos, ou até diria, todos os seres vivos, nascem e procuram um alimento. O ato de se alimentar sustenta um pilar primordial e que todo humano está inserido: cultura. Esse ato caminha por culturas, sociedades, grupos, raças e tudo que envolve o ser humano. A escolha alimentar se dá a partir de uma trama entre normas, respeito, estética, tradição e ética.

No livro intitulado *Gastronomia no Brasil e no Mundo*, de Dolores Freixa, a autora afirma que "A gastronomia é um inventário patrimonial tão importante culturalmente quanto os museus, as festas, as danças e os templos religiosos (2008, p.19)". Ainda segundo a autora, quando analisamos a alimentação a partir de aspectos das tradições sociais e religiosas, dos gostos e conhecimentos vinculados ao saber de determinada localidade ou povo, estamos falando de

gastronomia. Não é assim de se estranhar que a antropologia vem aumentando paulatinamente seu interesse por temas vinculados a temática alimentação. Dentre os temas mais pesquisados está o vinculado a comida, simbolismo e identidade (KLOTZ SILVA, et al., 2010, p.431). Além dessa:

Outras abordagens, que se vêm colocando no cenário acadêmico com crescente vigor: (a) comida e religião, (b) estudos de cunho histórico sobre a alimentação no Brasil (RIAL, 2003) (c) estudos sobre alimentação e nutrição de povos indígenas (WELCH et al., 2009), (d) e de quilombolas (SILVA; GUERRERO; TOLEDO, 2008), (e) consumo alimentar e publicidade (ANDRADE; BOSI, 2003; ARAÚJO, 2006; VILLAGELIM, 2009), além de (e) um vasto conjunto de estudos voltados para grupos específicos da população, principalmente, gestantes, crianças, adolescentes e idosos e portadores de alguma doença crônica (BAIÃO; DESLANDES, 2006. CARVALHO, 2000; FONTES, 2008, p.433).

Há atualmente um conjunto de trabalhos que se preocupam com a alimentação vinculando-a aos sentidos, significados, ritos e símbolos, saberes e práticas, que são históricos e sociais, possuidores de linguagem e representação própria. A alimentação promove o encontro entre natureza e cultura, entre uma necessidade vital que se integra a um sistema que dá significado ao ato de comer. Ou seja, se o homem precisa comer para sobreviver, o faz de maneira particular, própria, resultando em sistemas alimentares com características singulares (MACIEL, 2005).

Lévi-Strauss acredita ser a culinária esfera privilegiada de acesso à cultura, na medida em que revela o uso social dos alimentos, domínio do reino natural. A forma como se apreende e se relaciona com a natureza, a qualidade das classificações que se utiliza e o modo como são manipuladas são instâncias definidoras da singularidade cultural. É neste sentido que a cozinha de uma sociedade revela-se como eixo central da integração entre Natureza e Cultura (MACIEL, 2005, p.100).

Há uma relação do universal com o que nos faz seres dotados de identidade única. Segundo Da Matta (1986), "A comida vale tanto para indicar uma operação universal – ato de alimentar-se – quanto para definir e marcar identidades pessoais e grupais, estilos regionais e nacionais de ser, fazer, estar e viver."

A alimentação pode ser assim considerada como um dos mais arraigados e, ao mesmo tempo, mais flexíveis dos hábitos (MINTZ, 2001), estando associada a povos e a nacionalidades, e assim, a identidade. Por sua vez, a identidade está vinculada a hábitos e práticas, formando um panorama gastronômico coerente e integrado a outros elementos da vida cotidiana o que, em muitos casos, chegam a constituir cozinhas regionais. Desta cozinha, muitas vezes, há algum prato que se destaca, seja pelas suas características próprias, seja pelo significado que tem para

os grupos, sendo assim definidos como pratos típicos (GIMENES, 2006).

A alimentação está assim intimamente vinculada a identidades, entendida como "espaços privilegiados para apreender determinados processos, através dos quais os grupos sociais marcam sua distinção, se reconhecem e se veem reconhecidos. Em outros termos, as maneiras pelas quais constroem suas identidades sociais" (MACIEL, 2005, p. 49). Ainda segundo Maciel, alguns elementos podem se transformar em marcadores identitários, que são apropriados e utilizados pelos grupos como sinal de distinção. Um destes elementos é a comida.

Tratando de cozinhas como de identidades, a conhecida frase de Brillat-Savarin, 'Dize-me o que comes e te direi quem és', foi transformada em 'Diga-me o que comes e te direi de onde vens'. Indo mais longe, Sophie Bessis (1995: 10) afirma: 'Dize-me o que comes e te direi qual Deus adoras, sob qual latitude vives, de qual cultura nasceste e em qual grupo social te inclui'. A leitura da cozinha é uma fabulosa viagem na consciência que as sociedades têm delas mesmas, na visão que elas têm de sua identidade (MACIEL, 2004, p.27).

A alimentação deve assim ser entendida como fenômeno cultural, que identifica e caracteriza grupos e desenha territorialidades gastronômicas, traduzindo-se em costumes, rituais e outros comportamentos como parte de um arcabouço cultural que orienta as escolhas (e os gostos) individuais (GIMENES, 2006). Desta forma, a comida deve ser entendida como aquilo que é socialmente aceito pelo grupo, que define o que se come, quando e como se come. Neste sentido, nem todo alimento se transforma em comida, indo além de aspectos materiais, por implicar em representações e envolver escolhas, classificações e símbolos que auxiliam na determinação das diferentes formas de entendimento da realidade (MACIEL, 2004, p. 25).

Observa-se que a abrangência da relação alimentação/cultura não se restringe aos processos relacionados com a manipulação da iguaria a ser digerida, mas se estende aos modos à mesa, bem como aos locais e às maneiras com que a degustação ocorre, fazendo com que o complexo fenômeno da alimentação humana tenha marcas de mudanças sociais, econômicas e tecnológicas. Neste sentido, não se pode perder a perspectiva de que a introdução ou modificação de um hábito alimentar dá-se muitas vezes também em virtude de diversos aspectos concretos, tais como a disponibilidade de produtos e técnicas de preparo, bem como pela questão da acessibilidade econômica (GIMENES, 2006, p.03).

Ou seja, a cozinha não se resume a alimentos, mas a um conjunto de elementos que se referenciam na tradição que fazem dela algo particular e reconhecível. A alimentação, quando se torna cozinha, torna-se símbolo de uma identidade que possibilita aos homens se orientarem e se distinguirem, sendo um modo de perceber e expressar um estilo de vida, que se quer particular e, assim como a identidade, que é dinâmica e vive um processo contínuo de transformações e mudanças, a cozinha vive o mesmo processo (MACIEL, 2004, p.50).

Nas palavras de Roberto da Matta (1986):

(...) tanto os homens como as sociedades se definem por seus estilos, seus modos de fazer as coisas. Se a condição humana determina que todos os homens devem comer, dormir, trabalhar, reproduzir-se e rezar, essa determinação não chega ao ponto de especificar também que comida ingerir, de que modo produzir, com que mulher (ou homem) acasalar-se e para quantos deuses ou espíritos rezar (p.15). A sociedade manifesta-se por meio de muitos espelhos e vários idiomas. Um dos mais importantes, no caso do Brasil é, sem dúvida, o código da comida, em seus desdobramentos morais que acabam ajudando a situar também a mulher e o feminino em seu sentido talvez mais tradicional (p.51).

Neste sentido, podemos considerar a comida como um bem cultural, ou ainda, como patrimônio cultural. O conceito de patrimônio cultural vem se aproximando cada vez mais das manifestações humanas, indo além do arquitetônico, especialmente ao se apropriar da antropologia, que acaba por integrar aportes de grupos e segmentos sociais que em muitos casos tinham suas representações a margem do patrimônio cultural. Ou seja, passa-se a valorizar não apenas os exemplares da cultura erudita, mas também as manifestações outras, como as festas, ofícios e a alimentação (CASTRIOTA, 2009).

### **Gastronomia e Patrimônio Cultural**

Entende-se aqui Patrimônio Cultural como lugar de fazeres sociais, espaço privilegiado de conflitos e de constituição de memórias coletivas. Daí a importância da identificação de campos de manifestações simbólicas, fundamentais para a construção da identidade social entendida como múltipla e contraditória em diversos aspectos, mas unitária em outros. O patrimônio é ainda possuidor de múltiplas falas e experiências, ao não pertencer a um grupo exclusivo, mas ao conjunto da sociedade. Isto justifica a busca de uma ampliação da noção de preservação e salvaguarda, possibilitando que o patrimônio seja apropriado por diversos grupos, lhes dando usos, permitindo que outros grupos, que não os pertencentes às instituições hegemônicas, preservem suas identidades e poderes a partir da identificação de patrimônios próprios.

Nesta perspectiva, vem ganhando importância o chamado Patrimônio Imaterial, marcado por manifestações, saberes, formas de expressão, celebrações e lugares. Como visto, o Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional - IPHAN, a partir do Decreto 3.551 de 4 de agosto de 2000, institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial. Fala-se aqui de registro e salvaguarda, e não de tombamento e preservação, tendo em vista as características próprias destes bens, vinculados à perspectiva cultural, e assim, estando em constante movimento.

Segundo o IPHAN, o registro favorece o processo de conhecimento, comunicação e reivindicação por parte dos grupos envolvidos, sendo assim uma forma de reconhecimento e de valorização desses bens (INSTITUTO DE PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, 2011).

No Paraná, é a Coordenadoria de Patrimônio Cultural que está encarregada dos

assuntos relativos à preservação do patrimônio arqueológico, histórico, artístico e natural do Paraná (Lei Estadual nº 1.211/53) (COORDENADORIA DO PATRIMÔNIO CULTURAL, 2011). Apesar de incipiente, apresenta uma discussão sobre patrimônio imaterial indicando, como referências do Paraná, no que se refere à Culinária e Iguarias, o Barreado e Cachaça Morretiana, no Litoral Paranaense. Ainda no que se refere ao patrimônio cultural paranaense, o Estado do Paraná mantém o site "Paraná da Gente", um projeto desenvolvido desde 2003 e que resultou em um inventário do Patrimônio Imaterial do Estado. Dentre os cadernos desenvolvidos, há um que aborda, especificamente, os Pratos Típicos Paranaense, incluindo receitas de todas as regiões do Estado.

### **Gastronomia e Patrimônio Cultural - Aproximações**

Como visto, o conceito de Gastronomia vem se aproximando do de Patrimônio Cultural. Atualmente, é comum considerarmos o Patrimônio Cultural a partir dos vínculos com o espaço e com a localidade, com o saber fazer, especialmente quando tratamos do chamado Bem Cultural Imaterial, envolvendo, dentre outros elementos, a gastronomia.

Ao considerar a localidade, a partir de uma perspectiva abrangente e democrática para o patrimônio, considera-se a desigualdade social e a diversidade regional, grupal e étnica na formação de um povo, expressas nos bens culturais materiais e imateriais, ou seja, nas manifestações e expressões que compõem o que se convencionou chamar de Patrimônio Imaterial, sendo este um dos objetivos aqui propostos, ou seja, entender o processo de constituição de uma gastronomia londrinense a partir dos grupos étnicos que se estabeleceram na cidade, no processo de colonização de Londrina.

O foco é a comunidade, partindo do contexto imediato como elemento fundamental para o reconhecimento do patrimônio cultural. Parte-se do princípio de que a comunidade elabora sentido e percepções para suas experiências, que são compartilhadas por meio de signos, com fins comunicacionais, cujo uso e manutenção garantem o reconhecimento mútuo. Assim, o Patrimônio Cultural é caracterizado como tudo aquilo que tem sentido comum e marca uma comunidade, garantindo sua identidade. Trata-se da valorização de experiências, identidades e memórias, a partir da percepção das escolhas, dos conflitos e do consenso.

A gastronomia possibilita este vínculo identitário, podendo estar próxima a outros elementos, como festas e comemorações. Este é o caso da Festa do Divino Espírito Santo onde, de acordo com Sandra Pelegrini (2011), o alimento se consolida como forma de materializar o vínculo comunitário e agradecer, coletivamente, as bênçãos recebidas. Um dos principais pratos preparados pela comunidade de São Luiz do Paraitinga, um dos locais onde ocorre a festa, é o afogado, que representa a comida consagrada, a hóstia do povo. Este prato é preparado com as prendas recolhidas pelos foliões, misturando-se a carne bovina temperada com verdes, legumes e tubérculos, sendo cozidos em panelões, no fogo a lenha. Os panelões, neste caso, representam a abundância desejada: uma caçarola de ferro, de um metro de diâmetro e 60 cm de profundidade (PELEGRINI, 2011).

Outro elemento que demonstra a proximidade entre os conceitos de Gastronomia e de Patrimônio Cultural é a origem de ambos: apesar de já utilizado na antiguidade, o termo Gastronomia é retomado no século XVIII, por Brellat Savarin (apud FREIXA, 2008), que o entende como o conhecimento do homem a medida que ele

se alimenta. Não é surpreendente que seja justamente no momento de constituição do Estado Liberal europeu que o termo ganha novo significado, mesmo período em que surgem os primeiros restaurantes e que o Patrimônio Cultural passa a ser entendido como fundamental para a constituição das chamadas identidades nacionais levando, por exemplo, a formação dos museus públicos franceses, com destaque para o Museu do Louvre, de 1793, e o Museu d'Orsay, de 1900, e dos monumentos marcos do processo de Revolução Francesa, e assim, de formação de uma identidade burguesa, como do Arco do Triunfo, de 1836 (MAGALHÃES, 2007).

Assim como os bens culturais materiais, também a Gastronomia será pensada como estratégia de consolidação de uma identidade nacional, neste caso, francesa. Este elemento é destacado no texto "A Emergência das Cozinhas Regionais", de Julia Csergo. Neste, a autora demonstra a importância da valorização de uma diversidade regional como elemento de constituição identitária, com destaque para a cozinha:

Versão culinária dessa nova formulação das diversidades culturais que marca a década revolucionária, as cozinhas e as especialidades alimentares da 'terra' ou das 'províncias' - que por comodidade, designaremos por 'regionais', embora ainda não existam as regiões oficiais - encontraram, desde então, sua inscrição nessa redefinição da complementaridade das diversidades que fundamenta a nação histórica, essa coletividade de homens unidos por uma continuidade, um passado e um futuro (CSERGO, 1998, p. 806).

Houve aqui uma valorização da cozinha do povo, das cidades e do campo, que raramente eram registradas, em detrimento da chamada Cozinha de Corte, ou "a Grande Cozinha" à Glória do Rei. A região, e assim, seus hábitos alimentares, passam a ser entendidos como monumentos, assim como os museus e os símbolos nacionais. Em relação ao conceito de monumento, temos que:

... o sentido original do termo é o do latim monumentum, que por sua vez deriva de monere ("advertir, lembrar"), aquilo que traz à lembrança alguma coisa... não se trata de apresentar, de dar uma informação neutra, mas de tocar, ... uma memória viva. Nesse sentido primeiro, chamar-se-á monumento tudo o que for edificado por uma comunidade de indivíduos para rememorar ou fazer que outras gerações de pessoas rememorem acontecimentos, sacrifícios, ritos ou crenças (CHOAY, 2001, p. 17).

Assim como o inventário patrimonial e a criação dos museus, as províncias apresentam-se como lugar da memória, "(...) que organiza a relação da França com seu passado (CSERGO, 1998, p.811)". É neste sentido que serão organizados os primeiros livros de receitas regionais, nos séculos XVIII e XIX e, "através dessa função memorial, as cozinhas regionais assim reconstruídas permitem à modernidade urbana reatar com suas ligações provinciais, com o prato consagrado pela lembrança (CSERGO, 1998, p.815)". Segundo a autora, as culturas locais, incluindo sua cozinha, oferecem uma ruptura com o antigo regime, valorizando a memória do povo que se quer unificada e vinculada aos ideais da revolução,

fortalecendo as particulares culturais que possuem função integradora, com as demais tornando-se folclore.

É possível encontrar elementos semelhantes quando analisamos o caso brasileiro. De maneira esquemática, é possível dividir a busca da constituição de uma identidade nacional em três momentos: a partir da vinda da Família Real, processo conhecido como interiorização da metrópole, que tem como marcos monumentais o Jardim Botânico e a Biblioteca Nacional; a Independência do Brasil, que possui como monumentos o Museu Nacional (Quinta da Boa Vista), o Museu Imperial (Petrópolis) e o Museu do Ipiranga; e a Proclamação da República, representado pelo Museu da República (Catete) (MAGALHÃES, 2009). No que se refere a gastronomia, o primeiro livro de receita considerado brasileiro é o chamado "Cozinheiro Imperial", publicado na década de 1840. Como o próprio título indica, é uma obra voltada para a Cozinha de Corte, com forte influência lusitana, reforçando a noção de que a gastronomia é um fator importante na construção de uma identidade nacional, no caso, brasileira (ALGRANTI, 2012). Este é também o momento em que a chamada Cozinha Brasileira começa a se formar, consolidando-se a interação entre portugueses, índios e africanos e seus descendentes.

No entanto, será apenas na década de oitenta do século XX que se admitirá o fato de o Brasil possuir uma cozinha própria, marcada por elementos únicos e, ao mesmo tempo, por uma diversidade regional singular. Será também a partir de fins do século passado que se admitirá o vínculo entre alimentação e Patrimônio Cultural, com o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN registrando, como Bem Cultural Imaterial, o Ofício das Paneleiras de Goiabeiras (Goiás), no ano de 2002, seguidos pelo Ofício das Baianas de Acarajé (Bahia), em 2005, e o Modo artesanal de fazer Queijo de Minas, nas regiões do Serro e das serras da Canastra e do Salitre (Minas Gerais), em 2008, reforçando a importância dos aspectos regionais na constituição de uma identidade nacional (IPHAN, 2011).

## **Resultados**

No ano de 2011, optou-se pelo estudo de dois grupos de imigrantes com maior número de famílias presentes no processo de colonização da cidade de Londrina, os italianos e os japoneses e, em 2012 e 2013, estudou-se os alemães, espanhóis e portugueses (MAGALHÃES; MARETTI, 2012).

### **Italianos**

No que se refere aos italianos e seus descendentes, sua chegada ao Brasil, nas primeiras décadas do século XX foi acompanhada de uma apropriação gastronômica. Pratos de referência da cultura italiana acabaram pondo-se nas mesas de outros imigrantes, como é o caso da polenta.

Na Europa, a polenta originalmente era produzida a partir de vários cereais. Porém com a entrada do milho (de origem americana) naquele continente, a partir do século XVI, o prato popularizou, na condição de uma preparação rápida, barata e que proporciona grande saciedade, passando a ser identificada como um prato típico italiano.

A polenta é uma base sobre a qual podem ser adicionados diversos tipos de molhos. Foi amplamente preparada na região de Londrina, já que o milho era cultivado em praticamente todas as propriedades familiares. O bacalhau foi muito

utilizado como molho, por ser de fácil armazenamento, já que conservado em sal. Ao lado da versão mais molinha, chamada de angu, temos as mais duras, perfeitas para cortar e depois grelhar ou fritar. Havia ainda a tábua onde a polenta era despejada após o cozimento, e que possuía uma linha amarrada à ponta, justamente para realizar os cortes perfeitamente retos.

No acompanhamento, uma das saladas mais tradicionais entre os italianos e seus descendentes é a de almeirão. Trata-se de uma verdura de cultivo muito simples e que pouco exige do solo, conferindo um sabor amargo muito característico. Sua origem é na Europa Mediterrânea. Como temperos, é comum utilizar azeite e vinagre de vinho, além do sal.

Ao contrário do milho, de origem americana, o trigo é um alimento antigo na Europa e de farto uso em todo o mundo, em várias preparações. Talvez o mais conhecido seja o pão. Esse alimento, em muitas situações, constituía-se como uma das únicas opções de alimentação da população. De acordo com a disponibilidade de algum tipo de carne, o pão poderia ser enriquecido e compor a refeição principal, acompanhado de um bom vinho tinto. A linguiça de porco era um ingrediente quase que permanente nas despensas dos londrinenses e frequentemente utilizada para rechear os pães.

Para finalizar uma refeição, muitas opções de doces eram utilizadas pelos imigrantes italianos. Contudo, pela facilidade e abundância no cultivo, a abóbora era uma das preferências. Cozimento lento, no fogão de lenha, e com ingredientes simples como o açúcar, cravo e canela, o doce de abóbora permanece em nossas memórias como aquela deliciosa lembrança da casa da avó.

## **Japoneses**

A comida japonesa, por sua vez, foi considerada, a princípio, uma culinária exótica, que aos poucos foi ganhando espaço e sendo assimilada pelos londrinenses. Dentre as que se incorporaram ao cotidiano da cidade, estão o tempurá, o missoshiro, o sushi e o manju.

O tempurá pode ser descrito como uma preparação popular no Japão, tendo sua origem no século XVI, com a visita dos missionários portugueses, que tinham a missão de evangelizar e introduzir o cristianismo. Até então, a técnica da fritura no preparo dos alimentos era desconhecida pelos japoneses, uma vez que o óleo era um artigo raro e mais usado para a iluminação. A preparação consiste em pedaços de vegetais ou mariscos fritos em óleo muito quente, durante dois ou três minutos. O resultado é considerado um dos triunfos da gastronomia japonesa, pois traz um alimento frito, que em vez de pesado e gorduroso, se torna leve e fresco em seu sabor. Em Londrina, essa iguaria é encontrada em Feiras da Lua, e os ingredientes que fazem parte de sua composição são legumes facilmente encontrados em feiras e supermercados da região.

Já o missoshiro é um prato básico da culinária japonesa, que tem como ingrediente o caldo de soja fermentada, com o misso significando fermentação da soja, e o shiro, o caldo. Esta preparação é consumida quente e servida tanto no café da manhã como no almoço ou jantar, sempre acompanhada de outros pratos como o arroz. Normalmente preparada com o hondashi (caldo de peixe em pó), o misso, cebolinha, tofu e o kombu (alga marinha).

O sushi é decerto o prato tradicional japonês mais conhecido no mundo, tem sua origem no século VII, quando da necessidade de conservação do peixe cru, que eram salgados e acondicionados em um barril de madeira com camadas de arroz cozido entre eles. Assim, com a fermentação natural do arroz, ocorria a liberação de ácido láctico, o que azedava o peixe e garantia sua conservação. Atualmente, existem diversas variedades de sushi, sendo que o ingrediente comum, entre todos, é o arroz de sushi. As diferenças ficam por conta dos recheios, coberturas, condimentos e a forma de preparação. Em Londrina, o prato já se tornou uma preparação facilmente encontrada em restaurantes self-service, churrascarias, feiras livres e Feiras da Lua.

O estilo do sushi mais encontrado é o makizushi, que possui forma cilíndrica, feita com a ajuda de uma esteira de bambu, chamada sudare, embrulhado em nori (folha de alga marinha desidratada) que abriga o arroz e o recheio. Esse tipo pode ainda ser classificado como futomaki, devido à forma de um rolo cilíndrico mais grosso, com cerca de 5 a 6 centímetros de diâmetro.

Para a sobremesa, destaca-se o manju, um dos mais tradicionais doces japoneses: um bolinho recheado com um doce de feijão azuki. A iguaria também possui variedades, sendo que o mais conhecido pelos londrinenses e que traz referência à memória cotidiana e de infância é o yaki-manju, ou seja, o manju assado, que pode conter recheio preto, à base de feijão azuki, ou branco, à base de feijão branco, sendo o primeiro muito encontrado em supermercados e feiras livres.

## **Alemães**

Em relação aos alemães, a primeira leva chegou ao Brasil em meados de 1929, aumentando o seu fluxo imigratório por volta de 1930. Pode-se dizer que a gastronomia Alemã contribuiu decisivamente para a construção da identidade cultural da gastronomia londrinense, apesar de que apenas 10% dos imigrantes vieram para o Paraná. Porém, fixaram suas raízes tão intensamente que até hoje seguem as tradições trazidas do país de origem.

A maioria deles se instalou na região do Heimtal, bairro tradicional da cidade, sendo que uma das famílias mais famosas até hoje é a Strass, que na época buscava alternativas após o ciclo do café. Assim em parceria com outros habitantes da região, redirecionavam as suas propriedades para a plantação de hortifrutí.

Pratos como a salsicha, hambúrguer, chucrute, bolos de chocolate, cucas, doces a base de creme de leite e chocolate, tem forte presença em todas as regiões do estado do Paraná, principalmente na região de Londrina, onde vários restaurantes como o Strassberg, Toca do Cateto, restaurante do Julinho, oferecem refeições tipicamente alemãs como o marreco, o chucrute, o eisbein, entre tantos outros pratos, também possui uma lista deliciosa de doces e quitutes germânicos.

O Eisbein é o joelho do porco, usado como ingrediente muito importante da culinária alemã. Na tradução literal significa "perna gelada" e vem da tradição de se aproveitar uma parte do corte suíno que era pouco apreciado para o comércio. Como era cozido ou defumado e depois colocado a congelar no porão das casas, chamava-se a perna gelada. Faz parte de vários pratos da culinária alemã, podendo ser preparado frito ou assado, dependendo do prato. Servido com chucrute é um dos pratos mais famosos da Alemanha.

Kartoffelsalat é um dos pratos mais conhecidos da Alemanha. É uma salada composta por batatas cozidas, acompanhadas por diversos ingredientes. Em cada região do país ou estado, ela é composta por uma variedade imensa de ingredientes, onde a batata geralmente é cortada em rodela ou cubos, cozida, e depois temperada e acrescenta-se vários ingredientes que a deixam mais saborosa. É geralmente degustada aos domingos em almoços familiares, onde já é considerada uma tradição que é passada de geração a geração.

Schwarzwälder Kirschtorte ou Bolo floresta negra consiste de algumas camadas de bolo de chocolate, com creme chantili e cerejas entre cada camada. Depois, o bolo é coberto com mais creme chantili, cereja marrasquino, e raspas de chocolate. Ele já foi totalmente incorporado a nossa cultura gastronômica, pois hoje em dia em qualquer festa, aniversário, cardápio de confeitarias, vemos esse bolo sendo considerado como tipicamente brasileiro, mesmo tendo sua origem na Alemanha.

## **Espanhóis**

Muitos dos preparos de origem espanhola trazidos pelos imigrantes persistem na atual gastronomia do Norte Paranaense. Não apenas nos restaurantes especializados, mas também no uso de ingredientes que são comuns na mesa dos brasileiros. Apesar das adaptações iniciais como, por exemplo, a troca do coelho pela carne de frango na paella, a essência da culinária ainda reverbera na região.

O gazpacho é um prato extremamente simples e que encontrou aparato de insumos para ser executado no norte do Paraná, pois se trata de uma sopa fria feita basicamente com tomates, pepinos, cebola, azeite, limão e pimentão, todos triturados até obterem textura de uma sopa rala de coloração rosada. Isto é, quando se fala em gazpacho, automaticamente referenciam-se ingredientes extremamente possíveis na agricultura regional. Esta receita vem do sul da Espanha, mais especificamente de Andaluzia, Murcia e Comunidade Valenciana.

Quanto à paella, trata-se de um dos pratos espanhóis mais difundidos no Brasil, apesar do grau de dificuldade de sua execução em regiões não litorâneas, dado o indispensável uso dos frutos do mar como lula, marisco e camarão. Em relação às especiarias, quando os espanhóis chegaram à região de Londrina, substituíram, no caso da paella, os pistilos de açafraão pelo urucum (colorau). Este prato advém da região de Valencia, e revela uma culinária que soube interpretar e manter a tradição dos ancestrais, conservando as características regionalistas da gastronomia.

Já uma sobremesa que poucos sabem que é de origem ibérica é o churros. Comercializado em carrinhos posicionados em muitas regiões da cidade, esse preparo simples, para manter as características originais não deve ser recheado, como comumente se encontra no Brasil. Uma massa frita feita com farinha, açúcar, manteiga e ovos, extrudada com um bico de confeito cujo molde é em forma de estrela, dá origem a este notório prato espanhol.

Tais "*madrileños*" podem ser servidos acompanhados de doce de leite ou ganache de chocolate, entretanto, sempre separadamente. A ausência dos cremes no interior do churros ainda ocorre em países hispano-americanos como Argentina e México. Diferentemente do Brasil, onde a massa é recheada.

## Portugueses

A influência portuguesa na gastronomia brasileira iniciou-se com a chegada da expedição de Cabral ao Brasil, em 1500, quando o português observou a alimentação dos índios, que tinham a mandioca como seu principal prato de subsistência. Com essa matéria-prima fizeram adaptações úteis e aprimoraram a forma de preparar os alimentos para sua própria sobrevivência.

Dentre as principais contribuições gastronômicas portuguesas, do período colonial, estão: o consumo de animais domésticos como a galinha, o boi e o porco, o modo de temperar e conservar os alimentos, usando-se o sal e outras especiarias trazidas do Oriente como o açafrão, a canela, o cravo-da-índia, a noz moscada, a tâmara, as uvas passas, amêndoas, pistache, pinhões, menta, cebola, tomilho, manjerona, coentro, etc. Além do uso de utensílios como os talheres, os pratos, os copos, as baixelas, etc.

Já no processo de colonização norte paranaense, a alimentação dos portugueses e descendentes, no dia-dia, restringia-se ao arroz, o feijão, a couve, a batatinha, e a farinha, e nas festividades era comum o bacalhau.

Assim, dentre os pratos típicos portugueses que incorporaram e foram assimilados ao paladar dos londrinenses, estão: o caldo verde, o bolinho de bacalhau, o bacalhau Gomes de Sá e o arroz doce.

O caldo verde é um prato muito encontrado no dia-dia familiar dos imigrantes portugueses que aqui chegaram. É considerada uma preparação que remete uma simplicidade e leveza, por ser composta por um caldo de batatas, couve verde, cortadas finamente e regadas com fio de azeite.

Os pratos com peixes e frutos do mar, caracterizam-se com o alimento mais marcante da gastronomia lusitana, uma vez que Portugal possui uma vasta costa marítima, muito rica em pescas. Prova disso é uma das maiores heranças da culinária portuguesa, a qual esta presente na mesa dos brasileiros até os dias de hoje, o bacalhau. Desta forma, foi constatado que o bolinho de bacalhau e o Bacalhau Gomes de Sá são pratos muito bem assimilados e consumidos pelos londrinenses, por serem caracterizados por preparações ricas, e cheias de sabor.

E é com o açúcar que nota-se a grande influência da cozinha portuguesa na formação da culinária brasileira, dentre os doces populares de influência lusitana está o arroz doce, uma iguaria esta obrigatória e muito popular em dias de festa.

## Referências

TOLEDO, Rosana Fernandez Medina Toledo. Uma visão estética da gastronomia: uma formação docente. *Revela*. Ano IV - Nº VII - Jan/Abr 2010.

FREIXA, Dolores; CHAVES, Guta. *Gastronomia no Brasil e no Mundo*. São Paulo: Senac, 2008.

KLOTZ SILVA, Juliana, et. al. Alimentação e cultura como campo científico no Brasil. *Physis Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro. n. 20, v. 2, p. 413-442. 2010.

MACIEL, Maria Eunice. Identidade Cultural e Alimentação. IN: CANESQUI, Ana Maria; GARCIA, Rosa Wanda Diez. *Antropologia e Nutrição: Um Diálogo Possível*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2005.

DAMATTA, Roberto. *O que faz do Brasil, Brasil?* São Paulo: Rocco, 1986.  
MINTZ, Sidney W. COMIDA E ANTROPOLOGIA: Uma breve revisão. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. v.16, n. 47. 2001.

GIMENES, M.H.S.G. Patrimônio gastronômico, patrimônio turístico: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO NO MERCOSUL, 4, Caxias do Sul, 2006. *Anais*. Caxias do Sul: UCS, 2006.

CASTRIOTA, Leonardo B. *Política cultural: conceitos, políticas, instrumentos*. São Paulo: Annablume: Belo Horizonte: IEDS, 2009.

INSTITUTO DE PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Disponível em  
<<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaInicial.do;jsessionid=7D953ED0C43292B95B1C47EB42FF246C>>. Acessado em 20 de Junho de 2011.  
COORDENADORIA DO PATRIMÔNIO CULTURAL. Disponível em  
<<http://www.patrimoniocultural.pr.gov.br/>>. Acessado em 20 de Junho de 2011.

PELEGRINI, Sandra C. A. Tradições e Histórias Locais: as esperanças nas bandeiras do divino em São Luiz do Paraitinga (São Paulo/Brasil). *Patrimônio e Memória*, v.7, n.1, p. 231-256, jun. 2011.

MAGALHÃES, Leandro Henrique. Constituição Histórica e Aspectos Ideológicos dos Conceitos de Turismo e Patrimônio. In: *Cidade Revelada - Encontro sobre Patrimônio Cultural*, IX, 2007, Itajaí. Anais ... Itajaí: FGML, 2007.

MAGALHÃES, Leandro Henrique; MARETTI, Mirian Cristina. *Gastronomia e Patrimônio Cultural Londrinense*. Londrina-PR: UniFil, 2012.

CSERGO, Julia. A emergência das cozinhas regionais. In: FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *História da Alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

CHOAY, Françoise. *A Alegria do Patrimônio*. São Paulo: Estação Liberdade/Ed. UNESP 2001.

ALGRANTI, Leila Mezan. O Mestre Cuca Sem Nome. *Revista de História*. Disponível em <<http://www.revistadehistoria.com.br/secao/artigos/o-mestre-cuca-sem-nome>>. Acessado em 02 de Janeiro de 2012.

**Recebido em 08/01/2015 e Aceito em 11/05/2015.**

# Alimentação e memória árabe na área central da cidade de São Paulo

*Arabian food and memory at São Paulo downtown area*

A. Ricardo Abdalla

Mestre em Hospitalidade – Universidade Anhembi Morumbi

Professor de ensino superior em gastronomia

{[ricardoab@icn.com.br](mailto:ricardoab@icn.com.br)}

Sênia Regina Bastos

Universidade Anhembi Morumbi

{[senia@anhembimorumbi.edu.br](mailto:senia@anhembimorumbi.edu.br)}

**Resumo.** A imigração árabe no Brasil começou oficialmente no início do século XIX e, ao que se refere à cidade de São Paulo, se renova, em virtude do fluxo contemporâneo dos refugiados sírios. Diante deste fato, a presente pesquisa de natureza qualitativa, apoiada no estudo exploratório e descritivo, investiga a permanência dos estabelecimentos de alimentação árabe nas proximidades do Mercado Municipal Paulistano. Por meio da pesquisa bibliográfica, da observação e realização de entrevistas com árabes ou descendentes e gestores de estabelecimentos localizados na região selecionada, constatou-se o caráter histórico da concentração árabe nessa localidade, cuja memória se preserva na toponímia e nos estabelecimentos de alimentação.

**Palavras-chave:** Alimentação, Memória, Hospitalidade, Imigração árabe, São Paulo/SP.

**Abstract.** *The arab immigration to Brazil officially started at the beginning of nineteenth century and, was recently renewed due to the migratory flow of Syrians refugees, particularly in the context of São Paulo city. The present article looks into the longevity of the arab food stores nearby downtown area of São Paulo, city – based on a bibliographical research, analytical observation and interview with the immigrants, their descendants and the managers of the food stores on topic. The study concludes that the historical character of the arab immigration and residence located at downtown area of São Paulo, city influences the remaining arab food stores and preserves arab cultural memory.*

**Key words:** Food. Memory. Hospitality. Arab Immigration. São Paulo, city.

**Contextos da Alimentação** – Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade  
Vol. 3 no 2 – Maio de 2015, São Paulo: Centro Universitário Senac  
ISSN 2238-4200

© 2015 todos os direitos reservados - reprodução total ou parcial permitida, desde que citada a fonte

Portal da revista Contextos da Alimentação: <http://www3.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistacontextos/>

E-mail: [revista.contextos@sp.senac.br](mailto:revista.contextos@sp.senac.br)

## Introdução

A imigração árabe no Brasil reveste-se de sentido positivo, tanto para os brasileiros natos quanto para árabes de qualquer descendência. Em seus estudos, Truzzi (1991, 1993, 2009) relata uma imigração consciente, calculada, com objetivos a cumprir tanto por parte dos que ficaram na terra de origem, quanto por parte dos que imigraram. Neste sentido, essa imigração não foi aleatória, mas objetivou sanar necessidades básicas, preencher lacunas no país de origem, melhorar a situação econômica, eliminar o desemprego, bem como o domínio otomano.

De certa forma, o árabe não era um total desconhecido no Brasil, quando começou oficialmente a imigração, no começo do século XIX, talvez tenha feito desta possível proximidade um agente facilitador, dentre os numerosos motivos para sua aceitação, afirmação e assimilação.

O imigrante se inseriu na sociedade como mascate, profissão difícil, mas de resultado rápido, pois ao exercer essa atividade aproximava-se da população, facilitava o crédito ou trocava mercadorias por outros produtos. A escolha do comércio potencializava a realização de seu desejo inicial, o de amealhar grande quantia de dinheiro para um retorno ao país de origem (OSMAN, 2011, p. 173-175).

Como mascate, o imigrante árabe se firmou, pode-se dizer, na sociedade brasileira em todo o país. E assim ficou conhecido, quase que como um estereótipo, o árabe que vende de porta em porta, tanto nas zonas urbanas quanto nas zonas rurais, fazendo negócios como um caixeiro-viajante.

A imagem do "turco" tem profundas raízes na cultura popular brasileira, em grande parte por causa dos mascates, protótipos da integração árabe no Brasil. Era comum que esses caixeiros-viajantes árabes fornecessem artigos domésticos e mantimentos não perecíveis aos trabalhadores das fazendas de café ou à população urbana das classes socioeconômicas mais baixas [...] (LESSER, 2001, p. 98).

Mas, no longo caminho da imigração árabe no Brasil, houve percalços e atribulações, episódios de explícita manifestação de xenofobia e de preconceito. Para se demonstrar a amplitude dos problemas envolvendo árabes e brasileiros, recorre-se a Lesser (2001), que discorre e elucida o caminho percorrido pelos árabes e seus descendentes brasileiros desde as primeiras décadas do século XIX até o estabelecimento dos sírios e libaneses como pessoas e famílias plenas de cidadania. Até os seus nomes eram abrazeirados com o intuito de aproximá-los da população.

E mesmo no âmbito oficial, houve tentativas de barrar a evolução árabe no Brasil, tal como a lei destinada a delimitar o trabalho do árabe como mascate, cerceando sua área de atuação. Mas, leis como estas acabaram tendo um efeito reverso e assim o que era para enfraquecer e diminuir a atuação do árabe no mercado da época acaba por, sob certos aspectos, fortalecê-los tanto econômica quanto culturalmente (LESSER, 2001, p. 102-103).

Adaptados aos poucos, os imigrantes foram perdendo o gosto pela volta à terra natal. O retorno, parte do objetivo inicial que motivou a imigração, deixa de acontecer quer em virtude das complicações políticas e econômicas do Oriente Médio, quer pela integração e melhoria dos padrões de vida na terra de acolhida.

Diante deste quadro, a presente análise centra-se no estudo da alimentação e comensalidade árabes na cidade de São Paulo, cujos aspectos, hoje, talvez nem chamem a atenção, visto que o brasileiro contemporâneo absorveu e influenciou a(s)

cultura(s) árabe(s) aqui estabelecida(s)<sup>1</sup>. Aspectos que determinaram a pergunta de pesquisa: por que ocorre a permanência de estabelecimentos de alimentação árabe no entorno do Mercado Municipal Paulistano?

É importante para o imigrante manter seu grupo social com raízes em seu país de origem, e é importante para o árabe manter a comensalidade e a hospitalidade de sua etnia, de suas lembranças. Lembrar a terra natal pelos sabores e companhia à mesa, ultrapassar a soleira da porta trazendo uma prenda, dádiva que deve ser aceita e retribuída em ocasião propícia.

Assim, acolhido e depois acolhendo, recebendo oferta de trabalho e depois ofertando, numa imigração consciente, sofrida e de muita labuta, a comunidade árabe manteve-se influenciando o Brasil com sua cultura, sua comensalidade, sua racionalidade e sendo por ela influenciado, num intercâmbio. Moldando o Centro Velho de São Paulo, deixou marcas ao longo do tempo e por ele foi marcado.

### **Metodologia e delimitação da área de estudo**

Para refletir sobre a hospitalidade e a comensalidade árabes na cidade de São Paulo se demarcou a área do Mercado Municipal paulistano e seu entorno, por nela estarem contidas ruas como a 25 de Março, dentre outras, ícones da expressão árabe como mercados, ruas nas quais os árabes marcaram presença, abrindo suas lojas de tecidos e armarinhos como, por exemplo, a Companhia Têxtil Racheb Chohfi, situada à rua Comendador Abdo Schahin, e também lojas ou empórios onde se vendem comidas típicas e produtos da culinária árabe, sendo possível adquirir nestes locais qualquer tipo de ingrediente típico, tendo-se certeza da procedência, não se podendo pensar em realizar pratos típicos e genuínos sem antes adquiri-los nesta região.

Caracterizada como uma pesquisa qualitativa, contou com a produção de fotografias e realização de entrevistas com os donos dos empreendimentos de comida árabe estabelecidos na área de estudo.

### **Resultados e discussão**

A comensalidade ou o ato de comer com alguém se encontra tão arraigada em nossos conceitos e preconceitos do que é ser civilizado que mal se percebe o quanto é determinante também da hospitalidade. Boutaud (2011) afirma ser a comensalidade ou o compartilhar a mesa uma forma de hospitalidade reconhecida em qualquer época e em qualquer cultura. Assim, a comensalidade é expressão também de civilidade e um dos pilares de sustentação do mundo contemporâneo, compreendida como uma dimensão da hospitalidade.

Simmel (2004) afirma que o ato de comer, necessidade fisiológica do ser vivo, ao ser realizado em grupo ou ao lado de outra pessoa, rege as leis determinantes do viver em grupo. Assim, na passagem do tempo desde o começo do movimento civilizatório do ser humano, as determinações e regras relacionadas ao ato comensal, também foram importantes para a consolidação do grupo, proteção ou até mesmo para criar uma noção de identidade.

Desta forma, Simmel (2004) aponta uma lenta evolução do homem à vida racional e social. Uma vez estabelecidas as regras para se comer em grupo, surgiram os questionamentos: o que comer? Como comer? E, com quem comer?

Pelo viés das regras de o que comer, como comer e com quem comer, abre-se o caminho para a vida em grupo, socializada e complexa, pois, é neste momento que se determina o relacionamento social que sustenta e mantém a vida em grupo, as etnias

---

<sup>1</sup> A abordagem apoia-se no conceito de circularidade cultural de Ginzburg (1987).

e por que não dizer as nações. Mas ainda é necessário mais um passo rumo à complexidade da estrutura social e moral em que o homem vive. É preciso surgir a regulamentação do gestual e o senso estético, para determinar de forma clara a todos os membros internos e externos do grupo, a pirâmide social. Senso estético e gestual indicam a complexidade do pensamento abstrato, as subjetividades do viver e participar de um círculo social. Também, se bem compreendidos, podem determinar as regras para o elemento externo ser aceito como visitante ou participante em determinado estrato social (SIMMEL, 2004, p. 3).

A comensalidade contém os eixos horizontal e vertical das relações humanas, pois à mesa, enquanto se compartilha uma refeição, estabelecem-se vínculos de amizade e de interpessoalidade. É neste compartilhar horizontal que uma comunidade se agrega, se amalgama. Trocam-se gentilezas, amabilidades com a pessoa ao lado, passa a existir até cumplicidade. Neste eixo horizontal se oficializam o relacionamento humano, as amizades, as famílias, os sentimentos para com o próximo, para com os parceiros, ou seja, todos os sentimentos afetuosos e de irmandades. O eixo vertical estabelece hierarquias, os papéis são assumidos a partir do status de cada cidadão, são demarcados os contornos do organograma social. É no compartilhar a mesa, ou, mesmo antes da mesa, durante a ancestralidade humana, quando se tinha somente o fogo e alguma coleta e talvez caça, onde se firmou a socialização humana e, ao longo da história se fortificou, sofisticou-se e se determinou o relacionamento humano em todos os seus meandros e filigranas (BOUTAUD, 2011).

Por intermédio dos ritos à mesa se firmam negócios, enlacs matrimoniais determinantes de novas gerações, comemoram-se inícios e fins de empreitadas e se prestigiam ritos de passagem. A comensalidade ainda dá início ao coletivo, ao agrupamento social, determina as características de grupo pelo viés de suas regras adjacentes, restrições alimentares em determinados dias, prescrições alimentares em outros; no âmago destas regras está o que é ser e pertencer a uma etnia. As três grandes religiões, o cristianismo, o judaísmo e o islamismo, apoiam-se nestes pilares dos jejuns e das prescrições. A determinação do que é puro e apropriado, do que é restringível e do que não é, tem também movimentação coletiva para a realização dos trabalhos que preparam os alimentos, sendo fator de coesão social da etnia. Quando o grupo social se reúne para o ato do preparo coletivo dos alimentos, agindo dentro dos preceitos de sua etnia, torna mais forte os laços que determinam o convívio, e depois do preparo coletivo, virá a refeição coletiva, o ato comensal propriamente dito (BRITO, 2004, p. 152).

Ao se cozinhar para alguém, ao se organizar uma refeição para um dia especial, ou para um convidado, ou mesmo ao se determinarem os lugares à mesa para um simples almoço em família, o que se serve, como se serve e para quem se serve determina o status das pessoas envolvidas, seus papéis. Consegue-se perceber o grau de importância de cada comensal ao se notar sua posição à mesa ou a ordem de quem é servido primeiro. Portanto, verifica-se que a comensalidade traz a ordem social embutida em sua estrutura, determina a posição das pessoas e, ao mesmo tempo, apazigua as necessidades de disputas, pois ao evidenciar o status dos participantes evidencia a aceitação entre todos e o bem e bom conviver civilizado. Isto tido como regra geral extensivo a todas as sociedades (WOORTMANN, 2005, p. 14).

O ato comensal e por que não dizer hospitaleiro também está presente no cotidiano regular do dia a dia. Numa atitude quase impensada e maquinal de se servir algo para quem adentra o espaço individual, ou seja, a residência. Os ritos do ato comensal e da hospitalidade são próximos e evidenciam a etnicidade, expõe algo que o imigrante traz consigo, o desejo de tornar evidente a manifestação de saudade da terra de origem ao servir, além de café e água, acepipes típicos da etnia.

A comensalidade é o elemento catalizador de uma sociedade. Contemporaneamente ela está em todos os âmbitos sociais, utilizando-se de seu eixo vertical, ela é

instrumento no mundo corporativo, governamental, religioso ou mesmo familiar; e utilizando-se de seu eixo horizontal, ela sela amizades, apazigua ânimos, contribui para a união familiar e aproxima o estranho (BOUTAUD, 2011, p.1219).

Como resultado da pesquisa constatou-se a presença de empreendimentos de comida árabe estabelecidos na região da rua 25 de Março desde o ano 1924<sup>2</sup>. Referência de qualidade e de hospitalidade árabe, os restaurantes especializados em cozinha árabe (ou em adaptações inspiradas nela) proliferam de tal forma que não há guia gastronômico sem uma seção dedicada a eles ou shopping center em cuja praça de alimentação um deles não esteja presente (TRUZZI, 2009, p. 3).

O entorno do Mercado Municipal Paulistano, na região central de São Paulo, consta dos guias turísticos e guias da cidade como uma área de concentração dos empórios e restaurantes árabes, onde se pode apreciar a "legítima" comida árabe. Para isto basta folhear a revista *Veja São Paulo* (Vejinha, como é chamada) ou consultar qualquer guia *on-line* ou publicação acerca dos restaurantes paulistanos. Para ilustrar a concentração, basta citar a existência de três casas árabes situadas a rua Comendador Abdo Schahin, no espaço de números entre os números 118, 130 e 136, ou seja, números muito próximos. Estas e outras casas que integram o presente estudo são geridas por árabes e mantêm a aparência de lojas de ruas, apropriadas à região, o que as legitima e cujas guloseimas e comidas são apresentadas em bancas. Seus donos, a maioria sujeitos dessa pesquisa, podem ser encontrados no caixa ou na porta do estabelecimento.

Truzzi (1991; 2009) relata a formação deste espaço como ícone de manifestação da etnia árabe, seu modo de negociar, sua hospitalidade e comensalidade tão importantes dentro da colônia. Desde o final do século XIX, os árabes iniciaram a ocupação da rua 25 de Março, estabelecendo seus comércios típicos de armarinhos e exercendo a recepção dos novos imigrantes da colônia, fato que determinou o sucesso dessa imigração, árabes acolhendo árabes e árabes já estabelecidos no comércio empregando e dando oportunidades econômicas aos recém-chegados. Assim, percebe-se que o fato de a região estar intimamente ligada à vida árabe, remonta e acompanha desde o período de formação do bairro até os dias de hoje.

Percebe-se, então, que neste Centro Velho da década de 1930, o imigrante árabe tornou seu papel conhecido, ao exercer o comércio e a restauração, sua cultura e seus hábitos foram expostos a quem por ali estivesse. Nota-se a vocação para o assentamento árabe que o Centro Velho tem tanto para a percepção dos cidadãos, quanto para percepção dos órgãos da administração municipal. Para fixar ainda mais esta região como marcadamente árabe, nos costumes e na cultura, trazidas por seus imigrantes e sua aceitação por parte dos cidadãos e dos órgãos oficiais da administração pública, aponta-se a presença do monumento da Amizade sírio-libanesa, projeto da comunidade sírio-libanesa para a cidade de São Paulo em 1928, instalada nas proximidades da rua 25 de Março.

Essa região é considerada um lugar de memória árabe, pois se relaciona à vida, à dialética existente entre a lembrança e o esquecimento (NORA, 1993, p.9), perfeitamente reconhecido por aqueles que anteriormente o vivenciaram em circunstâncias passadas. A presença de logradouros com nomes árabes, resquílios dessa etnia nas inscrições presentes nas fachadas de sua antiga arquitetura, por vezes negligenciada, bem como o costume de dedicar o andar térreo ao comércio e o primeiro andar e outros andares dedicados à moradia familiar reforçam esse aspecto.

**Figura 1 - Mapa do Mercado Municipal Paulistano e seu entorno**

---

<sup>2</sup> Documentos oficiais (livros de lançamentos de impostos), analisados por Truzzi (1993), evidenciam este local como ponto de confluência árabe desde a primeira década do século XX, portanto, antes do censo de 1934, analisado por Araujo (1940; 1941).



**Fonte: Google Maps (2013)**

A figura 1 evidencia a área delimitada para a pesquisa, que corresponde ao entorno do Mercado Municipal Paulistano, ruas 25 de Março, Florêncio de Abreu, comendador Abdo Schahin, entre outras. Neste espaço foram visitados todos os estabelecimentos de alimentação ligados à tradição árabe, selecionados pelo nome ou em virtude dos produtos comercializados. As fachadas foram fotografadas, identificadas e anexou-se o respectivo cartão de visita ou outro elemento comprobatório do estabelecimento.

As entrevistas realizadas com os proprietários árabes ilustram os conceitos de territórios de afirmação, negação e ocultamento, descritos em Paiva (2011), ao observar a mistura de culturas presentes na região analisada. O referido autor demonstra preocupação com os espaços, o fator geográfico e elementos territoriais que permanecem, apesar da falta de homogeneidade nas migrações, pois este lugar é utópico. Os territórios de migração são híbridos, ou seja, há singularidades que lhes dão identidade, mas há mesclas de outras culturas e isso transmite a ideia de um repertório cultural inesgotável.

Ao se deslocarem e se acomodarem nos vários espaços urbanos, as levas migratórias alteram tanto a paisagem quanto o seu significado (PAIVA, 2011). Esta realocação promove significado ambíguo e comporta uma tendência de ocultação (negação) no que diz respeito às suas consequências sociais na cena urbana.

Tanto os transeuntes, como os clientes das lojas, ou mesmo os ambulantes e os donos e funcionários dos estabelecimentos comerciais, são representantes de várias culturas e povos, porém, na memória dos paulistanos, esta região ainda constitui território árabe, o que reitera a posição de Paiva (2011).

**Figura 2 - Jacob Restaurante Árabe**



**Fonte: Autor (2013)**

O Jacob Restaurante Árabe fica ao lado do Empório Syrio, comercializa produtos, comida e bebida árabe para consumo imediato ou para viagem, no seu restaurante ou no balcão. Recomendado por pessoas alheias ao meio gastronômico e também indiferentes à imigração árabe constitui referência paulistana. Estabelecido há 60 anos no mercado, sempre pertenceu à mesma família de origem árabe, passando de pai para filho e atualmente os netos começam a trabalhar no negócio. Sua expansão se direciona para a rua 25 de Março, onde uma nova filial foi aberta em novembro de 2012.

Ao se observar o local constata-se uma clientela miscigenada, o que o proprietário declarou ser formada de aproximadamente 70% por brasileiros e 30% árabe. Percebe-se que o cliente, brasileiro comum, entra no Jacob, no Raful ou no Empório Syrio já conhecendo os sabores dos pratos, sabendo o que vai comer, constatação esta, também confirmada pelo proprietário.

Os frequentadores também vêm com a família, trazendo as crianças para comer. Basta um olhar pelo estabelecimento para se perceber os pais que vieram comprar na região, trazendo seus filhos pequenos. Atualmente estes não conhecem o modo de comer árabe e, segundo os proprietários desses empreendimentos, utilizam garfo e faca para comer esfiha e quibe (os acepipes árabes são feitos para se utilizar das mãos): "brasileiro não come com a mão" (proprietário de empreendimento árabe, 2013).

De acordo com os entrevistados não existe um período do ano em que se vendem mais produtos árabes, por consequência de alguma festa típica, as vendas são iguais o ano todo, e existe uma grande quantidade de produtos para se fazer a comida em casa, porém, segundo o proprietário, a venda principal é de comida pronta.

**Figura 3- Ponto Árabe**



**Fonte: Autor (2013)**

Esses empreendimentos apresentam administração familiar, como por exemplo, o Empório Syrio – Especialidades Árabes estabelecido desde 1924, e gerenciado pela mesma família há mais de três gerações, ou o Ponto Árabe, há 20 anos pertencente à mesma família.

Por ocasião da visita, os donos dos estabelecimentos geralmente estavam à frente do caixa ou postados à porta, fiscalizando o movimento a partir de uma posição que privilegia uma visão ampla e irrestrita do local, atitude esta, típica dos administradores árabes.

## **Conclusão**

A imigração árabe e sua inserção na sociedade brasileira são complexas e multifacetadas. Almeida (2004) exprime que os povos provenientes do Oriente Médio e adjacências possuem uma mesma raiz de costumes, e que, não importando a

religião professada aqui nesse estudo, muçulmana, judia ou católica, estiveram presentes em processos históricos, dominando ou sendo dominados, ora perdendo-se entre o povo local para fugir de perseguições, ora projetando-se pelo seu comércio ou encanto de sua arquitetura ou modo de vida. Portanto, o árabe protagonista de movimentos históricos, tanto em Constantinopla, Espanha ou Portugal, ou mesmo contra quem os Cruzados lutaram em nome do mesmo Deus, já era conhecido dos colonizadores portugueses ou espanhóis, já havia influenciado os costumes pelo longo período de comércio com Veneza e outras regiões da Itália. E também influenciou a matemática e a astronomia, inventou o alambique e, assim, pôde destilar óleos essenciais, dentre tantos outros feitos. Estes povos árabes imigraram para o Brasil e fizeram do Centro Velho de São Paulo seu lugar por excelência, nestas ruas que até hoje guardam marcas de sua imigração e cultura. Os árabes imprimiram sua identidade perante o paulistano, e talvez perante o Brasil, o povo acolhedor que os assimilou de forma contundente.

Observa-se, com o passar do tempo e conseqüente descaracterização, hoje que o Centro Velho não é mais reduto árabe por excelência, nota-se uma presença cada vez maior de imigrantes de outras etnias a gerir negócios que outrora eram exclusivamente árabes. Mas, mesmo assim, na memória do paulistano e talvez do brasileiro, o Centro Velho ainda é o lugar de bons negócios, da legítima comida árabe e, por conseqüente, é o lugar para vivenciar a comensalidade e hospitalidade árabes.

Os frequentadores, a priori, qualquer transeunte que faz compras de armarinhos, aviamentos, brinquedos, papelaria, bijuterias ou outro produto qualquer da região, é o cidadão comum apressado e desatento, pois está concentrado em gerir sua vida neste tempo contemporâneo rápido e globalizado. Este cidadão vai ao Mercado Municipal Paulistano e rua 25 de Março, para citar somente os pontos focais deste território, quando tem necessidade de comprar artigos baratos ou por um bom preço, ou quando necessita de gêneros alimentícios, parte destes com origens e raízes árabes. E ainda, para este consumidor contemporâneo, uma esfiha ou um quibe seja algo parecido com uma coxinha, alimentos saborosos que satisfazem suas necessidades e são conhecidos desde sempre, ofertados por seus pais e avós quando criança. Mas o que este cidadão não sente e não percebe é o quanto estes costumes árabes estão arraigados na sua memória, o quanto este centro de perfil árabe na cultura e nos costumes faz parte de sua vida e está presente no seu cotidiano paulista e talvez brasileiro.

Nota-se o número reduzido de estabelecimentos de restauração de outras etnias na região. No lugar da memória do paulistano e possivelmente do brasileiro, esta região é legitimamente árabe. Para os árabes, pertencentes à colônia, esta região é tida como certa na compra de produtos alimentícios árabes e lugar do começo de uma nova empreitada, uma tentativa de melhora de vida que vingou tanto aqui, o país acolhedor, quanto em seu território de origem. O Brasil e o Oriente Médio têm sutis e evidentes ligações, talvez sutis e evidentes ligações de irmanamento, pois muitos dos imigrantes que aqui vieram apenas para "fazer a América" e depois voltar para o seio de suas famílias no território de origem, acabaram por fincar raízes neste país acolhedor, fundando novos ramos da árvore genealógica de suas famílias, mas ramos de outra nacionalidade, a nacionalidade brasileira.

Nas visitas à região delimitada para este estudo foi constatada a presença de famílias, pai, mãe e filhos, pertencentes a outras etnias que, depois das compras, compartilhavam à mesa a "legítima" refeição árabe, nos empórios e restaurantes típicos, e se percebeu que, mesmo com todo o problema da pressa em realizar as tarefas, com o grande número de transeuntes e a inospitalidade provocada por esta elevada concentração humana, estas famílias conseguiam realizar, durante este momento, a comensalidade aqui estudada, degustando os acepipes típicos num lugar marcadamente árabe na cultura, na história e na memória, tanto dos imigrantes quanto do povo acolhedor.

## Referências

COMER e Beber Veja São Paulo Guia. São Paulo: Editora Abril, 2009/2010.

COMER e beber Veja São Paulo Guia. São Paulo: Editora Abril, 2012/2013.

ALMEIDA, G. d. **Cosmópolis**: São Paulo 1929/; Oito reportagens de Guilherme de Almeida; fotos Luciana Catani. São Paulo, São Paulo, Brasil: Companhia Editora Nacional, 2004.

ARAÚJO, O. E. Enquistamentos étnicos. **Revista do Arquivo Municipal**, 65, 1940.

ARAÚJO, O. E. Latinos e não latinos no município de São Paulo. **Revista do Arquivo Municipal**, 35,1941.

BOUTAUD, J. J. Comensalidade: compartilhar a mesa. In: MONTANDON, A. **O livro da hospitalidade**: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Senac São Paulo, 2011.

BRITO, J. P. Entrevista. **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, p.147-158, Janeiro-Junho de 2004.

DUROUX, R. Imigração França/Europa. In: MONTANDON, A. **O livro da hospitalidade**: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Senac São Paulo ,2011.

FAUSTO, B., TRUZZI, O., GRÜN, R., & SAKURAI, C. **Imigração e política em São Paulo**. São Paulo: Editora Sumaré: Fapesp,1995.

FERNANDES, M. C. **As aventuras do gosto**: o restaurante Al Manzul de Cuiaba como expressão da culinária árabe.2010. Dissertação (Mestrado em História). Curitiba, Universidade Federal do Paraná, 2010.

GUINZBURG, Carlo. **O queijo e os vermes**: o cotidiano e as ideias de um moleiro perseguido pela inquisição. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

LESSER, J. A negociação da identidade nacional: Imigrantes, minorias e a luta pela etnicidade no Brasil. São Paulo: Editora Unesp, 2001.

MAGNANI, J. G. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. **Revista Brasileira de Ciências Sociais** , 17, junho de 2002.

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto Historia**, 10,1993.

OSMAN, S. A. Imigração árabe no Brasil: histórias de vida de libaneses muçulmanos e cristãos. São Paulo: Xamã, 2011.

PAIVA, O. D. Territórios da migração na cidade de São Paulo: afirmação, negação e ocultamentos. **Rivista dell'Istituto di Storia deell' Europa Mediterranea**, 6, 2011.

ROSSELO, M. Imigração discursos e contradições. In: MONTANDON, A. **O livro da hospitalidade**: a acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Senac São Paulo, 2011.

ROUCHOU, J. **Noites de verão com cheiro de jasmim**. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

SIMMEL, G. Sociologia da refeição. **Estudos Históricos**, n.33, 2004.

TRUZZI, O. M. **De mascates a doutores**: sírios e libaneses em São Paulo. São Paulo: Sumaré/Fapesp, 1991.

TRUZZI, O. M. **Patricios** - sírios e libaneses em São Paulo. São Paulo: Unesp, 1993.

TRUZZI, O. Sentindo-se em casa. Os árabes se adaptaram muito bem ao Brasil. E o Brasil a eles. **Revista de História**. 08 de julho de 2009. Disponível em: <<http://revistadehistoria.com.br/secao/capa/sentindo-se-em-casa>>. Acesso em 8 de novembro de 2011.

WOORTMANN, K. E. **O significado do alimento na família camponesa**. São Leopoldo, Brasil: Unisinos, 07 de novembro de 2005.

**Recebido em 28/10/2014 e Aceito em 11/05/2015.**

## **Aproveitamento dos resíduos gerados no processamento de postas de surubim (*Pseudoplatystoma corruscans*) para elaboração de nuggets**

*Recovery of waste generated in the processing of slices of surubim (*Pseudoplatystoma corruscans*) for preparation of nuggets*

Roseni Alves Silva, Deborah Santesso Bonnas, Patricia Faria Silva  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro – Câmpus Uberlândia  
Departamento de Ensino, Pesquisa e Extensão – Curso Superior de Tecnologia em Alimentos  
{[roseniasilva@yahoo.com.br](mailto:roseniasilva@yahoo.com.br), [deborahb@iftm.edu.br](mailto:deborahb@iftm.edu.br), [patyfaria27@hotmail.com](mailto:patyfaria27@hotmail.com)}

**Resumo.** Os resíduos gerados no processamento de pescados podem ser reaproveitados de maneira sustentável na elaboração de novos produtos com características nutricionais semelhantes às partes nobres do peixe. O objetivo deste trabalho foi desenvolver nuggets a partir de resíduos do processamento de postas de surubim (*Pseudoplatystoma corruscans*). Foram preparadas seis formulações distintas: Tratamento A: sem pimenta e sem adição de fumaça líquida; tratamento B: 0,5% de fumaça líquida e sem pimenta; tratamento C: 1,0% fumaça líquida e sem pimenta; tratamento D: sem fumaça líquida e com pimenta; tratamento E: 0,5 % de fumaça líquida e pimenta; e tratamento F: 1,0% de fumaça líquida e pimenta. Na etapa de desenvolvimento do produto foram realizadas análises microbiológicas para coliformes a 45°C dos nuggets in natura e no resíduo. Os nuggets foram submetidos à análise sensorial por meio do teste de aceitabilidade a fim de se definirem as duas formulações melhores aceitas. Nas duas amostras selecionadas, foram avaliados os parâmetros microbiológicos, a composição centesimal e a análise sensorial do produto. Foram realizadas as análises para coliformes a 45°C, *Staphylococcus coagulase* positiva e *Salmonella* P dos nuggets in natura e do resíduo. Os resultados das análises microbiológicas e da composição centesimal indicaram que o produto obtido encontrava-se de acordo com os parâmetros exigidos pela legislação vigente. O teste de aceitabilidade dos nuggets não indicou existir diferença estatística significativa entre as formulações, sendo que todas as amostras demonstraram boa aceitabilidade com notas superiores a seis – gostei ligeiramente.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento de produto, Aproveitamento, Pescado, Aceitabilidade.

**Abstract.** *The waste generated in the processing of fish can be reused in a sustainable way in the development of new products with nutritional characteristics similar to parts of noble fish. The objective of this work was to develop nuggets from waste from the processing of put of surubim (*Pseudoplatystoma corruscans*). Were prepared six distinct formulations of nuggets: Treatment: without pepper and without addition of smoke settles; treatment B: 0.5% of liquid smoke and without pepper; treatment C: 1.0% liquid smoke and without pepper; treatment D: without liquid smoke and pepper; treatment and: 0.5 % of liquid smoke and pepper; and treatment F: 1.0% of liquid smoke and pepper. In the stage of development of the product were performed microbiological testing for coliforms at 45C of nuggets in natura and the residue. The nuggets were submitted to sensory analysis by means of the test of acceptability in order to define the two formulations better accepted. In the two samples selected for the test, centesimal composition, microbiological parameters and sensory analysis of the*

**Contextos da Alimentação** – Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade  
Vol. 3 no 2 – Maio de 2015, São Paulo: Centro Universitário Senac  
ISSN 2238-4200

© 2015 todos os direitos reservados - reprodução total ou parcial permitida, desde que citada a fonte

Portal da revista Contextos da Alimentação: <http://www3.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistacontextos/>

E-mail: [revista.contextos@sp.senac.br](mailto:revista.contextos@sp.senac.br)

*product were assessed. Fresh nuggets and residue were tested for coliforms at 45 ° C, positive Staphylococcus coagulase and Salmonella sp. The results of microbiological and chemical analyses indicated that the obtained product was in accordance with the parameters legally established. The test of acceptability of battered products did not indicate significant statistical differences among the formulations, which means that all samples demonstrated good acceptability with grades ranging over six – quite liked.*

**Keyword:** Product development, Exploitation, Fish, Acceptability.

## 1. Introdução

O pescado é um alimento de fácil digestão e representa uma fonte de diversos componentes com significativo valor nutricional, como proteínas e minerais, principalmente cálcio, fósforo, vitaminas do complexo B, A e D e, ainda, possui a maior reserva de ácidos graxos poli-insaturados, especialmente, ômega-3, aos quais são atribuídos benefícios ao organismo humano (BONACINA; QUEIROZ, 2007). O Brasil apresenta um dos mais baixos índices de consumo de pescado, 9,03kg per capita em 2009, bem abaixo da média mundial que é 12 kg por habitante, índice recomendado pela Organização Mundial de saúde (OMS) (TORRACA, 2010). Essa média está bem inferior ao consumo de países como o Japão (41,7 kg/hab.), a Espanha (29,9 kg//hab.) e a Inglaterra (16,5 kg/hab.) (FAO, 2007 apud KIRSCHNIK, 2007).

A produção de pescado no Brasil aumentou 25% nos últimos oito anos, passando de 990.899 toneladas anuais para 1.240.813 em 2010. Dados estatísticos revelam que, nos dois últimos anos, esse crescimento foi de 15,7%, sendo que a aquicultura apresentou uma elevação de 43,8%, passando de 289.050 toneladas/ano para 415.649 toneladas/ano. A produção da pesca extrativista elevou-se consideravelmente neste período, apresentando um aumento em torno de 5,4%. A região nordeste, de acordo com os dados de 2009, é a maior produtora de pescado no Brasil, seguida das regiões Sul, Norte, Sudeste e, por último, Centro-Oeste. Santa Catarina é o maior produtor entre os estados, seguidos pelos estados do Pará, Bahia e, por último, o estado do Ceará (CHAMON; 2011).

O aproveitamento das sobras dos processos tradicionais de filetagem ou de corte em postas de pescados é de suma importância, pois, além de minimizar os problemas de produção e de custo da matéria prima, possibilita o aumento da receita, pois se aproveita o pescado em toda a extensão, contribuindo, também, para a preservação ambiental. A maior justificativa, porém é de ordem nutricional, pois o resíduo desprezado nas linhas de produção de peixes constitui cerca da metade do volume da matéria prima e é uma fonte de nutrientes de baixo custo que pode ser utilizado na elaboração de novos produtos para o consumo humano.

Os resíduos que podem ser utilizados para elaboração de novos produtos constituem-se de partes da carcaça do pescado como a cabeça, couro, vísceras, que sobram após a retirada dos filés. As sobras de carne que ficam aderidas à carcaça e, que não serão utilizadas, são retiradas e utilizadas como resíduos na elaboração de novos produtos. A tecnologia permite o reaproveitamento desses resíduos, que a princípio não têm valor comercial, no entanto, é possível elaborar produtos de qualidade nutricional e sensorial adequados ao consumidor. O processo utilizado na elaboração de empanados a partir de resíduos de peixe valoriza o produto e possibilita a diversificação de produtos derivados dessa matéria-prima (WATANABE, 2001 apud CERVA, 2003). Os resíduos gerados no beneficiamento do peixe (cabeça, nadadeiras, vísceras, cauda, coluna vertebral, barbatana, escamas e restos de carne aderidos às espinhas), podem representar até 50% da matéria-prima utilizada, variando conforme a espécie e o processamento (FELTES et al, 2010).

Entre as espécies produzidas pela aquicultura, o surubim (*Pseudoplatystoma corruscans*) é indubitavelmente a de maior valor econômico e social, além disso, é muito apreciada pelos consumidores e, sobretudo, é um produto muito valorizado tanto no mercado nacional quanto estrangeiro, pois, apresenta grande potencial de exportação (CREPALDI et al; 2006). É um peixe muito apreciado pelos pescadores desportivos e pela culinária nacional. É classificado como peixe nobre de água doce devido à ausência de espinhas intramusculares, possui carne branca, de consistência firme e de sabor agradável, características que o colocaram em posição de destaque no mercado consumidor (CREPALDI et al; 2006).

Assim, o presente trabalho teve como objetivo desenvolver empanados de pescado como alternativa para aproveitamento de resíduos de surubim (*Pseudoplatystoma corruscans*), bem como caracterizar as suas propriedades físico-químicas, microbiológicas e sensoriais, no intuito de reduzir a geração de resíduos e elaborar produtos de alta qualidade sensorial e nutricional a fim de atender as necessidades do consumidor.

## 2. Material e métodos

O estudo foi realizado nos Laboratórios de Processamento de Carnes e Derivados, Microbiologia, Análises Físico-Químicas e Análise Sensorial de Alimentos do Instituto Federal do Triângulo Mineiro - IFTM – Câmpus Uberlândia, MG, e Laboratório de Análises Microbiológicas da Universidade Federal de Uberlândia, MG, UFU – Uberlândia no período de junho a novembro de 2010.

O resíduo utilizado no experimento foi das carnes que ficam aderidas nas sobras do pescado do processamento de postas que compreende as pontas da calda e cabeça que não são comercializadas.

Os resíduos de postas de surubim utilizados nas formulações dos *nuggets* foram adquiridos congelados em duas peixarias do município de Uberlândia, as quais foram selecionadas por critérios de adequação às Boas Práticas de Fabricação na produção das postas de peixes. No total, foram adquiridos 24 quilos de resíduos do processamento das postas de surubim. Estes foram submetidos ao descongelamento sob-refrigeração; em seguida, a carne aderida às espinhas foi retirada manualmente e submetida à moagem. O rendimento foi de 6 quilos de carne do pescado.

Com base nas pesquisas dos rótulos de *nuggets* de peixe comercializados no mercado local, definiu-se uma formulação básica a qual foi aromatizada com seis combinações de aromas e condimentos distintos descritos na tabela 1, sendo: formulação A, sem adição de pimenta e sem fumaça líquida; B, 0,5% de fumaça líquida e sem pimenta; C, 1,0% fumaça líquida e sem pimenta; D, sem fumaça líquida e com pimenta; E, 0,5 % de fumaça líquida e pimenta; e F, 1,0% de fumaça líquida e pimenta.

Procedeu-se a fabricação dos *nuggets* da homogeneização manual da massa com os ingredientes, conforme a tabela 1, por aproximadamente 30 minutos, mantendo-se o produto sob-baixa temperatura, próxima de 10°C, para ocorrer a formação do gel proteico.

Após 40 minutos, retirou-se a massa do freezer, dividindo-a em porções de 80g, moldaram-se os *nuggets* com um modelador de hambúrguer. Os *nuggets* foram divididos em seis partes. Posteriormente foi realizado o processo de empanamento. Após o término do processo, foram coletadas amostras dos empanados para realizar as análises microbiológicas. O processamento dos resíduos ocorreu de acordo com métodos propostos em Técnicas (2008). Quando adicionada a fumaça líquida seguiu-se a metodologia preconizada por Gonçalves e Hernández (1998).

## 2.1 Análises microbiológicas

A matéria-prima e as seis formulações foram submetidas aos testes microbiológicos para determinação de microrganismos indicadores de higiene e contaminação fecal do grupo coliforme. Foram realizadas as avaliações para coliformes a 45°C de acordo com Silva, Junqueira; Silveira (2010).

## 2.2 Análises sensoriais

As análises sensoriais foram realizadas no Laboratório de Análise Sensorial do IFTM – Câmpus Uberlândia, com 50 provadores de ambos os sexos, com idade média de quinze anos, voluntários não treinados do campus.

Os *nuggets* foram fritos por imersão em óleo de soja a uma temperatura de 180°C por quatro minutos, acondicionados em bolsas térmicas e, em seguida, servidos aos provadores.

Antes de cada teste, os provadores receberam orientação sobre o método e sobre o procedimento para avaliação.

Utilizou-se o teste de aceitabilidade de escala hedônica de nove pontos (DUTCOSKY, 2013) avaliando-se a impressão global de cada empanado. O teste foi aplicado, para a primeira etapa do experimento, em dois dias distintos, com o intuito de não causar fadiga ao julgador. Nesta etapa, foram avaliadas seis formulações de empanados com diferentes concentrações de condimentos. Após assinarem o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, em cada dia os provadores avaliaram três amostras diferentes servidas monadicamente em pratos descartáveis brancos, devidamente identificadas com números aleatórios de três algarismos. As amostras foram avaliadas por meio de escala hedônica de nove pontos com notas de 1 a 9 pontos (1 = desgostei muitíssimo; 2 = desgostei muito; 3 = desgostei regularmente; 4 = desgostei ligeiramente; 5 = indiferente; 6 = gostei ligeiramente; 7 = gostei regularmente; 8 = gostei muito; 9 = gostei muitíssimo), Apêndice A. Os provadores também receberam um copo com água em temperatura ambiente para enxaguar a boca após cada avaliação.

Os resultados foram submetidos à análise da variância e teste de médias de Tukey ao nível de 5% de probabilidade.

## 2.3 Análises estatísticas

Para realizar as análises estatísticas dos resultados utilizaram-se a análise de variância (ANOVA), o software Excel da Microsoft Office 2007 para obter os efeitos das variáveis (NORONHA, 2003).

## 2.4 Segunda fase do experimento: elaboração de nuggets de surubim

As duas formulações selecionadas foram produzidas novamente e, então, caracterizadas por testes microbiológicos, físico-químicos e sensoriais.

## 2.5 Análises microbiológicas

A partir da definição das duas formulações de *nuggets* que obtiveram melhor aceitabilidade entre os provadores na primeira etapa, foram realizadas as avaliações de coliformes a 45°C, *Salmonella* sp, e *Staphylococcus coagulase* positiva segundo os métodos descritos por Silva; Junqueira; Silveira (2001). Os microrganismos analisados foram definidos, considerando-se os padrões microbiológicos para produtos à base de

pescado, refrigerados ou congelados, constantes da Resolução – RDC nº 12, de 12 de janeiro de 2001, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária- ANVISA (BRASIL, 2001).

## **2.6 Análises sensoriais**

As análises sensoriais foram realizadas no Laboratório de Análise Sensorial do IFTM – Campos Uberlândia, com 50 provadores de ambos os sexos, com idade média de quinze anos, voluntários não treinados do campus.

Os *nuggets* foram fritos por imersão em óleo de soja a uma temperatura de 180°C por quatro minutos, acondicionados em bolsas térmicas e, em seguida, servidos aos provadores.

Antes de cada teste, os provadores receberam orientação sobre o método e sobre o procedimento para avaliação.

O teste de ordenação (DUTCOSKY, 2013) foi aplicado na segunda parte do experimento. Foram utilizadas as duas amostras que obtiveram maior aceitação na primeira etapa, juntamente com duas marcas comerciais disponíveis no mercado local. O teste foi utilizado para estabelecer a preferência entre as amostras. Os provadores foram solicitados a ordenar as amostras em ordem crescente de acordo com sua preferência. A análise dos resultados foi avaliada, segundo o teste de Friedman (NORONHA, 2003), utilizando-se a Tabela de Newell e MacFarlane (BEHRENS, 2010), que relaciona o número de julgadores com o número de amostras a diferentes índices de probabilidade. O teste foi realizado para um nível de 5% de probabilidade.

## **2.7 Composição centesimal e valor calórico dos nuggets de resíduo de surubim**

Os teores de umidade, cinza, extrato etéreo e proteína bruta foram determinados em triplicata, tanto na matéria-prima quanto nas duas formulações de empanados selecionadas nos testes de aceitabilidade na primeira fase do experimento, de acordo com as metodologias preconizadas. Segundo (CARVALHO; JONG, 2002), os valores de carboidratos com fibras foram obtidos por diferença.

O valor calórico do nugget foi calculado pela conversão dos teores dos macronutrientes em quilocalorias, utilizando-se os fatores de Atwater (GIUNTINI; LAJOLO; MENEZES, 2006) para determinar o valor energético a partir dos teores de proteína, lipídios, carboidratos, considerando os fatores de conversão para proteína e carboidrato 4 kcal/g<sup>-1</sup> e lipídio 9 Kcal/g<sup>-1</sup>.

## **3. Resultados e Discussão**

### **3.1 Análises microbiológicas do resíduo e dos *nuggets* desenvolvidos**

As análises microbiológicas descritas na tabela 4 foram realizadas no Laboratório de Microbiologia do IFTM, Câmpus Uberlândia.

As características microbiológicas apresentadas pelo resíduo e pelas formulações, antes do preparo, encontram-se na Tabela 1. Os resultados obtidos nas análises microbiológicas da polpa e das formulações ficaram de acordo com os parâmetros estabelecidos pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária- ANVISA (BRASIL, 2001) que estabelece 10<sup>3</sup> NMP de coliformes a 45°C por grama de produto.

**Tabela 01: Resultados das análises microbiológicas dos empanados de resíduos de peixe na primeira etapa do experimento**

<b>Produto</b>	<b>Coliformes NMP/g</b>	<b>a</b>	<b>45°C</b>
Resíduo	<3		
Formulação A	1,5. 10 <sup>2</sup>		
Formulação B	9.10 <sup>0</sup>		
Formulação C	11. 10 <sup>0</sup>		
Formulação D	<3		
Formulação E	<3		
Formulação F	<3		

**NMP = número mais provável**

Segundo Evangelista (2000), citado por Vaz (2005), a contaminação e deterioração de pescado, especificamente, de peixes, ocorrem com mais facilidade do que em carnes de aves e mamíferos, devido a sua composição química específica e estrutura frágil, e a menor quantidade de tecido conjuntivo. E, ainda, devido a suas condições teciduais e maior teor de água, os pescados são mais susceptíveis às alterações enzimáticas, oxidativas e microorgânicas, acelerando a autólise e, conseqüentemente, contribuindo para que a carne de pescado seja mais perecível em comparação com as carnes de aves, bovinos e suínos. Em função dessa susceptibilidade, há necessidade da avaliação microbiológica optando-se pelas análises de microrganismos indicadores. Pode-se inferir que a seleção do estabelecimento, de acordo com as Boas Práticas de Fabricação, bem como a condução do processo de produção contribuíram para a qualidade microbiológica dos resíduos e empanados.

A partir desses resultados, todas as formulações foram submetidas à avaliação sensorial.

Os resultados obtidos nas análises microbiológicas do resíduo e das formulações (Tabela 1) estão de acordo com os parâmetros estabelecidos pela Resolução 12/2001 (ANVISA, 2001).

### **3.2 Resultados da análise sensorial - Teste de aceitabilidade**

O teste de aceitação de escala hedônica foi aplicado na primeira etapa do experimento e os resultados obtidos com os *nuggets* feitos de resíduo do processamento de postas do surubim indicaram que não havia diferença estatística significativa entre as seis amostras apresentando todas as formulações médias entre 6 (gostei ligeiramente) e 7 (gostei regularmente) (Tabela 2). Optou-se por definir as duas formulações de maior aceitabilidade entre as que obtiveram média mais alta entre as seis (06) formulações avaliadas.

**Tabela 02: Nota media da avaliação global de *nuggets* de surubim submetidos à avaliação global de aceitabilidade por escala hedônica de nove pontos**

Formulação	Media*	Variância
A	6,24 <sup>a</sup>	4,512653
<b>B</b>	<b>6,36<sup>a</sup></b>	<b>4,888163</b>
<b>C</b>	<b>6,68<sup>a</sup></b>	<b>4,548571</b>
D	6,22 <sup>a</sup>	4,991429
E	6,02 <sup>a</sup>	5,938367
F	6,18 <sup>a</sup>	4,599592

\*media de 50 provadores. Médias seguidas de mesma letra não apresentaram diferença estatística significativa ao nível de 5% de probabilidade

A partir das seis formulações desenvolvidas na primeira etapa do experimento, as duas que obtiveram maior aceitabilidade entre os provadores foram: os *nuggets* feitos sem pimenta e com 0,5% de fumaça líquida (B), e sem pimenta com 1% de fumaça (C).

As formulações selecionadas passaram a ser denominadas como Formulações I e II respectivamente.

### 3.3 Análises microbiológicas das formulações selecionadas

Os resultados das análises estão apresentados na Tabela 3:

**Tabela 03: Resultados das análises microbiológicas dos *nuggets* de resíduos de peixe de maior aceitabilidade**

Produto	Salmonela 25/g	Staphylococcus coagulase positiva /g	Coliformes NMP/g	a	45°C
Formulação I	Ausência	Ausência	4,3. 10 <sup>1</sup>		
Formulação II	Ausência	Ausência	7,4. 10 <sup>1</sup>		
Resíduo C	Ausência	Ausência	2,4. 10 <sup>1</sup>		
Legislação*	Ausência	5x10 <sup>2</sup>	1,0. 10 <sup>3</sup>		

\* ANVISA (2001) – Resolução-RDC 12/2001.

Resultados similares foram encontrados por Marengoni et al. (2009) que observaram a ausência de *Staphylococcus coagulase positiva* e *Salmonella sp* em carne de tilápia mecanicamente separada. O mesmo resultado foi obtido por Pereira et al; (2003) na polpa de carpa prateada na preparação de produtos reestruturados. Bordignon et al (2010) na elaboração de croquetes de tilapia do Nilo (*Oreochromis niloticus*), a partir de CMS (carne mecanicamente separada) e aparas de corte em "V" do filé e sua avaliação físico-química, microbiológica e sensorial encontrou resultados similares para Coliformes, *Staphylococcus coagulase positiva* e *Salmonella*.

De acordo com os resultados obtidos, foi possível verificar que os padrões microbiológicos foram estabelecidos visando assegurar o fornecimento de alimentos que

não ofereçam risco à saúde do consumidor, garantindo um processamento conforme condições higiênico-sanitárias adequadas. Neste contexto, destacam-se os cuidados com a temperatura do resíduo, pois, como é um produto que passou por várias etapas durante o processamento, é de suma importância mantê-lo em temperatura adequada, a fim de se evitarem possíveis contaminações microbiológicas como preconizam as Boas Práticas de Fabricação.

### 3.4 Análise sensorial - Teste de ordenação de preferência

As duas formulações selecionadas foram testadas em comparação a duas amostras de *nuggets* de peixes comercializadas no mercado local. Os resultados foram analisados pelo Teste de Friedman utilizando-se a Tabela de Newell e MacFarlane (DUTCOSKY, 2013). Foram apresentadas as amostras a 50 provadores não treinados:

- A - Amostra I-empanado sem em pimenta e com 0,5% de fumaça líquida
- B- Amostra de empanado do mercado (sem indicação de pescado específico)
- C- Amostra II - empanado sem pimenta e com 1% de fumaça líquida
- D - Amostra de empanado do mercado (resíduos de merluza)

**Tabela 04: Avaliação sensorial da preferência de *nuggets* de pescado por ordenação comparando-se *nuggets* de surubim com *nuggets* de pescado do mercado.**

Diferença da soma de ordens	Módulos da diferença
A -B	17 (NS)
A-C	33 (NS)
A -D	37 *
B-C	16(NS)
B -D	20(NS)
C -D	4(NS)

(NS) = não significativo. Diferença crítica de  $\alpha=0,05 = 34$ .

No teste de ordenação, verificou-se que existe diferença significativa entre a amostra A, (mais preferida) desenvolvida no experimento com resíduos de surubim e a amostra de mercado D, fabricada com resíduo de merluza (menos preferida).

Portanto, além dos *nuggets* serem bem aceitos no teste de análise sensorial, apresentaram parâmetros microbiológicos e centesimais de acordo com os padrões exigidos pela legislação vigente.

### 3.5 Composição centesimal e valor calórico dos empanados de resíduo de surubim

A composição centesimal dos *nuggets* e do resíduo de surubim está apresentada na Tabela 05. As duas que obtiveram maior aceitabilidade entre os provadores foram os empanados feitos sem pimenta e com 0,5% fumaça líquida (I), e sem pimenta com 1% de fumaça líquida (II) e apenas essas foram submetidas à análise.

Os resultados obtidos comparados aos regulamentos de identidade e qualidade dos *nuggets* deste experimento estão de acordo com a legislação (BRASIL, 2001), que permite mínimo de 10% de proteína e acréscimo de até 4% de proteína não cárnea e máximo de 30% de carboidrato.

**Tabela 05: Composição centesimal e valor energético dos empanados de surubim**

Parâmetro (%) * (kcal/100g)***	Formulação		Resíduo	Valor energético Formulação I
	I	II		
Umidade	59,35a	58,20a	79,71	-
Proteína bruta	13,38a	13,74a	12,45	53,52
Lípido	8,80a	8,95a	1,45	79, 20
Cinza	0,87a	0,88a	0,84	-
Carboidrato**	17,65a	18,28a	5,55	70,60
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>203,32</b>

Fonte: autora \*Valores médios de 3 repetições \*\*obtido por diferença

\*\*\*Fator de conversão para carboidrato e proteína: 4 kcal/g<sup>-1</sup> e Lípidio: 9kcal/g<sup>-1</sup>

Médias seguidas da mesma letra não diferem estatisticamente entre si - Não consta na legislação  
Formulação: (I) sem pimenta e com 0,5% de fumaça, (II) sem pimenta com 1% de fumaça

Os valores de umidade obtidos nas duas formulações de *nuggets* (Tabela 05) estão de acordo com Ogawa e Maia (1990) citados por Ribeiro (2004). Pereira et al; (2003) ao determinarem as características físico-químicas, sensorial e microbiológicas da polpa de carpa prateada em produtos reestruturados encontraram valores semelhantes para umidade (55,57 e 56,54%) nos *nuggets* e (79,38%) de umidade na matéria-prima, valor semelhante ao determinado para o teor de umidade no resíduo utilizado como matéria-prima dos empanados de surubim. Ao se compararem os valores obtidos de umidade entre o resíduo e os empanados verifica-se que ocorreu o declínio destes resultados no produto final, justificado pelo acréscimo de ingredientes secos nas formulações. No entanto, as duas amostras de empanados analisadas não apresentaram diferença estatística significativa para o teor de umidade.

Para os valores de proteína, foram obtidos valores mínimo e máximo de 13,38 e 13,74%. Estes resultados estão de acordo com os padrões constantes na legislação (BRASIL, 2001), que estabelece mínimo de 10% de proteína para empanados. Estes valores proteicos estão próximos dos 14,63% encontrados por Bordignon (2010), ao elaborar croquetes a partir de CMS – carne mecanicamente separada - de tilápia e aparas do filé e da avaliação físico-química, microbiológica e sensorial do produto. Pereira et al (2003) relatam, ao caracterizarem produtos reestruturados a partir da polpa de carpa prateada, valores de 13,23% para proteína em *nuggets* preparados com CMS. Não houve diferença estatística significativa para o parâmetro proteína entre as duas formulações analisadas.

A carne dos pescados é classificada de acordo com o teor de gordura. Peixes com até 2% de gordura são considerados magros, como o surubim, peixe utilizado neste

experimento que obteve 1,45% de lipídio no resíduo analisado. Valores que variam de 2 a 5% definem um pescado moderado, e finalmente peixes com valores acima de 5% de lipídios são considerados gordos (CORTEZ Neto et al., 2010). Conforme os resultados apresentados na tabela 03, o elevado teor de lipídio no produto final pode ser explicado pelo acréscimo de gordura vegetal hidrogenada nas formulações dos *nuggets* e pela utilização de proteína de soja texturizada que contém gordura.

Os resultados determinados para lipídio (8,8 e 8,9%) nos empanados estão, no entanto, abaixo dos encontrados por Cortez Neto et al.(2010) de 10,85% de lipídio, que determinaram características microbiológicas, aceitabilidade nos empanados de pacu. Vaz (2005) encontrou valores muito parecidos para a linguça preparada com CMS de tilápia do Nilo, sendo 7,7 , 7,53 e 4,11% de lipídio; os dois primeiros valores estão próximos dos encontrados nas formulações dos *nuggets* de surubim, pois, tanto a tilápia como o surubim,são considerados peixes magros.

Os valores obtidos para o teor de matéria mineral (mínimo de 0,88 e máximo de 0,87%) são similares ao teor determinado por Vaz (2005) que permaneceu em 0,89%, ao elaborar linguça tipo toscana de tilápia (*Oreochromis niloticus*). Não houve diferença estatística significativa para o parâmetro cinza entre as duas formulações analisadas.

Os teores de carboidratos com fibras foram determinados por diferença percentual, no entanto, a legislação (BRASIL, 2001) estabelece valor máximo de 30% para carboidrato em empanados cárneos. Sendo, assim, os valores obtidos estão de acordo com a legislação citada.

#### 4. Conclusão

Os resíduos gerados no processamento de postas de surubim apresentaram boa viabilidade para a elaboração de novos produtos.

O *nugget* é um produto de levado valor nutritivo e com boa aceitação sensorial entre os provadores.

Os resultados das avaliações microbiológicas e físico-químicas ficaram de acordo com os parâmetros estabelecidos pela legislação brasileira.

Diante dos resultados, verificou-se que a produção de *nuggets* com resíduos de surubim foi obtida com sucesso e com aplicação de tecnologia simples e viável.

#### Referências

- BEHRENS, J. H. Mini cursos CRQ – 4 - **Fundamentos e técnicas em análise sensorial**. Disponível em: < [www.crq4.org.br/sms/files/file/analise\\_sensorial\\_2010.pdf](http://www.crq4.org.br/sms/files/file/analise_sensorial_2010.pdf) >. Acesso em: 14 set. 2010.
- BONACINA, M.; QUEIROZ, M.I. **Elaboração de empanado a partir da corvina (*Micropogonias furnieri*)** Ciênc. Tecnol. Aliment. Campinas, vol.27, no. 3, p: 544-552. July/Sept. 2007
- BORDIGNON, A. C. **Elaboração de croquetes de tilapia do Nilo (*Oreochromis niloticus*) a partir de CMS e aparas de corte em "V" do filé e sua avaliação físico-química, microbiológica e sensorial**. 2010 116f – Programa de Pós-Graduação em Zootecnia. Universidade Estadual de Maringá, Paraná. 2010. Disponível em: < [periodicos.uem.br/ojs/index.php/ActaSciAnimSci/article/viewFile/6909](http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ActaSciAnimSci/article/viewFile/6909) >. Acesso em: 01 mar 2011.

BORDIGNON, A. C. et al. **Elaboração de croquetes de tilapia do Nilo (*Oreochromis niloticus*) a partir de CMS e aparas de corte em "V" do filé e sua avaliação físico-química, microbiológica e sensorial.** Acta Scientiarum. Animal Science. Maringá, vol. 32, n. 1. P 109-116.2010.

BRASIL. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa nº6 de 15 de fevereiro de 2001. **Regulamentos técnicos de identidade e qualidade de paleta cozida, produtos cárneos salgados, empanados, presunto tipo serrano e prato elaborado pronto ou semi-pronto contendo produtos de origem animal.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 19 de fevereiro de 2001.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância Sanitária. **Resolução RDC nº 12, de 02 de janeiro de 2001. Regulamento técnico sobre padrões microbiológicos para alimentos.** Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, n.7-E, 10 jan. 2001. p.45-53.

CARVALHO, H. H.; JONG, E. V.. (Coords). BELLÓ, R. M. SOUZA, R. B.; TERRA, M. F. **Alimentos Métodos Físicos e Químicos de Análise.** Porto Alegre: Ed. Universidade / UFRGS, 2002. 55,56 112,113,131 – 135, 167, 175p.

CERVA, C. **Avaliação do cultivo em gaiolas e beneficiamento da carpa capim (*Cnetopharingodon idella*).** Dissertação de mestrado em zootecnia-produção animal, Faculdade de Agronomia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul Porto Alegre, RS, 117p .Ago. 2003

CHAMON, D. **Viabilidade econômica e financeira do reaproveitamento do resíduo do pescado no Espírito Santo.** SEBRAE- Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Espírito Santo.Vitória. 2011. Disponível em: < [www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/DowContador?OpenAgent](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/DowContador?OpenAgent)>. Acesso em: 06 jun. 2013.

CORTEZ NETTO, J. P. Boscolo, W. R.; Feiden, A.; Maluf, M. L. F.; Freitas, J. M. A.; Simões, M. R.. **Formulação, análises microbiológicas, composição centesimal e aceitabilidade de empanados de jundiá (*Rhamdia quelen*), pacu (*Piaractus mesopotamicus*) e tilápia (*Oreochromis niloticus*).** Revista do Instituto Adolfo Lutz, São Paulo,v.69, n.2 p: 181-187. 2010.

CREPALDI, D.V. et al. **Ao surubim na aquacultura brasileira.** Rev Bras Reprod Anim, Belo Horizonte, v. 30, nº 3/4, p. 150-158, 2006.

DUTCOSKY, S. D. **Análise Sensorial de Alimentos.** 4. ed. rev .ampli. Curitiba: Champagnat, 2013.

FELTES, M. M. C.; CORREIA, J. F. G.;BEIRÃO, L. H.; BLOCK, J. M., NINOW, J. L.; SPILLER, V. R. **Alternativas para a agregação de valor aos resíduos da industrialização de peixe.** Revista Brasileira de Engenharia Agrícola e Ambiental, Campina Grande, v. 14, n. 6, p. 669-677, 2010.

GIUNTINI, E. B.; LAJOLO, F. M.; MENEZES, E. W. Composição dos alimentos: um pouco de história. **Archivos Latinoamericanos de Nutrición.** Caracas, v. 56, n. 3, sep. 2006.

GONÇALVES, A. A.; HERNÁNDEZ, C. P. **Defumação líquida de anchova (*Pomatomus saltatrix*); efeito do processamento nas propriedades químicas e microbiológicas.** Ciência e Tecnologia de Alimentos, Campinas, n. 4, out/dez 1998.

KIRSCHNIK, P. G. **Avaliação da estabilidade de produtos obtidos de carne mecanicamente separada de tilápia nilótica (*Oreochromis niloticus*).** 2007

102f – Tese (Doutorado em Aqüicultura) Programa de Pós – graduação em aqüicultura, setor de Zootecnia. Universidade Estadual Paulista, Centro de Aqüicultura da UNESP, 2007.

MARENGONI, N. G. et al. **Caracterização microbiológica, sensorial e centesimal de fishburgers de carne de tilápia mecanicamente separada.** Revista Brasileira Saúde Produção. Paraná, V. 10, nº1, p. 168-176, jan/mar., 2009.

NORONHA, J. F. **Apontamentos de análise sensorial: Análise Sensorial – Metodologia.** 2003. Disponível em: < w.esac.pt/noronha/A.S /Apontamentos /sebenta \_v\_1\_ 0.pdf> . Acesso em: 03 set. 2011.

PEREIRA, A. J., WASZCZYNSKYJ, N ; BEIRÃO, L.H. MASSON, M.L. Características físico-químicas, microbiológicas e sensorial da polpa de carpa prateada ( *Hypophthalmichthys molitrix*) e dos produtos reestruturados. **Alim. Nutr.**, Araraquara, v.14, n.2, p. 211-217, 2003.

RIBEIRO, F. A. **Análise do efeito de diferentes métodos de conservação na determinação da contaminação da carne do molusco bivalve *Tivela macridentes* por coliformes totais e fecais.** 2004 56f - Monografia (Estágio supervisionado) – Centro Universitário da Fundação de Ensino Otávio Bastos, São João da Boa Vista. Disponível em: <www.costabrasilis.org.br/.../Ribeiro%20(04)%20Analis%20da%20qualidade % 20 microbiologi>. Acesso em: 18 mar 2011.

SILVA, N.; JUNQUEIRA, V. C. A.; SILVEIRA, N. F. A. **Manual de Métodos de Análises Microbiológicas de Alimentos.** 4. ed. rev. e atual. São Paulo: Varela, 2010. 317 p

**TÉCNICAS de Processamento de Peixes.** Coordenação técnica: Elizabeth Maria Macedo Viegas Viçosa, 2008. 1 DVD (72 min), NTSC, son., color.

TORRACA, I. **Consumo de peixe entre brasileiros cresceu 40% de 2003 a 2009.** R7 Notícias, 8 set. 2010. Economia. Disponível em: < <http://www.r7/noticias>>. Acesso em: 22 abr. 2011.

VAZ, S. K. **Elaboração e caracterização de linguça fresca “tipo toscana” de tilápia *oreochromis niloticus*.** 2004 96f - Dissertação (Mestrado em Tecnologia de Alimentos) Programa de Pós-Graduação em Tecnologia de Alimentos, Setor de Tecnologia. Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 2004.

**Recebido em 27/11/2014 e Aceito em 11/05/2015.**

# Cardápios sazonais como estratégia de portfólio para variabilidade e aumento de qualidade no mercado competitivo de restaurantes de hotéis: novas perspectivas de consumo no setor brasileiro

*Seasonal menus as portfolio strategy for variability and quality increase in competitive market of hotel restaurants: new perspectives of consumption in brazilian food service*

Carlos Sabato Dell Aglio<sup>1</sup>, Dennis Minoru Fujita<sup>2</sup>, Heitor Franco de Andrade Júnior<sup>3</sup>

**Resumo.** O aumento de consumo de alimentos fora do lar pelo brasileiro se intensificou nos últimos 10 anos devido a dois fatores preponderantes: aumento de poder aquisitivo em grande parte das classes sociais no Brasil, em especial da classe C e aumento de oferta bem como de estabelecimentos de alimentos e bebidas que se estratificaram para atender esta demanda. Não obstante, com a elevação do poder aquisitivo, novos hábitos de consumo são incorporados concomitantemente com elevação de perfil de consumo, gerando novos desafios às empresas no quesito de atender estas demandas bem como posicionar estrategicamente seus produtos no mercado.

Analisa-se retrospectivamente o mercado de alimentação fora do lar no Brasil, buscando-se apresentar qualitativamente os benefícios de adoção da estratégia de cardápios sazonais por estabelecimentos de alimentos e bebidas, principalmente em hotéis, no intuito de atender esta demanda devido à oferta de um portfólio de produtos de melhor qualidade com custo menor, bem como exemplificar a necessidade do valor agregado nos serviços prestados para fidelização de clientes.

**Palavras-chave:** Alimentos e Bebidas, Portfólio de Produtos, Cardápio, Restaurante, Sazonal.

---

<sup>1</sup> Tecnólogo em Hotelaria, Especialista em Alimentos e Bebidas e Administração de Empresas, Mestrando em Ciências - IMT-USP - LIM - 49 - HC/FMUSP. Professor do Centro Superior de Educação Tecnológica em Hotelaria, Gastronomia e Turismo e do Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas. {[carlos.sabato@usp.br](mailto:carlos.sabato@usp.br)}

<sup>2</sup> Instituto de Medicina Tropical de São Paulo - USP. Bacharel em Turismo, Mestre em Hospitalidade e Doutorando em Ciências - IMT-USP - LIM - 49 - HC/FMUSP. Professor convidado do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia - Univille. {[dmfujita@usp.br](mailto:dmfujita@usp.br)}

<sup>3</sup> Instituto de Medicina Tropical de São Paulo - USP. LIM 49 - HC/FMUSP. Docente da Faculdade de Medicina da USP e Instituto de Medicina Tropical de São Paulo. Doutor e Livre docente em Patologia de Moléstias Transmissíveis, Presidente da Comissão de Pós-graduação em Medicina Tropical e responsável pelo curso de Saúde em Viagens, do curso de turismo da Escola de Comunicações e Artes da USP. Coordenador do curso de extensão universitária "Saúde em Viagens: antes, durante e depois", promovido pelo Instituto de Medicina Tropical de São Paulo ao público em geral, em especial, a da terceira idade. {[hfandrad@usp.br](mailto:hfandrad@usp.br)}

**Contextos da Alimentação** - Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade  
Vol. 3 no 2 - Maio de 2015, São Paulo: Centro Universitário Senac  
ISSN 2238-4200

© 2015 todos os direitos reservados - reprodução total ou parcial permitida, desde que citada a fonte

Portal da revista Contextos da Alimentação: <http://www3.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistacontextos/>

E-mail: [revista.contextos@sp.senac.br](mailto:revista.contextos@sp.senac.br)

**Abstract.** *The increase of food service consumption for the Brazilian has intensified in the past 10 years as result of two important factors: increase of purchasing power in most social classes in Brazil, especially the class C and the increase in supply as well as establishments stratified to suit these demands. Nevertheless, with the rise of purchasing power, new consumption habits are embedded concomitantly with an increase of the consumption profile, generating new challenges for companies in the issue to attend these demands as well as strategically stratify their products on the market.*

*Study analyzes retrospectively the food service market in Brazil in an attempt to present qualitatively the benefits of the strategy of seasonal menus for food and beverage establishments in order to supply this demand by the offer of a portfolio with more quality products with lower cost as well as to exemplify the need for added value services to the customer retention.*

**Key words:** *Food Service, Product Portfolio, Menu, Restaurants, Seasonal.*

## 1. Introdução

O crescimento do segmento de alimentos e bebidas nos últimos cinco anos tem gerado um mercado potencial para novos empreendimentos, principalmente em cidades como São Paulo que possuem dezesseis mil restaurantes, considerada atualmente a capital nacional da gastronomia.

Tal desenvolvimento é fruto da mudança no hábito de consumo dos brasileiros que nos últimos 20 anos, após a implantação do Plano Real (apenas 19% da população consumia na década 90), têm consumido mais alimentos fora de seu lar, tendo-se atualmente cerca de 39% da população nacional realizando suas refeições externas ao seu domicílio, segundo dados do IBGE (2013).

Não obstante, tal cenário de crescimento do segmento de alimentação fora do lar no Brasil faz com que este novo consumidor de alimentos e bebidas se torne mais exigente, e ao mesmo tempo mais informado quanto as suas necessidades e desejos, gerando um novo posicionamento estratégico dos estabelecimentos, que buscam sobreviver ante um mercado de tamanha concorrência, que por exemplo em São Paulo, a Capital Latino-Americana de boa mesa, conforme dados da São Paulo Convention & Visitors Bureau (2014), órgão de fomento do Turismo paulista, encontra-se em 55 mil estabelecimentos, e se analisarmos por especialidade, alguns nos chamam a atenção como o de Pizzarias (4500), churrascarias (550 unidades) e de cozinha japonesa (250 unidades).

Em vista das situações supracitadas, o presente estudo analisa a possibilidade de criação de cardápios sazonais como estratégia de portfólio para variabilidade e aumento de qualidade destes estabelecimentos, gerando assim distinção e posicionamento estratégico.

A metodologia utilizada para tanto recorre à compilação de dados sobre o segmento de alimentos e bebidas no Brasil, de fontes secundárias, e sua análise quantitativa, inicialmente, para se construir o cenário de crescimento deste segmento no Brasil. Em segundo momento, utilizam-se autores da área de gastronomia e nutrição para defesa dos conceitos de sazonalidade e estruturação de cardápios como estratégia de posicionamento competitivo, de redução de custos e variabilidade de oferta devido ao aumento no portfólio de produtos, tendo -se a realização de entrevistas

via e-mail entre setembro e novembro de 2014, com alguns estabelecimentos hoteleiros de porte médio detentores de serviços de alimentação que praticam a sazonalidade como ferramenta estratégica, sendo esta a grande contribuição deste trabalho para o desenvolvimento do segmento de alimentos e bebidas frente aos novos hábitos do consumidor, bem como ante as demais empresas concorrentes.

## **2. O Planejamento Estratégico Atual no Desenvolvimento de Portfólio de Produtos e Serviços**

A estratégia, como conceito, tem origem na antiga Grécia etimologicamente como "Strategos", cujo significado é "A arte do General", sendo transposta na era moderna como uma meta dentro da área de administração para a sobrevivência das empresas, visto também como uma "fórmula mágica" para as empresas por meio de modelo pré-concebidos. Sendo assim:

O desenvolvimento de uma estratégia competitiva é, em essência, o desenvolvimento de uma fórmula ampla para o modo como uma empresa irá competir, quais deveriam ser as suas metas e quais as políticas necessárias para se levar a cabo estas metas. (PORTER, 1986, p. 15).

Não obstante, devido à alguns erros conceituais de determinados "gurus da Administração", principalmente pela não previsão de fenômenos socioeconômicos, bem como de competitividade global (DRUKER, 1986), o pensamento ou administração estratégica entrou em descrédito, sendo retomado novamente como um processo maior, evoluindo para o contexto atual como um conjunto de ações e práticas ao longo prazo (MINTZBERG et al, 2004) que permitem a sustentabilidade do empreendimento. Segundo Kotler:

...planejamento estratégico é definido como o processo gerencial de desenvolver e manter uma adequação razoável entre os objetivos e recursos da empresa e as mudanças e oportunidades de mercado. (KOTLER, 2006, p.63)

Neste sentido, o objetivo do planejamento estratégico é orientar e reorientar os negócios e produtos da empresa de modo que gere lucro e crescimento satisfatório, configurando-se no planejamento estratégico uma das principais ferramentas administrativas para mapear cenários futuros, assim como gerenciar informações vitais para a efetividade da organização num contexto competitivo. Planejar é uma forma de minimizar as contingências acerca da empresa, atuando de maneira proativa frente ao ambiente competitivo no qual ela está inserida.

Por este motivo, diante da aceleração das mudanças econômico-sociais dos mercados (decorrentes em grande parte da globalização e da intensificação das mudanças tecnológicas), temos uma parcela crescente de organizações lucrativas incorporando o planejamento estratégico nos seus processos de gestão.

A referida pluralização de perfis de consumo incide nas empresas a necessidade de desenvolvimento de novos produtos como estratégia competitiva, que incluem valores agregados para a sua distribuição no mercado com maior rapidez, qualidade e custos.

Entende-se assim que a gestão de *portfolio* consiste no gerenciamento do conjunto de projetos/produtos associados aos objetivos estratégicos da organização de

forma compatível com os recursos disponíveis ou metas globais para a sua realização. Uma empresa tem geralmente diversas possibilidades de desenvolvimento de novos produtos, direcionados para vários mercados, tendo que decidir quais destes serão desenvolvidos em determinado período, bem como se há a necessidade de novos produtos ou a realocação dos mesmos para novos segmentos, ou até a necessidade de serviços ampliados que beneficiem o consumo dos produtos já existentes. Inclui-se na gestão de portfólio também a questão de fidelização e retenção de clientes, como estratégia de sustentabilidade das corporações. Estes temas serão explorados a seguir.

## **2.1 Austeridade econômica brasileira e o novo perfil do consumidor**

A estabilidade econômica de um país depende diretamente da sua geração de recursos, do balanço de importações e exportações com superávit, mas principalmente, de seu mercado interno, pois conforme Ding (2006): "O consumo talvez seja o comportamento econômico mais importante do ser humano". Isto se deve pela representatividade deste ato ser aproximadamente dois terços dos gastos que formam o Produto Interno Bruto (PIB) de uma economia (HALL; PAPELL, 2005). Justamente por estar associado ao comportamento dos consumidores e de suas famílias, e isoladamente, o PIB brasileiro alcançou R\$ 4,8 trilhões em 2013, sendo o consumo das famílias R\$ 3,2 trilhões, o que representa aproximadamente 66% do PIB total (IBGE, 2014<sup>1</sup>).

Este crescimento teve início com a implantação do Plano Real, tendo-se no Brasil uma transformação sem precedentes no perfil de seus consumidores. O crescimento do poder aquisitivo e da empregabilidade aliado ao aumento real do salário mínimo elevaram o poder de compra da população. Outro fator que também ampliou as possibilidades de consumo das famílias brasileiras foi a disponibilidade de crédito. A dilatação dos prazos de pagamento propiciou um aumento significativo do mercado de bens duráveis e não duráveis levando a uma expansão do horizonte do poder aquisitivo do consumidor.

Contudo, o ano de 2013 se encerrou com menor dinamismo no consumo das famílias, percebido pelas variações negativas do comércio varejista. A Inflação associada a elevação dos juros em 11%, desaceleraram o consumo em todos os setores da economia brasileira. (IBGE, 2014<sup>2</sup>).

Em contrapartida, mesmo com esta retração, segundo estudo da Ernst Young, que analisou o contexto econômico do país nos últimos anos e realizou uma projeção para os próximos 20 anos, o mercado de consumo brasileiro irá duplicar nesse período, sendo que esse crescimento levará às mudanças profundas no perfil da sociedade brasileira e à uma maturação desses consumidores, com consequente sofisticação da demanda dos consumidores por produtos e serviços (ERNST&YOUNG, 2009).

Além do aumento da renda, outros fatores demográficos também vêm impactando nas escolhas de consumo da população em geral, por exemplo, a diminuição do tamanho das famílias, o crescimento da presença feminina como chefe dos domicílios, e o aumento da população de idosos com consequente estreitamento da base da pirâmide etária, entre outros. Tais tendências podem repercutir significativamente nos comportamentos e nos padrões de consumo dos indivíduos (DINIZ 2007; IBGE, 2013).

Portanto, o consumidor brasileiro apresenta sinais de amadurecimento, tendendo a aproximar-se dos mercados de países com economias mais prosperas. Algumas

transformações provenientes desse processo podem ser citadas, tais como: aumento do consumo de alimentos e bebidas fora do domicílio, código de defesa do consumidor, preocupação com a segurança nos alimentos, aumento do mix de produtos para atender os segmentos, aumento da renda e estrutura etária da população, entre outras.

## **2.2 Branding e fidelização de clientes**

No item anterior percebe-se uma evolução do mercado consumidor e a consolidação das normas para atrair e conquistar esta população. Tal estabilidade contribuiu para a construção da fidelização dos nichos por parte das empresas, sendo que o contato com o consumidor ocorre pela marca.

Neste contexto, a marca é mais do que um nome sendo formada à partir de associações feitas a essa identidade. (CALKINS, 2006, p.1) ratifica que "uma marca é um conjunto de associações vinculadas a um nome, sinal ou símbolo, relacionado a um produto ou serviço". Ou seja, marca é a soma de atributos tangíveis e intangíveis, representada por um logotipo que, se gerenciada de maneira correta, cria influência e gera valor (MARTINS, 2006). As marcas, como estratégia do composto de marketing, são importantes fatores de diferenciação, porquanto identificam o fabricante e permitem aos consumidores atribuir valores a ele.

Conforme Bedburry (2006), as marcas são conceitos vivos na mente, obtidos ao partir de experiências boas ou ruins no decorrer da vida. Elas são constituídas por uma parte lógica e outra irracional. Os benefícios que a marca proporciona nem sempre são de caráter funcional, elas servem, muitas vezes, como dispositivos simbólicos carregados de valores e ideias que causam no consumidor uma satisfação psicológica e proporcionam a autoafirmação de sua imagem.

Por este motivo, o planejamento e gestão de uma marca torna-se um fator importante na questão de fidelização de um consumidor, pois o *branding* está diretamente ligado tanto a esta questão econômica quanto para um propósito além, fazendo com que essas adentrem na vida dos consumidores e passem a fazer parte da sua cultura (MARTINS, 2006).

Sendo assim, a gestão da marca torna-se relevante para obter vantagem competitiva frente à concorrência, tornando-se um patrimônio, gerando um conceito específico denominado *Brand Equity* (*Brand* significa marca e *equity*, patrimônio), que é o valor patrimonial que uma marca representa para a empresa proprietária (KELLER, 2006, p. 30), entendido também, como o valor ao qual o consumidor se dispõe a pagar a mais devido à síntese da experiência positiva de valor que a marca lhe assegura, com base no passado da mesma e na perspectiva do futuro.

Não obstante, além do valor patrimonial de uma marca, ocorre ainda a necessidade de manter e reter estes consumidores. Segundo Kotler (2006), conquistar novos clientes custa entre 5 a 7 vezes mais do que manter os já existentes. O esforço na retenção de clientes é, um investimento que viabiliza aumento nas vendas e redução das despesas. Clientes fiéis são propensos a comprar por mais de um canal (telefone, loja, internet, etc.) e tendem a consumir mais. E quando fidelizado, maior a vida útil da carteira de clientes da empresa, tendo-se menor custo de recuperação de clientes e maior valor financeiro agregado à marca. A fidelização do cliente, ainda segundo o autor, tem como base a sua satisfação tanto direta, pelo consumo em si, quanto indireta, representada pelo valor agregado inculcado no produto/serviço.

Resumindo o conceito de *Brand Equity*, temos as seguintes vantagens competitivas:

- Permanece fiel por mais tempo;
- Compra mais à medida que a empresa lança novos produtos ou aperfeiçoa produtos existentes;
- Fala favoravelmente da empresa e de seus produtos;
- Dá menos atenção à marca e propaganda concorrente, e é menos sensível a preço;
- Oferece ideias sobre produtos ou serviços à empresa;
- Custa menos para ser atendido do que novos clientes, uma vez que as transações são rotineiras.

<b>Clientes Fiéis</b>	<b>Clientes não Fiéis</b>
Comparam de múltiplos canais	Utilizam poucos ou um único canal
Consomem mais	Comparam eventualmente
Reclamam para resolver o problema	Deixam de comprar
Recomendam para 5 pessoas	Influenciam negativamente 13 pessoas
Mais baratos de se manter	Mais caros de se recuperar
Aumentam as vendas e reduzem as despesas	Diminuem as vendas e aumentam as despesas

Fonte: KOTLER, 2006

Referente a gestão de uma marca, esta ação torna-se fundamental para a sobrevivência em mercados competitivos, entretanto, o produto/serviço ou marca em si devem possuir valores e benefícios ampliados para gerar o processo real de fidelização, tema este do próximo item.

### **2.3 O Conceito de valor agregado como estratégia competitiva**

As empresas devem se diferenciar da concorrência para manter relativa competitividade, valorizando os seus atributos fortes para se situarem como principal opção na mente do consumidor. Esta imagem deve ser ativa, o que pressupõe a necessidade de agregar valor ao cliente alvo.

Neste sentido, a vantagem competitiva surge fundamentalmente do valor que uma empresa consegue criar para seus compradores além do custo de fabricação em si (PORTER, 1986, p.3). A implantação de uma estratégia de criação de valor deve ser única, não podendo ser semelhante ou próxima a qualquer outro competidor corrente ou potencial (BARNEY, 1991, p.102,). Para Porter (1986, p.3), o conceito de valor é "aquilo que os compradores estão dispostos a pagar pelo que a empresa lhe oferece, ou seja, cada indivíduo estabelece o valor do produto ou serviço adquirido em função do benefício agregado por este produto ou serviço". Em síntese, a criação de valor ocorre quando os fornecedores oferecem, por seus produtos e serviços, atributos para gerar fidelidade e satisfação dos clientes (KAPLAN, NORTON, 1997, p.79).

Segundo Porter(1986), a Vantagem Competitiva advém do valor que a empresa gera para seus clientes em oposição ao custo que tem para criá-la, portanto a formulação de uma estratégia competitiva é essencial para a empresa, pois esta dificilmente poderá criar condições, ao mesmo tempo, para responder a todas as necessidades de todos os segmentos de mercado atendido, proporcionando à empresa uma posição única e valiosa.

Não obstante, a vantagem competitiva deve ser posicionada no planejamento da empresa antes do desempenho esperado, para que possa trazer diferentes resultados dependendo da estratégia de apropriação de valor adotada. Isto caracteriza a vantagem competitiva como uma condição insuficiente para o desempenho financeiro, porém, notadamente, para o lucro superior (POWELL, 2001).

Portanto, em virtude das alterações de perfil dos consumidores no mercado global e local, as empresas devem gerar novos valores agregados a seus produtos/serviços para terem a fidelização e satisfação de seus clientes diante dos novos aspectos de competitividade dos mercados consumidores. No segmento de alimentação profissional, cujo crescimento no Brasil tem se apresentado constante nos últimos cinco anos, ocorre a necessidade de se assimilar tal conceito para que os serviços tenham real diferenciação gerando para as empresas de alimentação tal vantagem competitiva, tema este do próximo item.

### **3. O segmento de serviço de alimentação e as estratégias de diferenciação e posicionamento de mercado**

O cenário econômico brasileiro atual aliado à alta competitividade dos mercados mundiais e locais suscita uma necessidade intrínseca aos gestores, principalmente, no segmento de serviços, de gerar uma oferta com parâmetros de qualidade altos diretamente ligados ao binômio de produto/serviço, caso este dos restaurantes. Sendo assim, o planejamento de portfólio de produtos/serviços de um estabelecimento de Alimentos e Bebidas perpassa por aspectos de qualidade, tendo-se como bases os atributos que o consumidor deseja em um produto ou serviço, ou seja, parâmetros como exclusividade na oferta de produtos com sabores diferenciados, criação de menus criativos; oferta de novas experiências e sensações ao consumidor, bom atendimento, localização, entre outros quesitos para a satisfação e fidelização de clientes cada vez mais exigentes (LOCKWOOD, MEDLIK, 2003).

Neste sentido, é necessário que as empresas identifiquem seu público alvo, localizando e definindo o perfil dos clientes para criar estratégias claras a este mercado bem como para fixar a sua marca. (KOTLER 2006, p.321). O posicionamento de uma empresa, assim compreendido, pode ser definido como a criação de uma proposta que agregue valor para que o mercado-alvo efetivamente consuma, criando vantagem competitiva por meio de preços atraentes ou pela diferenciação de produto (PORTER, 2009). Segundo Hooley e Saunders (2001), a diferenciação está na qualidade percebida pelo cliente em relação ao produto ou serviço oferecido. Este tipo de visão proporciona maiores impactos nos retornos sobre os investimentos, a médio e longo prazo. Outro aspecto importante e decisivo é o preço, que tradicionalmente, tem funcionado como o principal determinante na escolha dos compradores. Este ainda é o caso de nações menos favorecidas, principalmente em grupos de consumo com menos condições e para produtos genéricos. Embora outros fatores tenham se tornado importantes nas últimas décadas, o preço ainda permanece como um dos elementos fundamentais na determinação da participação de mercado e da lucratividade das empresas (KOTLER, 2006 p.476).

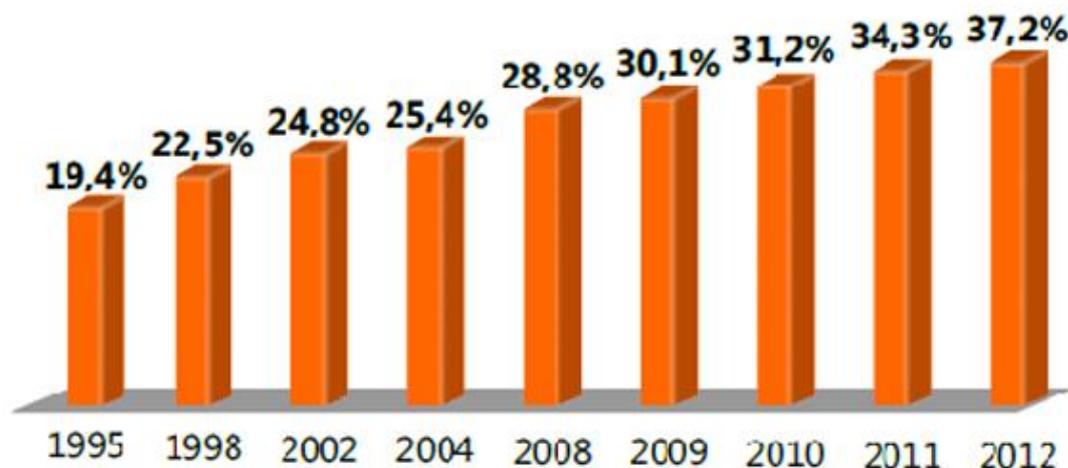
Nesta apreciação, o consumidor se torna seletivo na escolha dos estabelecimentos de alimentação que irá eleger em função de valores como localização, preferência de sabores, entre outros. Amplia-se desta forma a gama de oferta de estabelecimentos de alimentos e bebidas, conforme o próximo tópico.

### 3.1 Evolução do Segmento de Alimentos e Bebidas

O conceito de Restaurante, do latim *restaurare* (restaurar), origina-se com Boulanger no início do renascimento nas estalagens que agregavam o serviço de alimentos e bebidas (CASTELLI, 2001), onde além da hospedagem eram servidos caldos restauradores como o consomê e o extrato de perdiz, além de Vinhos, Conhaques e Licores que eram bons restaurantes para os viajantes que se encontravam sem energias. Desta forma caracterizou-se como um estabelecimento que oferece refeições mediante pagamento em suas diversas variações de segmento. Seguindo esta inovação e impulsionado pelo turismo de luxo que iniciava devido aos transportes rápidos, César Ritz inaugurou em 1898 o hotel Place Vendôme, revolucionando o conceito de hotelaria com a introdução de novos hábitos, dando destaque a gastronomia. O restaurante se torna um diferencial no estabelecimento, cujo lema de seu criador era: "A arte da cozinha, é talvez, uma das formas mais úteis da diplomacia" (WALKER, 2002). Em decorrência do crescimento das cidades industriais, ocorre o desenvolvimento de novas formas de comunicação e transporte entre as cidades, sendo o automóvel um dos grandes responsáveis pelo incentivo dos deslocamentos na Europa, tanto dentro das cidades quanto entre localidades, gerando também o crescimento no número de restaurantes, bem como da procura pela clientela, tanto que em 1920, os restaurantes tornam-se menos sofisticados tendo-se a estrutura muito semelhante aos atuais. Após a Segunda Guerra Mundial, os estabelecimentos de alimentos e bebidas não se configuram mais como única e exclusivamente para oferta de luxo, tornando-se empresas que visam suprir a necessidade daqueles que moram distante ou que necessitem de alimentação próximo aos locais de trabalho ou até mesmo de conveniência (FRANCO, 2001).

O setor de alimentação fora do lar, ou fora do domicílio, no Brasil, registra atualmente cerca de um milhão de empresas entre bares, restaurantes, padarias e lanchonetes. Neste contexto, a cidade de São Paulo oferece dezesseis mil restaurantes que atende aos diversos paladares do viajante, enquanto o Brasil possui 224 mil estabelecimentos, sendo responsável por 2,4% do PIB (Produto Interno Bruto) brasileiro. Em 2011, o faturamento total foi de aproximadamente R\$ 235 bilhões, com crescimento de 16% em relação ao ano anterior. O brasileiro destina em média 26% do orçamento com alimentação fora do lar, sendo esta uma das poucas atividades econômicas presentes em todos os municípios e vilarejos do País, segundo (ALBUQUERQUE, 2008). Dentro de 20 anos, este percentual deve superar os 40% conforme estimativas da mesma entidade. Nos Estados Unidos, o número chega a 47% e, na Europa, mais de 45%. (ABRASEL, 2010). A alimentação fora do lar pode se dar em estabelecimentos do tipo: *a la carte*, autosserviço e alimentação rápida, sendo: *a la carte* aquele que possui cardápio pré-definido de alimentos que são produzidos conforme pedido do cliente; autosserviço, por sua vez, é o estabelecimento no qual o cliente escolhe e serve-se conforme sua vontade; e, por último, alimentação rápida, que caracteriza-se por cardápios prontos ou de fácil preparação para atender rapidamente a necessidade do cliente.

Evolução da alimentação fora do lar nos gastos totais com alimentos



Fonte: IBGE/2013

Na última década, os serviços de alimentação cresceram em média 15% ao ano no Brasil, e o varejo de produtos alimentícios, 12%, conforme dados do IBGE (2013). Esta tendência de consumo incide no aprimoramento do setor para atendimento das necessidades e desejos de seus clientes, tendo-se também, como consequência direta, uma regulação e supervisão mais organizadas pelo Estado, tema este do próximo subitem.

### **3.2 Legislação da área de alimentos e bebidas: estratégias na prestação de serviços**

O conceito de segurança alimentar teve origem no início do século XX, a partir da II Grande Guerra quando metade da Europa estava arrasada e sem condições de produzir alimentos. Verificou-se que a fome e a desnutrição eram procedentes não só da produção, como também da ausência do acesso ao alimento seguro e, com isso, houve ampliação do conceito de segurança alimentar para o ingresso do alimento em quantidade e qualidade suficiente sem comprometimento das outras necessidades básicas do ser humano (MENDONÇA, 2014). Desta forma nasceram diversas legislações e normas no sentido de contribuir na gestão das empresas do setor alimentício como as Boas Práticas na Fabricação de Alimentos (BPF's), e manipulação de alimentos(BPM), os Procedimentos Operacionais Padronizados (POP's) e Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC) com finalidade de evitar as Doenças Transmitidas por Alimentos (DTA's).

Segundo Tondo e Bartz (2011), a saúde humana pode ser afetada pela ingestão de perigos físicos, químicos e biológicos veiculados através dos alimentos, e a consciência deste fator, em nível nacional e internacional, tem levado a amplos progressos no círculo de segurança alimentar. Ainda, de acordo com os autores, garantindo que em diversos países, um avanço considerável tem sido adquirido, demonstrando que é possível diminuir e prevenir diversas enfermidades Transmitidas por alimentos (DTA). Mesmo assim um valor elevado de DTA ocorre todos os anos, demonstrando que os controles na produção de alimentos ainda podem e devem ser aprimorados.

A saúde da população está relacionada com diversos fatores, dentre os quais a alimentação que possui papel importante, pois tanto pode contribuir para fortalecer a saúde, como também pode causar e até transmitir doenças. Desse modo, preparar alimentos pode ser uma atividade de promoção de saúde ou, se mal operado, de doença para os usuários que consomem estes alimentos. O cumprimento de todos os regulamentos da legislação nos serviços de alimentação são fatores muito importante pois o desconforto gastrointestinal pode comprometer a saúde do consumidor. Com intuito de assegurar as condições higiênico sanitárias adequadas à manipulação de alimentos em serviços de alimentação, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) publicou, em 15 de setembro de 2004, a resolução RDC no 216, contendo o Regulamento Técnico nacional estabelece os procedimentos a serem adotados para garantir a qualidade e a segurança dos alimentos manipulados. A ANVISA define as Boas Práticas como normas de procedimentos para atingir um determinado padrão de identidade e qualidade de produtos e de um serviço na área de alimentação, cuja eficiência deve ser avaliada da inspeção ou investigação. Incluem-se as bebidas, embalagens, utensílios e matérias em com contato com alimentos (BRASIL, 1997).

No Brasil, existem alimentos com padrões de excelência comparáveis aos produzidos nos países de primeiro mundo, mas existem situações que comprometem a qualidade e oferecem riscos à saúde humana (BRANDIMARTI, 1999).

Desta forma, a qualidade atualmente é uma vantagem competitiva que diferencia as empresas dentro da concorrência, pois os consumidores estão cada vez mais exigentes em relação à sua expectativa no momento de adquirir um determinado produto e são conhecedores dos seus direitos. Garantindo assim a fidelização dos clientes e conseqüentemente, maior rentabilidade financeira para o empreendimento. Logo, as empresas que não estiverem preocupadas com esta busca pela qualidade poderão ficar à margem do mercado consumidor (FIGUEIREDO; COSTA NETO, 2001). Em relação aos restaurantes, a qualidade está associada aos aspectos intrínsecos do alimento (qualidade nutricional e sensorial), à segurança (qualidades higiênico-sanitárias), ao atendimento (relação cliente-fornecedor), e ao preço (AKUTSU, 2005). No entanto, a alta rotatividade e a dificuldade na obtenção da qualidade podem ser provenientes da produção de refeições com baixo custo e presença de mão de obra não qualificada formalmente para o setor (AGUIAR; KRAEMER, 2010).

Neste contexto, o zelo e a atenção ao cumprimento das normas da legislação sanitária nacional nos serviços de alimentação são fatores extremamente vitais, sendo que quaisquer situações de risco podem comprometer a saúde do consumidor bem como a imagem do estabelecimento. Por este motivo, torna-se importante a consolidação das normatizações no preparo nos menus dos restaurantes, com o planejamento para a composição e combinação das ofertas em função das estações climáticas do ano no intuito de favorecer os atributos gastronômicos e salutar, além de preços competitivos que podem gerar maior estímulo para o consumo, sendo uma ferramenta importante para os restaurantes, que será descrita a seguir.

### **3.3 Cardápios sazonais como estratégia de portfólio de produtos**

A refeição tem sido uma ocasião ímpar para a prática da sociabilidade pelo ser humano e, desta forma, a alimentação está ligada aos setores de produção,

abastecimento e consumo, tendo ainda vínculo com a nutrição. Com origem no 'caldo restaurador', a palavra restauração deu origem ao restaurante. Hoje, o setor da restauração engloba não apenas os restaurantes, mas todos os estabelecimentos comerciais destinados a alimentar as pessoas (FREIXA; CHAVES, 2008).

O cardápio de um estabelecimento mostra a imagem que se quer transmitir a seus clientes, a partir do material utilizado na sua confecção e nas especificações dos alimentos, sendo a forma de comunicação mais importante dentro do serviço de alimentos e bebidas. Segundo Oliveira e Cé (2012, p. 86): "O cardápio é o primeiro passo a ser realizado numa unidade de produção de refeições". Para o planejamento de um cardápio deve-se considerar os fatores como: região e seus costumes gastronômicos, o clima, o público esperado para o tipo de estabelecimento, um ambiente favorável ao público esperado, o tipo de serviço com que se irá trabalhar, entre outros aspectos. Segundo Mendonça (2014), outro aspecto diz respeito ao equilíbrio na escolha de cores, as formas, os sabores, as texturas dos ingredientes e temperos que irão compor os pratos a serem oferecidos, assim como o tipo de preparo, as temperaturas, o conhecimento das preparações e a viabilidade das composições. O encontro desses elementos tem grande importância e faz diferença entre um cardápio bem elaborado e outros que não são bem estruturados, o que pode interferir no nível de vendas e aceitação dos serviços de alimentação sendo instrumentos de informação e publicidade de um restaurante.

O *Menu analysis* (FONSECA, 2000) é um conjunto de técnicas e procedimentos que justificam decisões mais efetivas com respeito a marketing e operacionalização do menu. Com o objetivo de aumentar a lucratividade do estabelecimento. Esta técnica é destinada a construção deliberada e estratégia de cardápio, sendo uma metodologia para classificar um item do menu por sua margem de contribuição e popularidade. Estas ferramentas facilitam a substituição de item da composição do prato de acordo com a sazonalidade da matéria prima, gerando assim maior atratividade e equilíbrio para a produção.

Outra técnica de mercado são os cardápios temáticos que geralmente fazem parte de roteiros gastronômicos que se caracterizam por recuperar e criar o cenário local oferecendo ao público a possibilidade de consumo alimentar especializado. Não só a comida, mas também o espaço e os garçons utilizam as características regionais. Os Menus étnicos, por sua vez, resultam de grandes migrações do século XIX e XX, podendo-se citar no Brasil os Italianos, portugueses, japoneses, árabes; entre outros povos, que disponibilizam comidas típicas de suas origens em restaurantes considerados "tradicionais". Nestes estabelecimentos, se respeitada a cultura de origem, que geralmente trabalha as estações do ano de forma definida, temos a aplicação de cardápios sazonais que contribuem para o enriquecimento e valorização da cultura de origem e do local onde está implantado o estabelecimento. Obtêm-se assim, as particularidades de ter alimentos da estação frescos e saudáveis, tendo como saldo, preços reduzidos, além da variabilidade do portfólio. Outra modalidade que contribuiu para a diversificação da alimentação fora do lar foi o autosserviço, que tem como benefícios diretos a agilidade na entrega do alimento, bem como a diminuição no custo de operação, gerando preços menores ao consumidor com uma qualidade e variabilidade maior de cardápio.

Outro fato preponderante é a valorização da cultura local por parte dos chefs de cozinha, que contribuem para expor diferentes menus e suas características com misturas de ingredientes regionais com as técnicas tradicionais de cozinha dos

grandes centros gastronômicos, tornado os pratos ímpares na apresentação e no paladar, além de gerar a otimização de matérias primas, muitas vezes com oferta farta na localidade, porém, desvalorizados ou subutilizados na produção de pratos. A estratégia em si de sazonalidade na composição de cardápios se aproveita da oferta em grande escala aliada a qualidade máxima dos alimentos que são colhidos em seu ponto alto de sabor e nutrientes, obtendo o frescor e o colorido mais intenso. O ganho de sabor acompanha o baixo custo devido a sua grande disponibilidade, tornando os produtos sazonais indispensáveis na cozinha de muitos restaurantes. Desta forma, os estabelecimentos conquistam mais uma estratégia para atrair clientes apreciadores de inovação na gastronomia, sendo que em algumas regiões do Brasil a sazonalidade de alimentos faz parte da cultura alimentar dos consumidores que alternam entre os alimentos mais frescos e leves no verão e no inverno, mais calóricos e de longo armazenamento.

Exemplificando a situação acima os produtos sazonais possuem alta variação de valores entre a safra e a entressafra, podemos citar como exemplo o pimentão verde que no período de produção tem queda do valor de 33,9% comparando com fora da estação, (CEASA, 2013), com adoção desta prática a redução de custos de mercadorias vendidas (CMV), pode atingir 20% na média dependendo da composição do cardápio.

Conforme Silva e Martinez (2014), a adoção de cardápios sazonais permite a redução de custos com a operação e a estocagem de alimentos devido aos insumos serem encontrados com maior facilidade e oferta, o que faz com que os preços destas matérias primas também sejam reduzidos além de se fornecer produtos com maior frescor aos clientes.

Esta estratégia ainda é pouco usual, mas em entrevista via e-mail realizada junto a alguns hotéis da capital paulista, principalmente em estabelecimentos de categoria média, constatou-se algumas práticas interessantes sendo descritas a seguir: A Rede Estanzuela de Hotéis, em suas cozinhas comandadas pelo chef Valdomiro Santos, altera os principais pratos do seu portfólio duas vezes ao ano, onde na estação quente entram combinações mais leves, saudáveis, coloridas e com sabores suaves, aproveitando-se de verduras, legumes e frutas de grande oferta e disponibilidade, e no inverno são introduzidos produtos para paladares mais intensos e energéticos, onde temos principalmente ingredientes de menor **perecibilidade**, porém, com maior ganho calórico, mas que encontram-se em grande oferta no mercado tais como suínos, aves nobres, etc. Neste sentido, a rede Novotel do grupo Accor, liderada pelo Chef Roland Villard, no período de inverno oferta os festivais de caldos e cremes, bem como massas e carnes assadas aproveitando-se desta disponibilidade, bem como no período de verão, proporciona os buffets de frutas e saladas da estação em grande abundância, sem esquecer da primazia de sua confeitaria que no inverno trabalha basicamente com cremes e folhados, e no verão alterna para sucos e frutas como base para produção de sobremesas refrescantes e leves.

Como última referência da importância de sazonalidade nos cardápios de restaurantes de hotéis, temos alguns resorts de litoral que trabalham na alta estação com peixes e frutos do mar compondo seus cardápios base de buffet, sendo uma estratégia que opera tanto a disponibilidade de oferta do local, mas também como uma forma de se distinguir dos resorts e hotéis fazenda localizados em áreas rurais. Não obstante, ofertam carnes de origem bovina, mesmo com relativo custo no serviço à la carte para atender as necessidades específicas de alguns hóspedes, não impactando diretamente o CMV do empreendimento, sendo

um bom representante desta situação a cozinha do Villa Galè Eco Resort de Angra dos Reis dirigida pelo Chef Leonardo Santos.

Neste contexto, a gama de produtos ofertados, respeitando as características do estabelecimento, localidade e público alvo, contribuem para atrair a clientela ao empreendimento, sendo um instrumento de comunicação com o consumidor que faz a seleção baseado nos seus hábitos alimentares e busca por inovação. Neste sentido o portfólio de produtos deve satisfazer os desejos emocionais, despertando o seu interesse (BARRETO, 2005). A sazonalidade, seguindo este conceito, influencia os desejos de consumo pela inovação temática na composição dos elementos gastronômicos que valoriza os ingredientes, fazendo com que seu sabor e frescor sejam notados pelo consumidor, além destes elementos tem-se preços competitivos na aquisição e oferta aos consumidores, conforme Puckeridge (1999). Segundo Kotler (1995, P.226): ``Se um novo produto satisfaz o mercado, passará para o estágio de crescimento, no qual as vendas passam a aumentar rapidamente``

De acordo com Fonseca (2000), a grande demanda por refeições fora do ambiente doméstico e o crescente aumento de estabelecimentos de alimentos e bebidas geram uma maior especialização do setor. Tendo-se a necessidade de atender esta diversidade de clientes, onde os restaurantes buscam por uma identidade. Sendo assim, tais empreendimentos se dedicam às especialidades, atendendo uma clientela cada vez mais exigente, tendo-se a necessidade de constituir um conceito, um ambiente e um tipo de comida direcionada ao público-alvo, sem se esquecer de ofertar uma ampla variabilidade, flexibilidade e dinamismo para acompanhar os desejos deste grupo de consumidores, o que nos remete novamente aos cardápios sazonais como estratégia básica para sobrevivência e competitividade destes estabelecimentos.

Aliado a este princípio, temos o crescimento do segmento de restaurantes como uma das instituições mais difundidas no mundo, que passa por evoluções constantes na normatização de qualidade, inspeções e na conservação de alimentos com o intuito de garantir a entrega de produtos mais confiáveis e seguros. O fenômeno econômico e social da globalização gera um desenvolvimento acelerado da sociedade e sua modernização, implicando na aquisição de novos hábitos alimentares, principalmente fora do lar, propiciando novos princípios de segurança alimentar, bem como novas necessidades e desejos por parte do consumidor, que conhecedor de seus direitos e de novas culturas, necessita que os estabelecimentos de alimentos e bebidas tenham este mesmo dinamismo, tanto em oferta de qualidade quanto de variabilidade. Tal situação se traduz em menus que atendam esta demanda, porém, sem serem exorbitantes ou fora de padrão aquisitivo para a sua clientela, gerando a necessidade de adoção de um planejamento que otimize recursos, tanto humanos quanto materiais, e que permita uma oferta maior de variabilidade, sendo a resposta correta a utilização do princípio básico da sazonalidade na elaboração de cardápios.

#### **4. Considerações finais**

A valorização da gastronomia como riqueza cultural gera o desenvolvimento no número de restaurantes dentro do mercado. No entanto, faz-se necessário que para acompanhar esse crescimento seja preciso aprimorar os profissionais do setor para que possam assim atender as expectativas de seus clientes. Desenvolvendo serviços inovadores para manter-se competitivos e geradores de lucros.

A visão estratégica da década de 80 liderada principalmente por autores como Porter (1986), Drucker (1986) e Wright et al. (2000) se adequam aos mercados competitivos e globais se forem considerados o conhecimento e os novos hábitos de consumo das pessoas que se tornam as principais linhas de orientação para a geração de estratégias e meios para a sobrevivência das empresas. Não que o modelo anterior esteja totalmente errado, mas sim, porque ocorre um dinamismo maior do mercado que exige atualmente dos segmentos e empresas maior flexibilidade e agilidade em atender as novas demandas, sendo necessário que as estratégias empresariais sejam planejadas em princípios e diretrizes a serem seguidas como indicam Mintzberg et al. (2004), Prahalad (1995), entre outros que nos remetem a necessidade de um comprometimento maior das empresas com as estratégias de marketing desenvolvidas, principalmente na progressão do portfólio de produtos e serviços que se tornam peças fundamentais também para a sobrevivência e até distinção das instituições no mercado.

Os novos hábitos de consumo do público brasileiro, principalmente em estratos sociais de menor poder aquisitivo e que agora se tornam um segmento potencial em Alimentos e Bebidas, geram a necessidade de estratégias diferenciadas em serviços e custos aliada a variabilidade do cardápio como fonte de posicionamento estratégico no mercado.

Contudo, a simples formulação de cardápios utilizando a sazonalidade como meio inicial de fomentar um processo de variabilidade e amplitude de portfólio de produto com vantagem direta de custo benefício por meio de oferta de preço competitivo e melhor qualidade, valorizando com isto a cultura local, ainda é uma estratégia que poucos estabelecimentos se atentam, tendo-se em muitos restaurantes temáticos a composição dos pratos somente por opção de seus gestores, e não com uma visão de mercado para esta oportunidade.

A fidelização de clientes depende estrategicamente que os estabelecimentos adotem as normas vigentes em vistas a cumprir a nova prerrogativa dos consumidores cada vez mais esclarecidos, mas, principalmente, que ofereçam, por mais simples que seja a categoria do empreendimento, valores adicionais aos seus produtos e serviços como estratégia de se distinguir no mercado e conquistar o cliente.

Portanto, o planejamento de portfólio de produtos no segmento de serviço de alimentação depende principalmente de valores como qualidade e integridade da matéria-prima, normas vigentes, preço e serviço adequado ao seu segmento, e, finalmente, o planejamento consciente de valor agregado a sua linha de produtos para que a empresa tenha seu posicionamento estratégico definido bem como a retenção de clientes.

## 5. Referências

ABRASEL (Brasil) (Ed.). **Dados do mercado**. 2010. Disponível em: <<http://rs.abrasel.com.br/oldnews/index.php/noticias/item/191>>. Acesso em: 22 out. 2014.

AGUIAR, O., KRAEMER, F. Educação formal, informal e não-formal na qualificação profissional dos trabalhadores de alimentação coletiva. **Sociedade Brasileira Alimentação Nutricional**, São Paulo, v. 3, n. 35,

p.87-96, dez. 2010 Disponível em: <<http://www.revistanutrire.org.br/files/v35n3/v35n3a08.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2014.

AKUTSUI, R. C., BOTELHO, R. A.; CAMARGO, E. B. Adequação das boas práticas de fabricação em serviços de alimentação. **Nutrição**, Campinas, v. 3, n. 18, p.419-427, jun., 2005 Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-52732005000300013](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732005000300013)>. Acesso em: 22 out. 2014.

ALBUQUERQUE, F. **Indústria de alimentos registra aumento de 1,86% no faturamento em junho**. 2008. Disponível em: <<http://memoria.etc.com.br/agenciabrasil/noticia/2008-08-12/industria-de-alimentos-registra-aumento-de-186-no-faturamento-em-junho>>. Acesso em: 12 out. 2014.

Associação Brasileira da Indústria de Alimentos-ABIA apud MARIANA CARNEIRO (São Paulo). **Alimentação fora de casa cresce 15% em dez anos**. 2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/67574-alimentacao-fora-de-casa-cresce-15-em-dez-anos.shtml>>. Acesso em: 22 set. 2014. <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/67574-alimentacao-fora-de-casa-cresce-15-em-dez-anos.shtml>>. Acesso em: 09 set. 2014.

BARNEY, J. Firm Resources and sustained competitive advantage. **Journal Of Management**. Austin, Vol. 17, No 1, p. 99-120. jun. 1991. Disponível em: <<http://jom.sagepub.com/content/17/1/99.short?rss=1&source=mfc>>. Acesso em: 30 out. 2014.

BARRETO, S. M. et al. Análise da estratégia global para alimentação, atividade física e saúde, da Organização Mundial da Saúde. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**. Belo Horizonte, vol .14, n1. p. 41-68, mar, 2005. Disponível em: <[http://scielo.iec.pa.gov.br/scielo.php?pid=S1679-49742005000100005&script=sci\\_arttext](http://scielo.iec.pa.gov.br/scielo.php?pid=S1679-49742005000100005&script=sci_arttext)>. Acesso em: 30 out. 2014.

BEDBURRY, S., FENICHELL, S. **O novo mundo das marcas**. São Paulo: Campus, 2006.

BRANDIMARTI, L. **Comer é questão de vida ou morte**. Controle de qualidade. **Banas**, São Paulo, v. 53, n. 52, p.34-39, jun. 1999.

BRASIL, Ministério da Saúde. Portaria no, 1428, de 26 de novembro de 1993, Brasília: Ministério da Saúde, 1993. Regulamento Técnico para inspeção Sanitária de Alimentos, Disponível < <http://www.anvisa.gov.br>>. Acesso em: 12 out. 2014.

\_\_\_\_\_. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Portaria no, 326, de 30 de julho de 1997, Brasília: Regulamento Técnico sobre as condições higiênico-sanitárias e boas práticas de fabricação para indústrias de alimentos. Disponível < <http://www.anvisa.gov.br>> Acesso em: 12 out. 2014.

BRASIL. IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Ministério do Planejamento. **Nota Técnica - 01/2014: Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. 2014. Disponível em:

<[http://ibge.gov.br/home/disseminacao/destaques/2014\\_24\\_03\\_nota\\_tecnica\\_01\\_2014\\_pnad\\_continua.shtm](http://ibge.gov.br/home/disseminacao/destaques/2014_24_03_nota_tecnica_01_2014_pnad_continua.shtm)>. Acesso em: 18 out. 2014.

\_\_\_\_\_. **PNAD 2013**: Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios – Síntese de indicadores outubro 2013. Brasília: Imprensa Nacional, 2013. Disponível em:

<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhorendimento/pnad/2013>>. Acesso em: 12 out. 2014.

**1** \_\_\_\_\_. **POF 2014**: Pesquisa de Orçamentos Familiares – setembro 2014. Brasília: Imprensa Nacional, Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicoes/pof/2014>> Acesso em: 22 out 2014

**2** \_\_\_\_\_. **Resultados de 2014** – setembro 2014. Brasília: Imprensa Nacional, Disponível em:

<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/pib/pib-vol-val-comentarios.pdf>> Acesso em : 05 out 2014

CASTELLI, G. **Administração hoteleira**. 8 ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

CALKINS, T., TYBOUT, A. M.. **Branding**. São Paulo: Atlas, 2006.

Centrais Estaduais de Abastecimento – CEASA. **TABELA DE PRODUTOS HORTIFRUGRANGEIRO: tabelas sazonais**. São Paulo, out. 2014. Disponível em: <<http://frutificar.com/safras.htm>>. Acesso em: 01 set. 2014.

DIAS, C. M. M. (Org.). **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002.

DING, L. **United States households consumption: a comprehensive analysis**. 2006. 333 f. Tese (Doutorado) - Curso de Philosophy, University Of Maryland, Maryland, 2006. Disponível em:

<<http://gradworks.umi.com/32/45/3245799.html>>. Acesso em: 18 out. 2014.

DINIZ, B. P. C. et al. **As pesquisas de orçamentos familiares no Brasil**: gasto e consumo das famílias brasileiras contemporâneas. 2. ed. Brasília: Ipea, 2007.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor**: políticas e princípios. São Paulo: Pioneira, 1986.

ERNEST & YOUNG (São Paulo). **Brasil sustentável**: crescimento econômico e potencial de consumo 2009. Disponível em: <[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets / Crescimento\\_Economico\\_e\\_Potencial\\_de\\_Consumo/\\$FILE/Potencial\\_de\\_consumo\\_port\\_2011.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Crescimento_Economico_e_Potencial_de_Consumo/$FILE/Potencial_de_consumo_port_2011.pdf)>. Acesso em: 09 set. 2014.

FIGUEIREDO, V. F.; COSTA NETO, P. L. O. Implantação do HACCP na indústria de alimentos. **Gestão e Produção**, São Carlos, v. 8, n. 1, p.100-111, abr.

2001. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gp/v8n1/v8n1a07.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2014.

FRANCO, A. **De caçador a gourmet: uma história da alimentação**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2001.

FREIXA, D., CHAVES, G. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2008.

FONSECA, M. T. **Tecnologias gerencias de restaurante**. 7. ed. São Paulo: Senac, 2000.

GHEMAWAT, P. Competition and business strategy in historical perspective. **Business History Review**, Spring, v. 1, n. 76, p.1-38, jun. 2002.

HALL, R. E.; PAPELL, D. H. **Macroeconomics: economic growth, fluctuations, and policy**. 6<sup>th</sup> ed. USA: W.W. Norton & Company Ltd, ISE, 2005.

HOOLEY, G. J., SAUNDERS, J. A.; PIERCY, N. F. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. São Paulo: Prentice Hall, 2001.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **A Estratégia em ação: balanced scorecard**. Rio Janeiro: Elsevier, 1997.

KELLER, K. L. **Gestão estratégica de marcas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KOTLER, P. **Administração de marketing**. São Paulo: Ed. Prentice Hall, 2006

KOTLER, P., ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. 7. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1995.

LOCWOOD, A., MEDLIK, S., **Turismo e hospitalidade no século XXI**, São Paulo: Manole, 2003.

MARTINS, J. R. **Branding: o manual para você criar, gerenciar e avaliar marcas**. São Paulo: Copyright, 2006.

MENDONÇA, R. T. **Cardápios - técnicas e planejamento**, Rio de Janeiro: Rubio, 2014.

MINTZBERG, H. **Ascensão e queda do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

OLIVEIRA, Carla Beatriz Perez de; CÉ, Nísia. Estudo comparativo entre o processo de planejamento de cardápio de um restaurante de hotel e de um restaurante convencional. **Revista Competência**, Porto Alegre, v. 5, n. 2, p.83-99, dez. 2012. Anual. Disponível em: <<http://seer.senacrs.com.br/index.php/RC/article/view/51/63>>. Acesso em: 22 out. 2014.

PORTER, M. E. **Competição**. Rio de Janeiro. Elsevier, 2009

\_\_\_\_\_ **Estratégia competitiva** – Técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 18ª Edição. São Paulo: Campus, 1986.

\_\_\_\_\_ **Vantagem competitiva**. São Paulo: Atlas, 2005.

PRAHALAD, C.K., HAMEL, G. **Competindo pelo futuro**. Rio de Janeiro:Campus, 1995.

POWELL, T. C. Competitive advantage: logical and philosophical considerations.**Strategic Management Journal**, Chicago, v. 22, n. 9, p.875-888, 31 jul. 2001. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.173/abstract>>. Acesso em: 12 out. 2014.

PUCKERIDGE, J. **Menu control**: Community services health, tourism & hospitality .Sydney: Educational Services Division of TAFE NSW, 1999.

SÃO PAULO. São Paulo Convention & Visitors Bureau. Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo. **Dados da cidade**. 2014. Disponível em: <<http://www.visitesaopaulo.com/dados-da-cidade.asp>>. Acesso em: 22 out. 2014.

SILVA, S. M. C. S., MARTINEZ, S. **Cardápio: Guia prático para a elaboração**. 3ª. Ed. São Paulo: Roca, 2014.

TONDO, E.C.; BARTZ, S. **Microbiologia e sistema de gestão da segurança de alimentos**. Porto Alegre: Sulina, 2011

WALKER, J. R. **Introdução à hospitalidade**. 2 ed. São Paulo: Manole; 2002.

WRIGHT, P. L., KROLL, M. J., PARNELL, J. **Administração estratégica: conceitos**. São Paulo: Atlas, 2000.

**Recebido em 05/01/2015 e Aceito em 26/03/2015.**

# **Arranjos produtivos locais (APL's) das agriculturas familiares: estudo para uma nova gestão sustentável no setor gastronômico**

*Clusters of family farms: study for a new sustainable management in gastronomic sector*

Rafael Cunha Ferro

Centro Universitário Senac – Campus Campos do Jordão/Universidade Tuiúti do Paraná  
Departamento de Hospitalidade – Tecnologia em Gastronomia/Departamento de Ciências Agrárias –  
Especialização em Viticultura e Enologia.  
{rafacferro@gmail.com}

**Resumo.** Diante da enorme dificuldade social e econômica que pequenos produtores rurais vivenciam atualmente surge uma nova proposta para reintegração dos seus valores culturais: a utilização de seus produtos pela gastronomia. A nova reflexão sobre a maneira de comprar e consumir alimentos, não se baseando no consumo globalizado, como imposto para a maioria das pessoas dentro das políticas de distribuição de alimentos, trás a tona a necessidade de transformação nos modos de gestão no setor gastronômico. Para que isso aconteça de modo sustentável, ou seja, que traga benefícios para todos os atores macro e microeconômicos envolvidos, é necessário refletir sobre o consumo desses recursos rurais, da cultura ao produto final, para que se alcance uma teoria de gestão adequada sobre a cadeia produtor-consumidor ou produtores-restaurantes. Por este motivo a pesquisa foi desenvolvida a partir da revisão crítica da literatura e teve como objetivo sintetizar, compreender, ilustrar e desenvolver um estudo de gestão sustentável de restaurantes sob uma nova óptica, com base em APLs de produtores familiares rurais, com foco em análises macroeconômicas, comportamento de consumidores e ambientes de comunicação para que sirva como base para futuras pesquisas empíricas.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade; Gastronomia; Agricultura Familiar.

**Abstract.** *Taking into consideration the significant social and economic difficulties that small farmers currently experience, a new proposal emerges for their cultural values to reintegrate into society and that is: to use their products in the Gastronomy Field. The new thinking on how to buy and consume food, not based on global consumption as imposed on most people within the food distribution policies, it brings up the need of transformation in the management methods of the gastronomic sector. In order to make it happen in a sustainable way, which benefits all the involved parts of the macro and microeconomics, it would be necessary to review the consuming of these rural resources, from its culture involved on the beginning of the production to its final product. So that it would achieve an adequate chain of producer-consumer or producers-restaurant management methodology. The research was developed from a critical literature review and aimed to synthesize, understand, illustrate and to develop sustainable management methodology for restaurants based on clusters of rural farmers family, focusing on macroeconomics analysis, consumer behavior and communication environments.*

**Keywords:** Sustainability ; Gastronomy ; Family Farming.

**Contextos da Alimentação** – Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade  
Vol. 3 no 2 – Maio de 2015, São Paulo: Centro Universitário Senac  
ISSN 2238-4200

© 2015 todos os direitos reservados - reprodução total ou parcial permitida, desde que citada a fonte

Portal da revista Contextos da Alimentação: <http://www3.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistacontextos/>

E-mail: revista.contextos@sp.senac.br

## **1. Introdução**

Apesar da influência na economia brasileira, os pequenos produtores agrícolas enfrentam grandes dificuldades no mercado. Mesmo vivenciando esse momento, eles continuam mantendo suas atividades, acreditando na qualidade das produções e na diferença no bem-estar do consumidor. Nos dias atuais, a mobilização cultural dos consumidores acerca da importância desses produtos é quase um manifesto contra a cultura de consumo industrializada.

De certa maneira os APLs (Arranjos Produtivos Locais) podem ser utilizados como alternativa de organização produtiva para melhorar o alcance entre os consumidores desse novo mercado de alimentação cheia de cultura, qualidade e singularidade, por meio de ingredientes regionais típicos e com potencial gastronômico.

As propostas dos ciclos de consumo que são definidos neste artigo parte da oferta administrada pelas novas estratégias e objetivos dos APLs e a demanda crescente da gastronomia e/ou do consumidor final, a fim de criar uma economia equilibrada no local e suas subsequências de acontecimentos benéficos nas áreas social, econômica, cultural e ambiental.

Apesar do seu imenso potencial, os APLs, como ferramenta econômica, não poderão atuar sozinhos nos processos com objetivos sustentáveis, mas sim com o auxílio das outras inúmeras ferramentas existentes, como a gestão correta do desenvolvimento local e a humanização no poder de compra e venda como instrumentos de maior precisão para a tão esperada gestão sustentável. Soma-se, também, a necessidade de amplificação da visão gerencial dos ambientes de comunicação além do casual (microambiente interno e ambiente organizacional) e a execução dos conceitos de sustentabilidade defendidos por Veiga e Sen.

Para tal, surge uma nova reflexão sobre a maneira de comprar e consumir alimentos, não se baseando no consumo globalizado, como imposto para a maioria das pessoas dentro das políticas de distribuição de alimentos, mas, sob uma óptica holística, se preocupando com a reclassificação e reorganização dos processos e atores envolvidos.

## **2. Agricultura familiar no Brasil**

A ruralidade está presente no ser humano como uma necessidade do homem manter contato com a terra. É por esse e outros motivos que o trabalho no campo pode ser considerado um modo de vida, ou, em outras palavras, a cultura do campo.

O agronegócio, setor que se constitui basicamente no fluxo entre a gestão da produção dos insumos agrícolas (seus participantes, processamentos, suprimentos e recursos) até o marketing, estocagem e vendas focadas no consumidor final (BILIBIO, 2009), é uma das vertentes dessa cultura e, definitivamente, uma atividade de suma importância para a economia nacional. Sua participação no PIB brasileiro, mesmo com oscilações, se concentra em cerca de 27%. Segundo Guilhoto (2005), esse número fica ainda mais expressivo quando se foca nas atividades de produção familiares, que atingem cerca de 10% de toda geração de riqueza no país em um ano.

Essa estrutura rural é complexa devido a diversidade que caracteriza suas atividades. A complexidade está diretamente ligada com os ecossistemas de cada região. De certa forma, o modo como as sociedades rurais utilizam os espaços está sempre associado à adaptabilidade das condições que são dispostas para elas, forçando-as a desenvolverem esforços em busca da melhor maneira de explorar os recursos e minimizar os obstáculos. (SILVA, 2011).

Tal potencial de resiliência e influência no desenvolvimento econômico do país são gerados por diversas condições favoráveis encontradas na grande extensão territorial do Brasil. Mas o cenário de facilidades apontado por estudiosos como Guilhoto, Silveira, Ichihara e Azzoni (2006) que é atribuído aos agronegócios patronais não é o mesmo para as muitas realidades dos agronegócios familiares que correm risco de extinção.

O agronegócio familiar<sup>1</sup> possui, além das características econômicas, suas influências sobre questões sociais:

O setor agropecuário familiar é sempre lembrado por sua importância na absorção de emprego e na produção de alimentos, especialmente voltada para o autoconsumo, ou seja, focaliza-se mais as funções de caráter social do que as econômicas, tendo em vista sua menor produtividade e incorporação tecnológica. Entretanto, é necessário destacar que a produção familiar, além de fator redutor do êxodo rural e fonte de recursos para as famílias com menor renda, também contribui expressivamente para a geração de riqueza. (GUILHOTO; SILVEIRA; ICHIHARA; AZZONI, 2007, P. 24)

Navarro e Pedroso (2014) e Wanderley (2003) defendem que dentro de toda cadeia produtiva agrícola, os produtores familiares se veem perdidos em conceitos e interpretações, difundidos desde a criação da Pronaf (Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura familiar), que não se encaixam com suas atividades, somados a falta de reconhecimento da sua estrutura econômica e potencial de desenvolvimento, às políticas públicas mal elaboradas e a falta de assistência técnica e extensionista.

Mas apesar de vivenciar momentos de dificuldades na atualidade, o pequeno produtor agrícola insiste em manter sua atividade, pois acredita na qualidade da sua produção, do processamento, no serviço de distribuição prestado e na diferença direta ou indireta no bem-estar do consumidor, como é o caso, principalmente, de produtos ligados à cultura, como os alimentos e artesanatos. (ZUIN; ZUIN, 2008).

Por essa razão, os alimentos tradicionais também estão ligados ao saber-fazer do agricultor, isto é, a forma com a qual ele processa (saber-fazer) o alimento, em conjunto com a qualidade ímpar das suas matérias-primas. Assim o alimento produzido e consumido em cada região passou a ser mais uma diferenciação entre as diversas culturas, o que tornou os costumes gastronômicos e os alimentos sinais de identidade de cada população. Dessa forma, esses produtos também são chamados de tradicionais, artesanais, caseiros, de qualidade, produtos da terra, entre outras denominações. (ZUIN; ZUIN, 2008, p. 113)

Mesmo com pouco conhecimento sobre o valor da produção do pequeno agricultor, o mercado nacional abre novas expectativas sobre seus produtos. Isso gera, constantemente, novas chances para a inserção econômica dos produtores rurais de pequeno porte, afastando-os da marginalização social através da cultura de consumo sustentável e consciente.

### **3. O conceito de APL**

Segundo Vecchia (2006), o Arranjo Produtivo Local ou APL é utilizado por diversas áreas do conhecimento como objeto de estudo, visto seu potencial e adaptabilidade nos

inúmeros mercados da economia mundial. Ganhou um destaque maior após os resultados práticos observados na micro e macroeconomia nacional a partir de 1990.

A estratégia de funcionamento dessa ferramenta econômica não se baseia somente na integração da cadeia produtiva do mercado onde o APL será inserido, mas também conta com questões políticas, sociais, espaciais e de meio ambiente. O objetivo dos arranjos produtivos só é alcançado com o esforço da associação entre esses atores a favor da localidade em que está presente e da visibilidade do produto final em um mercado de maior competitividade. APLs segundo Lastres *et al.* (2002), podem ser conceituados como:

aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais, com foco em um conjunto específico de atividades econômicas e que apresentam vínculos e interdependência. Geralmente, envolvem a participação e a interação de empresas – que podem ser desde produtoras de bens e serviços finais até fornecedoras de insumos e equipamentos, prestadoras de consultoria e serviços, comercializadoras, clientes, entre outros - e suas variadas formas de representação e associação. Incluem, também, diversas outras instituições públicas e privadas voltadas para: a formação e capacitação de recursos humanos, como escolas técnicas e universidades; pesquisa, desenvolvimento e engenharia; política, promoção e financiamento. (LASTRES *et al.* 2002, p. 13)

Se esse pequeno sistema local se tornar funcional e instaurar benefícios para todos os envolvidos, incluindo o meio ambiente, ele poderá ser classificado como sustentável. A prática sustentável por meio de APLs é o foco dos estudos mais recentes sobre o assunto, afinal, ao utilizar recursos disponíveis no local para qualquer finalidade econômica, o sistema poderá trazer prejuízos inconsequentes para qualquer ator incluído nesse sistema, principalmente as empresas e os recursos naturais.

Para atingir a visibilidade esperada no mercado competitivo, os APLs, segundo Colletis e Pecqueur (1993), devem se ater à gestão correta das infraestruturas organizacionais endógenas, como um modelo de especialização produtivo local; suporte territorial como provedor de recursos; localização e articulação estratégicas das indústrias envolvidas; características laborais e empreendedoras da população; existência de centros e organizações capazes de assumir a liderança, e não menos importante, a integração a outros mercados e auxílio técnico-científico de instituições de pesquisa e universidades como pontos exógenos essenciais para a gestão dos APLs.

A interação concisa entre esses atores pode acontecer de maneira diversa quanto à sua dinâmica e forma. A diferença entre os APLs existentes se dá pelas especificidades locais (localização, confiança, cooperação, ações políticas, diversidade de atividades dos atores, história, educação e cultura) definidas como vantagem competitiva para cada aglomerado. Nas palavras de Vecchia (2006, p. 37-38):

Os APLs encontram-se geralmente associados a trajetórias históricas de construção de identidades e de formação de vínculos regionais e locais, a partir de uma base social, cultural, política e econômica comum. São mais propícios a desenvolverem-se em ambientes favoráveis à interação, à cooperação e à confiança entre os atores.

Cabe acrescentar ainda que

Independentemente da forma que o arranjo produtivo local assumira - em função da presença ou não de alguns dos elementos mencionados - é amplamente reconhecido, tanto teórica quanto empiricamente, que esta forma de organização da produção no espaço tem auxiliado empresas dos mais variados tamanhos e particularmente as pequenas e médias, a superarem barreiras ao seu crescimento. (VECCHIA, 2006, p. 48)

Por consequência, os APLs também estão sujeitos à inserção em um contexto cada vez maior de organização, como um conglomerado produtivo ou sistema produtivo local, mas sempre com a intenção de unir esforços em prol de maior visibilidade e crescimento individual de cada empresa e produto nos mercados regionais e internacionais, além, é claro, da preocupação sobre o desenvolvimento benéfico que podem vir a contribuir para sua localidade.

#### **4. O DESENVOLVIMENTO LOCAL SUSTENTÁVEL COM BASE NOS APLs**

O desenvolvimento local é de imensurável importância para qualquer localidade, por este motivo sua discussão e estudo são tão relevantes quanto os APLs. Juntos, quando planejados, fazem o papel na melhoria da qualidade de vida das pessoas em inúmeras áreas, seja estes planejamentos desenvolvidos por instituições públicas ou privadas.

Todo o movimento defendido pelo conceito do desenvolvimento local se caracteriza pela retomada da direção do olhar para as regiões ou locais. Essa é uma reação contrária ao movimento de globalização, ou seja, a atenção sobre o mercado mundial não seria mais prioridade. O desenvolvimento tenta entender as necessidades de cada localidade com a mesma visão holística praticada pelos APLs. Portanto, também se inclui as questões econômicas, políticas, sociais, culturais e as ambientais. (VEIGA, 2004).

Acrescentando-se o conceito de sustentabilidade no desenvolvimento local também é possível encarar o papel prático do desenvolvimento como um conceito realmente viável, sempre que permeado por todos os agentes participativos.

Este processo desenvolvimentista deverá ocorrer de maneira sustentável, ou seja, atentando-se à capacidade do ambiente e ecossistemas de se recuperarem ou absorverem as agressões criadas por ações antrópicas. Mas como o desenvolvimento, os conceitos acerca da sustentabilidade também são vistos, na maioria das vezes, com apenas uma perspectiva, a ambiental, não desmerecendo sua importância, é claro. (FERRO, 2013, p.47)

Não só se utiliza do conceito de sustentabilidade como um fator de desenvolvimento justo para todos os envolvidos, mas outros autores como Sen (2010) acreditam que essa visão multidimensional deverá se reverter na autonomia e liberdade humana, ou seja, propõe-se uma promoção focada no desenvolvimento humano, na saúde, na cultura e na educação formal dos indivíduos como resultado final de toda a transformação de recursos.

O "desenvolvimento local é entendido como um processo que mobiliza as pessoas e instituições buscando a transformação da economia e das sociedades locais, criando oportunidades de trabalho e de renda, superando dificuldades para favorecer a melhoria da qualidade de vida da população local" (DE JESUS, 2006, p. 25). Com base nessas concepções, as ideias supérfluas do desenvolvimento associado ao progresso material

seriam substituídas por um conteúdo mais humanizado, assim como defende Martins (2002):

[...] mais do que um conceito, o desenvolvimento local é, na verdade, um evento resultante do pensamento e da ação à escala humana, que confrontam o desafio de enfrentar problemas básicos e alcançar níveis elementares e auto-referenciados de qualidade de vida na comunidade. (MARTINS, 2002, p. 51).

Os conceitos de sustentabilidade e de liberdade atribuídos ao desenvolvimento, quando unidos, tendem a contracenar em um cenário econômico com balanço perfeito. Considera-se perfeito, pois a utilização dos recursos e os resultados do ciclo produtivo foram devidamente calculados, sem desperdícios ou gestão inapropriada dos recursos, e revertidos em um capital bem distribuído para toda a população e suas necessidades. (SEN, 2010).

Os APLs são considerados uma ferramenta de grande potência caso escolhida como configuração base para esse tipo de desenvolvimento local, afinal possuem configurações e resultados muito parecidos. Mas deve ser clara a diferença entre um modelo econômico, como o desenvolvimentista, e uma logística industrial de produção, como o APL. A gestão da produção, poder de mobilização de atores públicos e privados, e aperfeiçoamento da competitividade e cooperação configuram um conceito de APL, mas o desenvolvimento, sobretudo, também se preocupa com as dimensões apontadas por Veiga (2004).

## **5. A agricultura familiar inserida nos APLs**

No caso da agricultura familiar, o problema de se alcançar um APL estável e em pleno funcionamento pode ser a falta de informação e assistência que grande parte dos produtores possui. Problema este que deveria ser suprimido pelo Governo ou agências de desenvolvimento com a prática do extensionismo rural<sup>2</sup> e assistências técnica, mas a falta de estrutura e quantidade de profissionais disponíveis nessas organizações comprometem a produtividade e, conseqüentemente, o fortalecimento dos APLs, excluindo pouco a pouco as atividades familiares do contexto econômico.

A agricultura familiar, pelas suas características como produtora de alimentos básicos baratos, como reserva de mão-de-obra, como consumidora de insumos industriais, e como geradora de um movimento econômico considerável é, ao mesmo tempo, importante para o modelo geral, mas gradativamente excluída dele. (MUSSOI, 2006).

Em conjunto a esse cenário observa-se a dificuldade conceitual da classe familiar em relação às políticas públicas de inserção no mercado, conforme defende Silva (2011):

Dentro dos sistemas de APL, a assistência técnica não tem sido uma prioridade, apesar de estar sempre pautada nos espaços de discussão. As tentativas têm se limitado a realização de parcerias com órgãos públicos e privados para tentar suprir a carência. [...] Quando o assunto é assistência técnica dentro dos APLs, busca-se um tipo de serviço que proporcione ao agricultor a adoção de novas tecnologias produtivas em substituição "a rusticidade das técnicas remanescentes". Percebe-se como política pública para a agricultura familiar, difundida pelos gestores e idealizadores dos

APLs seguem a lógica antiga, com base no modelo fracassado do difusionismo e dos pacotes tecnológicos. (SILVA, 2011, p. 90)

No mesmo estudo, Silva (2011) ainda assume que esse processo retrógrado de gestão de APLs é induzido pela falta de adaptabilidade de conceitos trazidos por países europeus, da indústria de transformação e sua especialização de escopo. Com isso a introdução da produção de um agricultor neste mercado pode não ser completa, visto sua imensa diversificação de produtos, ao contrário da indústria de transformação, obrigando os produtores a focarem em apenas um produto como atividade geradora de renda, aquele que estará inserido no APL.

Fuini (2011) alega que no decorrer da história de transformação dos APLs, entre a contraposição do erro industrial-rural, ocorreu com a gradativa valorização do "patrimônio familiar" em meios fortemente rurais, conceito que emergiu na Europa e só recentemente chegou a outros países. Cada localidade rural, portanto, deveria possuir uma sinergia própria em relação às preferências de produção agrícola e culturas praticadas pela população que ali habita.

Mesmo com as disparidades práticas e conceituais dos APLs, o Brasil ainda é identificado com grande potencial no ramo agrícola. Segundo o Caporali e Volker (2004), dentre os trezentos APLs consolidados no país, grande parte deles mantém suas atividades no setor primário, principalmente agropecuário, o que não é muita novidade, visto a influência desse setor na economia do país.

## **6. Agricultura familiar e consumidor: uma conexão necessária**

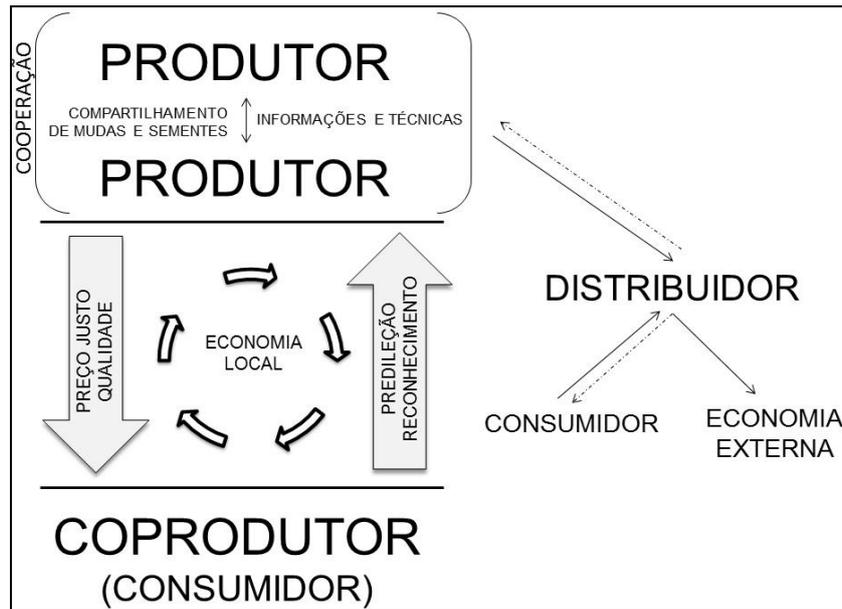
Gastronomia e agricultura familiar caminham para o mesmo sentido. Ambos procuram reconhecimento por meio de alimentos e a cultura envolvida neles. Um bom exemplo prático sobre essa área de estudo é o de Verdi *et al.* (2005) que propõe a viticultura da região de Campinas – SP como fator cultural. Mas só recentemente ficou visível a afloração da carga cultural – diga-se patrimônio<sup>3</sup> – que ambos os campos de estudo possuem. Esta visibilidade foi resultada de sucessivos e inúmeros casos positivos de APLs, gastronômicos ou de produção, que buscaram unir esforços em prol de maior reconhecimento das suas atividades e regiões.

Os alimentos produzidos pela agricultura familiar possuem a força de reanimação econômica local por serem mais do que simples alimentos, são "culturas comestíveis", pois trazem consigo um patrimônio baseado na tradição, história e terroir<sup>4</sup> próprios. Isso os faz únicos perante o mercado de larga produção de *commodities* e de distribuição.

A crescente busca do consumidor por esse tipo de alimento não se baseia somente na questão simbólica, mas também como alternativa de alimentação saudável, principalmente em relação à organicidade e sazonalidade dos insumos. (PETRINI, 2003).

O fortalecimento cultural estimulado por um APL de agricultura familiar é gerado por meio de um ciclo de produção-consumo decorrente da conexão entre os homens, os serviços e o que a terra pode oferecer. O resultado da sequência entre os envolvidos no processo são os alimentos, que ao final do ciclo representam o trabalho, a tradição e a cultura de todos. Como produto final, o alimento se torna a chave para desencadear e controlar o ciclo de maneira econômica, cultural e social.

**Figura 1. Sistema de produção-consumo de alimentos em APL local.**



**Fonte: Elaborada pelo autor**

Conforme a Figura 1, em uma política socio-econômica focada na prática da distribuição de insumos, o produtor se mantém em segundo plano, seus produtos passam a ser simples números e padrões a serem alcançados a qualquer custo, em troca recebem pouco reconhecimento e rentabilidade. O consumidor, já em uma situação pseudoprivilegiada, dificilmente terá escolha ou informações suficientes sobre a qualidade, métodos de produção ou o preço do alimento devido à falta de contato com o produtor.

Por sua vez, a compra direta com o produtor origina uma relação saudável e intimista que abre espaço para troca de informações sobre a qualidade dos alimentos, negociação de preços e diversidade de produção, reconhecimento sobre a cultura e o trabalho desenvolvido sobre o alimento, conseqüentemente, provocaria uma movimentação econômica mais efetiva das regiões rurais e nos locais onde esse tipo de relacionamento acontece. Como consequência da melhoria econômica haveria contribuições, principalmente, para questões de inclusão social, como a empregabilidade e capacitação de pessoas. (ZUIN; ZUIN, 2008).

Baseado nas palavras de Petrini (2003) e dos estudos do movimento Slow Food<sup>5</sup>, os princípios a serem seguidos entre a agricultura familiar e a alimentação são:

- Práticas de preços justos para ambos, consumidor e produtor, o que dinamiza a economia local;
- Compra de comida justa, limpa (sem utilização de defensivo agrícola) e de qualidade na mesma região onde produzida, diminuindo a cadeia de alimentos;
- Transformação do consumidor em coprodutor, conscientizando-o sobre a importância dos produtores e suas atividades.

A nova reflexão sobre a maneira de comprar alimentos não se basearia no consumo globalizado, como imposto para a maioria das pessoas dentro das políticas de distribuição de alimentos, mas se reclassificaria os processos e atores envolvidos. Coprodução e Cooperação se tornariam sinônimos, respectivamente, para as novas responsabilidades dos consumidores e uma relação obrigatória entre os produtores.

Esse ciclo de relacionamento e a aplicação dos novos sinônimos só são possíveis quando se enfatiza a necessidade de uma maior aproximação e comunicação dos envolvidos. Não há cooperação, coprodução ou consumo consciente se suas necessidades no ciclo não forem claras. Por este motivo a extensão rural deve estar presente em cada parte do processo, como um intermédio essencial no ciclo, utilizando a comunicação para a capacitação, educação e conscientização de todos os envolvidos.

Antes considerados como atraso para uma região e população, e mais recentemente estimados pelos consumidores por essa gama de potenciais, um novo cenário para a agricultura familiar surge juntamente com o amadurecimento do conceito gastronômico. Cultura como componente comercial do produto agrícola se converte em estratégias de comunicação, não só para vender mais, mas, principalmente, vendê-los melhor e adequado ao seu devido valor.

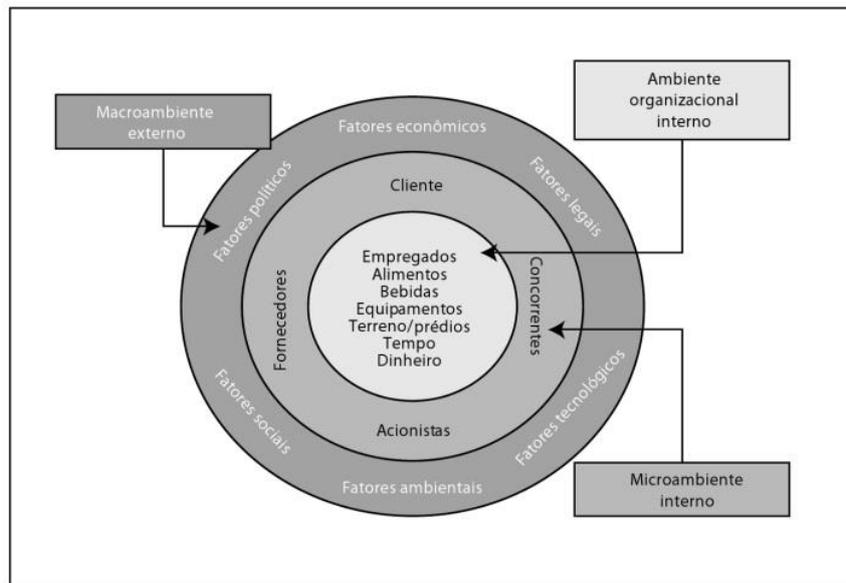
## **7. Sustentabilidade em restaurantes**

Sabe-se que alguns restaurantes, independente ou não de localidades específicas influenciadas por cultura ou políticas públicas, já colocaram em prática alguns procedimentos ambientalmente sustentáveis, como é o caso da compostagem, uso integral dos alimentos, fontes de energia alternativa, coleta de óleo, reaproveitamento, tratamento e redução no uso da água, reciclagem e separação de lixo, e outras inúmeras inovações tecnológicas com o objetivo de causar um impacto mínimo no meio ambiente.

Em contrapartida é possível observar uma enorme desproporção entre a prática das outras vertentes macroeconômicas quando comparadas com as questões ambientais. A falha na gestão desses fatores pode atingir diretamente o consumidor, mas certamente fará diferença no bem-estar organizacional dos restaurantes por estarem inseridos em um contexto maior.

Reforça-se, portanto, a importância de uma visão mais abrangente em relação aos macroambientes externos, não se restringindo somente a fatores internos do ambiente organizacional e o microambiente – sem desmerece-los – como já é de rotina nas empresas, mas introduzindo inúmeras atividades, além de ambientais, para auxiliar no desenvolvimento do local onde o restaurante está inserido. A Figura 2, retirada do estudo de Davis (2012, p. 140) resume todos os ambientes que devem ser levados em conta nos processos de gestão dos restaurantes:

**Figura 2. Ambientes de Marketing.**



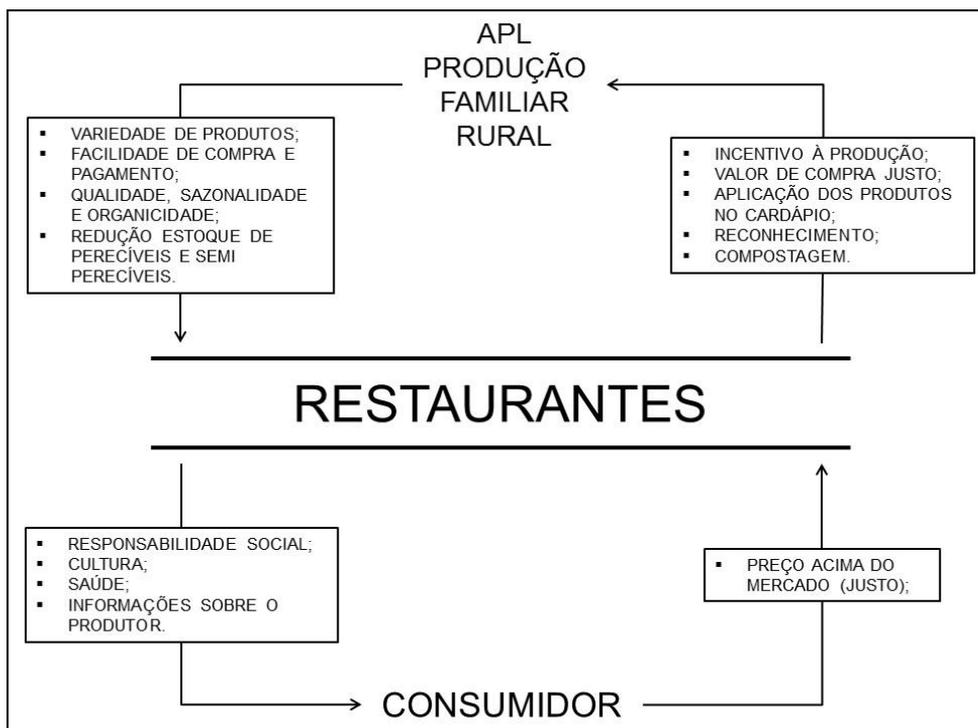
**Fonte: DAVIS, 2012**

Nenhum negócio opera isoladamente. [...] Embora a princípio possa parecer que operem como unidades autossuficientes, todos têm, de fato, uma relação recíproca de causa e efeito. São subsistemas que operam dentro de um sistema muito maior. (DAVIS, 2012, p. 139)

Nesse contexto, a comunicação (*marketing*) ganha um espaço considerável, afinal, posiciona as estratégias dos restaurantes como intermediários de relacionamento entre consumidores, empresa, fornecedores e os demais fatores que influenciam os locais onde estão inseridos, tornando-os empresas geradoras de benefícios, mas, ao mesmo tempo, assumindo novas responsabilidades sobre os produtos e serviços ofertados.

Uma maneira prática e funcional de contribuir para a prosperidade dessas estratégias pode ser a utilização dos insumos concebidos por APLs de agricultura familiar, mas não como única solução, mas sim como parte de um ciclo de consumo formado entre restaurantes e produtores com objetivo de atingir vantagens mútuas, não se atendo somente na visão financeira.

**Figura 3 - Ciclo de consumo produtores-restaurantes**



Fonte: Elaborada pelo autor.

Dentro dessa relação, muito semelhante a produtor-consumidor, os produtores e os restaurantes apresentam métodos, facilidades e vantagens mais complexas devido às questões empresariais que envolvem os processos, mas que tendem a retribuir todos os esforços para os que persistirem em manter esse ciclo.

Os produtores, como portadores dos materiais mais importantes para um restaurante, oferecem a variedade, qualidade, sazonalidade e orgânica dos insumos que os estabelecimentos alimentícios precisam, facilitam a compra e o pagamento, bem como trabalham junto à redução dos estoques por meio de um fornecimento contínuo semanal. Da mesma forma os restaurantes desenvolvem ações de incentivo à produção tradicional daquela região, oferecem sugestões de novos cultivares, como as PANCS<sup>6</sup>, reconhecem o trabalho realizado pelos produtores e, conseqüentemente, aplicam os insumos ofertados em seus cardápios, comprando-os por preços justos. Como opção adicional é possível que os restaurantes invistam no sistema de compostagem e doem o material orgânico para os produtores.

Por fim, os consumidores somam todos os benefícios do ciclo, quase como um afunilamento, pois além de receber todas as vantagens dos alimentos produzidos dentro de um sistema de APL, também são escopo do trabalho árduo dos restaurantes em busca de equilíbrio dentro desse ciclo, ou seja, se aproveitam das responsabilidades adquiridas por eles para absorver mais cultura, responsabilidade social e saúde dentro da sua alimentação.

O poder do consumidor é a base para o ciclo. Se não houver interesse e disposição das pessoas a encarar o compromisso de desembolsar uma quantia maior, mas justa, ao final de todo o processo, não será possível manter o equilíbrio do ciclo diante a falta de demanda.

## 8. Considerações finais

O APL é considerado uma ferramenta de gestão logística de grande potência, muito eficiente para dinamizar, economicamente, um determinado local, conferindo a oportunidade de empresas, instituições e produtores de bens e serviços reorganizar e coagirem em seus objetivos e esforços em prol daquela localidade e do bem-estar financeiro de todos os envolvidos.

Na maioria dos casos, APL e Desenvolvimento Local coexistem por depender quase indissociavelmente um do outro. Apesar disso, seus objetivos finais são bem distintos, principalmente quando está em busca da sustentabilidade. APLs não necessariamente lidam com logística sustentável, pois buscam suprir deficiências financeiras acima de tudo, mas podem contribuir, se caso planejados, para um desenvolvimento mais equitativo, humanista e sustentável de localidades, justamente por atribuir, em tese, oportunidades para negócios e pessoas.

Mas, ainda cabe ressaltar que, infelizmente, persiste um desafio além do reconhecimento dos produtos dos APLs pelo mercado: o planejamento, formação e gestão de APLs. Isso se deve pela demanda de especialização produtiva, falta de suporte territorial, má localização e articulação estratégicas dos envolvidos, inexistência de centros e organizações de liderança e desinteresse de auxílio técnico-científico de instituições de pesquisa e universidades.

Soma-se aos problemas de gerenciamento a desvalorização do trabalhador rural e, conseqüentemente, do possível APL ao qual estaria inserido, conseqüências das inúmeras questões macro e microeconômicas, como desvalorização, falta de amparo de políticas públicas, dificuldades de acesso a informações técnicas e outras disfunções que facilmente poderiam ser sanadas com o auxílio, não menos que obrigatório, dos projetos de extensão rural. Mas, como visto, esta desvalorização é resultado, acima de tudo, do costume globalizado de consumo alimentar causado pela imensa cadeia logística que separa o consumidor do produtor, distanciando, portanto, a possibilidade de um relacionamento mais intimista e reconhecimento dos produtos e seus produtores.

Somente após encarar tais barreiras tecno-sociais será possível afirmar que os APLs abrem espaço para produtores rurais a partir dos seus produtos providos de cultura, pois irão promover o reconhecimento do trabalho rural por meio de um mercado mais consciente e consolidado pela nova logística de produção. Tais "culturas comestíveis" são novas fontes de energia para o desenvolvimento sustentável em localidades rurais, pois estão propícias a um consumo mais elevado atualmente, conseqüência dos crescentes casos de valorização desses produtos através de APLs.

A partir de então surge a conexão da filosofia Slow Food com o conceito de APL. O que acarretará em um novo sistema de produção-consumo de alimentos, teoricamente, muito eficiente, de um ponto de vista holístico e sustentável. A reclassificação dos atores envolvidos no sistema reatribui responsabilidades e primordialidades para seu pleno funcionamento e, portanto, eficiente contribuição para o desenvolvimento local com base na dinamização econômica, social, ambiental, espacial e cultural.

Nesta conexão, os restaurantes, por se tratarem de empresas, devem levar em consideração uma nova visão sobre as questões relacionadas à gestão dos ambientes de *marketing*, visão esta mais ampliada acerca dos efeitos de seus produtos e serviços ofertados, e tratados como ferramenta essencial na sustentabilidade buscada no sistema apresentado. Da mesma forma que os consumidores, os restaurantes assumem a responsabilidade como coprodutor, por conseguinte, conscientes da necessidade de reconhecimento sobre o produto rural e sua cultura. A troca de benefícios e facilidades

apontados dispõem, para o produtor e o estabelecimento, um sistema logístico e financeiramente funcional.

Subsequente ao sistema produtores-restaurantes é possível observar um forte auxílio no desenvolvimento local, devido às ações praticadas em prol dos benefícios para os envolvidos nesse ciclo, direto ou indiretamente, como por exemplo, empregos, fluxos financeiros, trocas culturais e técnicas e outros já citados anteriormente, gerando um efeito multiplicador em todos os ambientes de *marketing*.

Entende-se, portanto, que a nova filosofia de consumo e poder de escolha/compra são as características incumbidas exclusivamente aos consumidores finais, que controlam e definem o nível de eficiência de todos os sistemas apresentados no artigo. Cabendo, então, um incentivo e promoção contínuos na conscientização dos ciclos, produtor-consumidor ou produtores-restaurantes, como meio mais eficiente na concretização da possível prática desse estudo.

O centro de todos os esforços necessários para se alcançar a valorização cultural, recebida direto do produtor ou transformada e consumida nos restaurantes, é, de fato, no consumidor final. Ele detém todo o poder no equilíbrio dos ciclos, pois é parte fundamental da economia sustentável, portanto o meio mais simples e relevante de conduzir a conscientização e sustentabilidade no setor alimentício.

Por último, distanciando o olhar sobre este artigo, ainda é necessário destacar que com ou sem demanda de mercado pela sustentabilidade havemos de convir sobre nossa obrigatoriedade social e ambiental, talvez até por falta de políticas públicas e fiscalização, no desenvolvimento de tecnologias gerenciais mais eficazes e sustentáveis, principalmente para áreas empresariais que utilizam insumos, no caso dos restaurantes, e em segundo plano, para os ciclos de consumo.

## NOTAS

**<sup>1</sup> Agronegócio Familiar, Agricultor familiar ou Empreendedor Familiar Rural:** Segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), com base na Lei nº11.326, de 24 de julho de 2006, o agricultor familiar se caracteriza da seguinte maneira:

*Art. 3º* Para os efeitos desta Lei, considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos:

I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais;

II - utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;

III - tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento;

III - tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo;

IV - dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família.

**<sup>2</sup> Extensionismo Rural:** Extensão rural compõe-se de duas dimensões: uma comunicacional e outra educacional, sendo um processo dinâmico que consiste em levar ao produtor rural informações úteis e relevantes (dimensão comunicacional) e ajudá-lo a adquirir conhecimentos, habilidades e atitudes para utilizar com eficiência essas informações (dimensão educacional). O objetivo final desse processo é o de tornar o agricultor capaz de melhorar o seu nível de vida, pela utilização racional e efetiva dos conhecimentos, habilidades e informações adquiridas. (ALMEIDA, 1989, p. 9).

<sup>3</sup> **Patrimônio:** “[...] Refere-se aos bens legados pelos pais aos filhos ou por uma pessoa aos seus descendentes diretos. Aplica-se ao conjunto de bens que alguma pessoa ou instituição possui e por isso pode-se falar em patrimônio público, privado ou nacional. Tanto um quanto o outro podem ser classificados em patrimônio cultural ou natural.” (BARRETTO, 2007, p. 110).

<sup>4</sup> **Terroir:** Emprestado da Enologia (Estudo dos vinhos), o Terroir - “Em um sentido restrito, a palavra significa solo. Por extensão, e no uso comum, significa muito mais. Ela abrange o solo em si, o subsolo e as rochas abaixo dele, suas propriedades químicas e como estas interagem com o clima local e com o macroclima da região, para determinar tanto o mesoclima de um vinhedo específico como um microclima de uma determinada vinha.” (JOHNSON; ROBINSON, p. 26, 2008) – de uma localidade são todas as características, produções e produtos únicos de uma determinada região/localidade.

<sup>5</sup> **Slow Food:** “Um movimento filosófico que acredita como deve ser o alimento. O alimento que comemos deve ter bom sabor; deve ser cultivado de maneira limpa, sem prejudicar nossa saúde, o meio ambiente ou os animais; e os produtores devem receber o que é justo pelo seu trabalho.” (SLOW FOOD, 2014).

<sup>6</sup> **PANCs:** “O termo PANCs, Plantas alimentícias não convencionais, foi dado à um conjunto de plantas chamadas daninhas, pragas, invasoras ou ruderais são espécies com importância econômica e ecológica. Muitas dessas são potencialmente alimentícias, sendo suas raízes, caules, folhas, flores, frutos ou sementes utilizada para esse fim”. (ERICA, 2011).

## Referências

ALMEIDA, J. A. Pesquisa em extensão rural: um manual de metodologia. Brasília: MEC/ABEAS, 1989.

AMARAL FILHO, J.; CARRILLO, J. (Coord.). Trajetórias de desenvolvimento local e regional: uma comparação entre a região nordeste do Brasil e a Baixa Califórnia (México). Rio de Janeiro: E-Papers, 2011.

BARRETO, M. Cultura e Turismo: Discussões contemporâneas. Campinas, SP: Papirus, 2007.

CAMPOS, R. (Org.). Políticas estaduais para arranjos produtivos locais no Sul, Sudeste e Centro-oeste do Brasil. Rio de Janeiro: E-Papers, 2010.

CAPORALI R.; VOLKER P. (orgs.). Metodologia De Desenvolvimento De Arranjos Produtivos Locais: Projeto Promos - Sebrae - BID: versão 2.0. Brasília: Sebrae, 2004.

CASSIOLATO, J. E.; LASTRES, H. M. M. (Org.). Estratégias para o desenvolvimento: um enfoque sobre arranjos produtivos locais do Norte, Nordeste e Centro-oeste brasileiros. Rio de Janeiro: E-Papers, 2006.

CASSIOLATO, J. E.; MATOS, M. P.; LASTRES, H. M. M. (Org.) Arranjos Produtivos Locais: Uma alternativa para o desenvolvimento: Criatividade e Cultura. Rio de Janeiro: E-Papers, 2008.

COLLETIS, G.; PECQUEUR, B. Les facteurs de la concurrence spatiale et de la construction des territoires. Notes de travail 11, IREPD, Mars, 21p. Grenoble: Université Mendés France, 1993.

DE JESUS, P. Sobre Desenvolvimento Local e Sustentável: algumas considerações e suas implicações em projetos de pesquisa. In: MACIEL FILHO, A. R.; PEDROSA, I. V.; ASSUNÇÃO, L. M. de O. Gestão do Desenvolvimento Local Sustentável. Recife, 2006, p. 17-37.

- ERICE, A.S. Cultivo e comercialização de plantas alimentícias não convencionais (PANCs) em Porto Alegre. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Ciências Biológicas) UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil. 2011.
- FUINI, L. L., As Novas Dimensões do Rural: Território e Arranjos Produtivos Locais. *Revista Geografica*, nº9, p 103-122, jul./Dez., 2011.
- GUILHOTO, J. J. M. ; ICHIHARA, S. M ; SILVEIRA, F. G ; AZZONI, C. R. Agricultura Familiar: contribuindo para a riqueza nacional. *Marco Social* (Rio de Janeiro), v. 9, p. 20-25, 2007.
- JOHNSON, H.; ROBINSON, J. Atlas mundial do vinho. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 2008.
- LASTRES, H. M. M. et al. Interagir para competir: promoção de arranjos produtivos e inovativos no Brasil. Brasília: SEBRAE, 2002. LASTRES, H. M. M. et al. Interagir para competir: promoção de arranjos produtivos e inovativos no Brasil. Brasília: SEBRAE, 2002.
- MARTINS, S. R. O. Desenvolvimento Local: Questões conceituais e metodológicas. *Interações Revista Internacional de Desenvolvimento Local*. Vol. 3, N. 5, p. 51-59, Set. 2002.
- MUSSOI, E. M. Agricultura familiar, extensão rural e a nova política nacional de assistência técnica e extensão rural. In: LIMA, J. R. T. de; FIGUEIREDO, M. A. B. (orgs.). *Extensão rural, desafios de novos tempos: agroecologia e sustentabilidade*. Recife: Bagaço, 2006. p.99-106.
- PLANO ESTRATÉGICO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DO SEMI-ÁRIDO. Ministério da Integração Nacional. Brasília, 2005.
- PETRINI, C. *Slow Food: the case for taste*. Nova Iorque: Columbia UP, 2003.
- SEN, A. *Desenvolvimento como Liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- SILVA; J. R. da. Agricultura Familiar e Arranjos Produtivos Locais no Semiárido Alagoano: Possibilidades e limites para a extensão rural na perspectiva do desenvolvimento local. Dissertação de mestrado. Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE. 115 p. Recife, 2011.
- SLOW FOOD. Disponível em: <[www.slowfoodbrasil.com](http://www.slowfoodbrasil.com)>. Acesso em: 30 nov. 2014.
- VECCHIA, R. V. R. D. Arranjos produtivos locais como estratégia de desenvolvimento regional de local. In: *Revista Capital Científico*. v.4 n.1. ISSN: 1679-1991. Paraná, 2006.
- VEIGA, J. E. da. Destinos da Ruralidade no processo de Globalização. *Estudos Avançados*, USP-SP, 2004, v. 18, n. 51, p. 51-67.
- VERDI, Adriana Renata; SILVA, Priscilla Rocha; FRANCISCO, Vera Lúcia Ferraz dos Santos; AMARO, Antonio Ambrosio; BAPTISTELLA, Celma da Silva Lago. Arranjo produtivo local: identificação de possibilidades da viticultura na Região de

Campinas. Agricultura. São Paulo, São Paulo. v. 52, n. 2, p. 73-86 – jul./dez. 2005. Disponível em: <<ftp://ftp.sp.gov.br/ftpiea/publicacoes/asp6-2-05.pdf>>. Acesso: 30 nov. 2014.

**Recebido em 01/12/2014 e Aceito em 11/05/2015.**

## **O Livro da arte da cozedura (*Libellus de arte coquinaria*, c.1300) com base no Ms. Royal Irish Academy 23 D 43 (Ms. D, c.1470): apresentação e breves comentários sobre a alimentação na Escandinávia medieval**

*The Little book of cookery (Libellus de arte coquinaria, c.1300) based on Royal Irish Academy 23 D 43 (Ms. D, c.1470): presentation and commentaries about the alimentation in Medieval Scandinavia*

Renan Marques Birro

Universidade Federal do Amapá – UNIFAP

Colegiado de História – Campus Binacional

Pesquisador do NEIBRAM (UNIFAP), LATHIMM (USP), Brathair (UEMA) e Leitorado Antigo (UPE)

[rbirro@unifap.br](mailto:rbirro@unifap.br)

**Resumo:** Este artigo apresenta uma breve introdução e comentários do *Libellus de arte coquinaria* (c.1300), um documento islandês medieval com instruções de cozedura. Além de traçar sucintamente as diferenças entre os manuscritos e do princípio de autoria para textos medievais voltados para cozedura, exponho também algumas aplicações históricas e literárias para o estudo desta obra e temática, sendo útil para compreender mudanças e relações culturais e sociais. Outrossim, a partir da experiência desta tradução, é possível oferecer ao leitor uma forma de relacionar os alimentos e a estrutura social em diferentes contextos.

**Palavras-chave:** *Libellus de arte coquinaria*, alimentação, história, literatura.

**Abstract:** *This article aims to expose a short presentation and commentaries on Libellus de arte coquinaria (c.1300), an icelandic medieval text with cooking instructions. I also delineate briefly some differences between the manuscripts and the principle of authorship in medieval cookery texts; furthermore showing some historical and literature applications for this field of research, a useful way to understand the changes and relations in culture and society. Moreover, from the experience of translation, it is possible to offer readers a manner to establish a link between food and social structures in different contexts.*

**Key words:** *Libellus de arte coquinaria*, food, history, literature.

**Contextos da Alimentação** – Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade  
Vol. 3 no 2 – Maio de 2015, São Paulo: Centro Universitário Senac  
ISSN 2238-4200

© 2015 todos os direitos reservados - reprodução total ou parcial permitida, desde que citada a fonte

Portal da revista Contextos da Alimentação: <http://www3.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistacontextos/>

E-mail: revista.contextos@sp.senac.br

Os últimos anos tem assistido um crescimento vertiginoso dos estudos sobre a alimentação e a Escandinávia medieval. A primeira área foi certamente motivada pela importância cultural dos alimentos para diferentes interações humanas, seus símbolos, gestos, ritos, princípios de hierarquia social, etc. A segunda, entre outros fatores, pelo desenvolvimento acelerado de pesquisas de graduação e pós-graduação no Brasil e no exterior sobre a Europa Setentrional durante a Idade Média.

Porém, por inocência ou omissão, algumas pesquisas sobre a alimentação na *Era viking* (c.800-1100) tem proposto análises “atemporais” da importância de certos alimentos, das instruções (ou receitas) e/ou de determinadas questões à mesa. Em suma, alguns desses estudiosos não percebem que certos hábitos e atitudes dos séculos IX ao XIV são tratados de maneira tão similar que transmitem ao leitor a sensação de imutabilidade dos hábitos alimentares, proposta que dentro da própria tradução dos manuais de cozedura é facilmente refutada.

Percebo ainda outra questão problemática: muitas vezes são defendidas tábulas rasas da alimentação escandinava, como se em todas as regiões os hábitos fossem idênticos ou as diferenças fossem mínimas. As tradições regionais são abafadas em nome de análises que levam em conta um indício apenas, sem considerar que o(s) autor(es) partiu(partiram) de um contexto de produção específico e de experiências locais que devem ser levadas em consideração.

Tais problemas se tornam ainda mais graves ao considerar que muitos indícios textuais analisados para estudar os séculos X e XI, por exemplo, foram produzidos muito tempo depois, a saber, nos séculos XIII e XIV, e seus autores certamente foram influenciados por seus próprios hábitos ao dedicar sua atenção aos feitos de seus antepassados.

Por sua vez, ao tentar extrapolar a abordagem do documento único e abordar de maneira qualitativa e quantitativa os indícios contemporâneos ao período estudado, nota-se que não é possível defender a tese da homogeneidade dos hábitos alimentares na Europa Nórdica, tanto na *Era Viking* quanto na Escandinávia medieval.

Neste ínterim, minhas propostas de tradução, apresentação e breves reflexões caminham exatamente no sentido de elaborar um parâmetro medieval do período de redação de boa parte dessas fontes para fins de comparação. Para me fazer mais claro, levanto as seguintes questões: estaríamos reforçando os “anacronismos” dos autores medievais que abordaram a *Era Viking*? Ao considerar qualitativamente documentos contemporâneos ao período estudado, eles fariam eco ao que tem sido defendido?

No intuito de responder as indagações, segue uma sucinta apresentação do trabalho de tradução, minhas considerações e, por fim, a proposta de tradução do *Libellus de arte coquinaria* (c.1300), considerado por alguns um dos mais antigos “manuais de cozinha” medievais.

\*\*\*

A tradução aqui exposta foi realizada com base no Ms. Royal Irish Academy 23 D 43 (Ms. D, c.1470), redigido majoritariamente em islandês antigo, embora alguns excertos dos manuscritos Ny samlung nr. 66 8vo (*Harpestreng-Kochbuch* ou Ms. K, c.1244-1300)<sup>1</sup> e Ny samlung nr. 70R 8vo (Ms. Q, c.1300), ambos em dinamarquês, tenham sido usados aqui e ali para diversos fins, como o título da obra e no encerramento.

---

<sup>1</sup> HARPESTRÆNG, 1908-1920, pp. 194-199.

Há ainda outro manuscrito posterior, o Herzog August Bibliothek of Wolfenbüttel, Alemanha, Helmst. 1213 (Ms. W, c.1400), em Baixo Alemão, não empregado neste texto. A base do texto original seguiu a transcrição clássica do Ms. D proposta por Henning Larsen (LARSEN, 1931, pp. 131-135 e 214-217; HARPESTRÆNG, 1908-1920, pp. 194-199; MOLBECH, 1844, pp. 557-546; WISWE, 1956, pp. 19-55; CAPARRINI, 2006).

Para dirimir as dúvidas, foram consultadas as traduções de Larsen e de Rudolf Grewe & Constance B. Hieatt (LARSEN, 1931; GREWE & HIEATT, 2001). Esta última obra, assombrosa em qualidade e bastante fiel aos textos originais, proporcionou a tradução individual dos manuscritos e a compósita – tanto entre os manuscritos quanto em relação a livros similares produzidos na Idade Média –, além de comentários, notas, vocabulário e bibliografia.

O manuscrito apresenta 77 fólios numa escrita excelente, conexa e clara. Aparentemente ele foi redigido por dois escribas, que foram auxiliados por quatro ajudantes. Houve ainda um interpolador moderno que realizou pequenas anotações nas laterais. Graças ao número elevado de intervenções e a redação descontínua, a obra foi dividida em duas seções (LARSEN, 1931, pp. 2-3).

O primeiro autor (chamado de A) foi responsável pela redação do livro de cozedura nos fols. S 27<sup>v</sup> – S 29<sup>v</sup>, com uma pequena quebra no fol. S 13, sem perdas, proporcionada pelo encadernador da obra<sup>2</sup>. O primeiro autor redigiu o *Livro de cozedura* sem a ajuda de auxiliares, recurso presente principalmente no trabalho do segundo redator (IRISH SCRIPT..., 2013).

Graças ao meticuloso esforço de Larsen e Grewe & Hieatt, foi possível datar o manuscrito, circunscrever a região de composição e identificar um possível “autor” (ou responsável por encomendar a produção) do Ms. Royal Irish Academy 23 D 43. Certas minúcias na grafia (ausência do ð, a duplicação excessiva de consoantes, certos empregos de vogais, entre outras) e as palavras dinamarquesas e norueguesas empregadas (estas últimas muito numerosas) sugerem que a redação ocorreu nos últimos trinta anos do século XV (GREWE & HIEATT, 2001, pp. 4-12; LARSEN, 1931, pp. 15-21).

Cód. Do Ms.	Localização	Idioma/Datação	Comentários
<b>Codex K</b>	Copenhagen	Dinamarquês (traduzido do Meio Baixo Alemão, c.1244-1300)	Escrita clara com elementos decorativos.
<b>Codex Q</b>	Copenhagen	Dinamarquês (provável tradução direta de um original não-dinamarquês, diferente do Codex K). Há alguns termos em francês, baixo alemão e termos emprestados. c.1300.	Redação elegante, poucos elementos decorativos. Apenas as instruções.
<b>Codex D</b>	Dublin	Islandês, c.1470. Os “autores” usaram palavras latinas.	O texto apresenta erros de grafia e contém três receitas a menos e uma a mais quando comparado aos códices K e Q.
<b>Codex W</b>	Wolfenbüttel	Baixo Alemão, c.1400.	Fragmentário, mas proveniente de um dos textos originais.

**Tabela 1: Disposição dos manuscritos em tabela conforme a nomenclatura, local, idioma e redação mais antiga. Como é possível notar, o texto dispõe formas de preparo alimentar que atendem a necessidades da Europa Setentrional, embora a(s) obra(s) original(is) fosse(m) de origem mediterrânica. Fonte: GREWE & HIEATT (adaptado, 2001).**

<sup>2</sup> Ou xxvii<sup>v</sup>, l.5 – xxix<sup>v</sup> conforme outra notação, seguida por uma quebra sem perda no fol. xiii<sup>r</sup>. O livreto foi encerrado no xiii<sup>v</sup>.

O autor era de origem islandesa ou norueguesa, conquanto o manuscrito tenha sido majoritariamente redigido numa versão dialetal do Norueguês ocidental. Neste ínterim, ele provavelmente foi produzido em Søndmøre, mais especificamente em Bergen. Apesar dessa proveniência, a forte influência linguística do Noroeste é notável. Portanto, seria impossível ignorar algumas contribuições de região de Nidaros (Trondheim) e da Islândia (LARSEN, 1931, p. 20; ÓLASON, 2003).

Conforme Larsen, o possível “autor” do manuscrito foi Þorleifr Björnsson de Reykjahólar (+1486), um rico islandês daquela época e grande interessado em assuntos medicinais (LARSEN, 1931: pp. 20-21)<sup>3</sup>. A citação “Hier hefir læknabok Þorleifs Björnssonar” no fol. S 14<sup>r</sup> é o principal indício para tanto. Ao conferir o pródigo diplomata escandinavo da época, foi possível notar que este personagem (ou um homônimo do período) circulava livremente pela corte norueguesa para suplicar pelos seus conterrâneos junto ao rei, ou para solicitar a intervenção régia junto ao papa para contrair casamento com uma parenta próxima.

Ele foi aceito como irmão laico na Ordem Monástica de Munkeliv, Bergen (Noruega) em 1480<sup>4</sup>, às vésperas de ser apontado como “prefeito” da Islândia, informação mais interessante para o contexto de produção do *Livro de cozedura*. Em suma, ele era o *hirðstóri* da ilha, uma espécie de oficial e líder sob designação régia de determinada corte regional. Assim, o islandês deveria supervisionar outros funcionários monárquicos, ler as cartas do rei, defender o reino, controlar o comércio, estabelecer e fazer cumprir a lei, impor e administrar as taxas reais (BIRRO, 2013, p. 93; MILEK, 2010, p. 15)<sup>5</sup>.

Þorleifr manteve as graças e cargos régios até 1483, quando perdeu as benesses do rei por não viajar até a Noruega e prestar seu respeito ao monarca (DIPLOMATARIUM ISLANDICUM, 1900-1904, p. 506). Ele morreu três anos depois, como aponta uma carta entre o bispo Magnus de Skálholt e Einar Björnsson de Agosto de 1487 (LARSEN, 1931, p. 23). Para Larsen, embora as evidências não sejam passíveis de confirmação, o nome do possível “autor”, o estilo de grafia, as conexões de Þorleifr e os interesses intelectuais compactuavam com o objeto disposto no manuscrito (1931, p. 23).

Grewe & Hieatt, por outro lado, não trabalharam com a ideia de autoria, uma vez que a obra é claramente uma compilação de instruções presente em outra(s) fonte(s). De fato, eles apontam a existência de até duas obras originais, compostas provavelmente no séc. XII e de origem francesa (2001, p. 12)<sup>6</sup>. Ademais, as instruções de cozedura não eram novidades, embora a transferência das tradições orais para manuais escritos demonstre certo ineditismo. Trata-se de uma clara tentativa de passar experiências sensoriais para instruções codificadas (APPELBAUM, 2006, pp. 68-69).

O caráter heterogêneo do livro de cozedura islandês, com textos ora em latim, ora em islandês antigo, além de palavras em outras línguas, não pode ser considerado como

---

<sup>3</sup> A relação entre a alimentação e a saúde foi inicialmente um legado da Antiguidade, como um desdobramento da teoria dos humores de Hipócrates. Tal premissa foi reavivada graças ao contato entre o Ocidente e a tradição árabe, sobretudo pelo *كتاب في الطب* (“*Manutenção da saúde*”) de Ibn Butlan (1038-1075), esforço intelectual traduzido em meados do século XIII na Península Itálica como *Tacuinum Sanitatis*, obra amplamente copiada em todo Ocidente Medieval. Para alguns especialistas do tema, os livros de cozedura foram desenvolvidos a partir de tratados médicos, como uma espécie de “terapia” para o controle dos humores e combate às doenças (SIEBEN-JANSEN, 1994, p. 261-279).

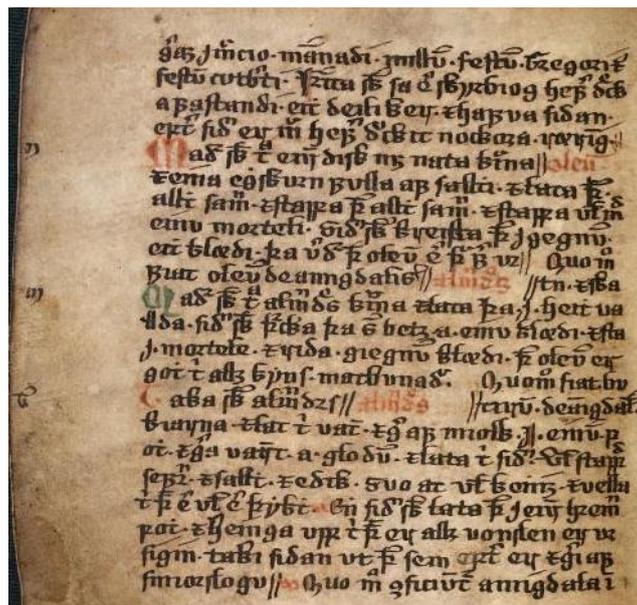
<sup>4</sup> Uma carta de “alle syster ok broedher j Munkalifs kloster” (“todos as irmãs e irmãos do mosteiro de Munkeliv”) determina que certo Þorleifr Björnsson foi completamente aceito na irmandade laica da supracitada ordem (“Thorleiff Björnsson j **fulkomplighit broedhralagh** med oss i Gudh besynderligha fore then kaerleec ock troo och trost akt ock villia ock gudhligheit begerise som han hafwer til waara haelgha ordens patrona fru sancte Birgitte”. Uden Dag 1480 [Munkeliv] ..., 1886, p. 216. O grifo é meu).

<sup>5</sup> [...] Þorleifi Björnssyni hirðstjóra norðan og vestan à Íslandi [...] (14. Febrúar 1478 á Reykhólum ..., 1900-1904, p. 128).

<sup>6</sup> Apesar da suave crítica, Larsen, com base em Molbech e Kristensen, apontou a origem alemã (mais próxima) e francesa (indireta). Ele concluiu a introdução da obra com a seguinte sentença: “It is a curious fact, then, that the oldest specific knowledge of French cooking should come to us from Denmark” (LARSEN, 193, p. 49).

uma corrupção de um pretenso texto original, como os filólogos da culinária poderiam sugerir. Em suma, a origem do “texto” é difícil de encontrar ou mítica: os exames sensoriais realizados na cozinha foram, em determinado momento, registrados e transformados numa invenção original. Provavelmente o autor que compilou a obra não era o autor das receitas, como a mescla de línguas sugere (APPELBAUM, 2006, pp. 69-70).

Portanto, receitas e coleções de receitas migravam na Europa medieval com relativa facilidade, como este compêndio demonstra. Legado à posteridade em quatro manuscritos provenientes de regiões diferentes, com diferenças dialetais e lingüísticas consideráveis, o *Libellus* é um exemplo de constante cópia, reescrita e adaptação de conteúdo (APPELBAUM, 2006, pp. 70-71).



**Imagem 1:** Ms. Royal Irish Academy 23 D 43, fol. S 27<sup>v</sup> (ou fol. xxvii<sup>v</sup>), o início do Livro de cozedura. Os modos de preparo iniciam na l. 5, como é possível notar pela primeira letra capital em vermelho do fólio (*Mad' s<sup>kal</sup> t<sup>a</sup>[ka] eir[n] disk [...]*). A seção intercala capitulares em letras vermelhas e verdes, sem miniaturas, além de palavras em destaque sempre em letras vermelhas. Fonte: Irish Script on Screen (2013).

A intencionalidade desta e das demais obras culinária do período, vide o *boom* de textos de entre os sécs. XIII-XV, repousa nas novas relações entre *homens de cozinha* e seus patronos. Alçados da esfera letrada, eles alcançaram um novo *status* e propuseram novos princípios ao definir instruções (ordens) que precisavam ser seguidas no ato de cozinhar por leitores e escritores. Embora breve e rudimentar, o *Libellus* não se trata de um simples inventário de técnicas e produtos usados, mas de padrões de seleção, variação e combinação de elementos conforme o gosto dele ou daquele “mestre da culinária” (APPELBAUM, 2006, pp. 71-73)<sup>7</sup>.

Esta obra, embora bastante reconhecida fora do país, tem sido negligenciada pelos estudiosos brasileiros do tema, tanto de maneira ampla quanto por aqueles que estudam a alimentação na Idade Média. Como Albala mencionou certa vez, há outras fontes de

<sup>7</sup> Conforme o autor, o *Libellus* trata de uma série de privilégios: de poder, de mestres cozinheiros sobre aprendizes e trabalhadores; de patronos cosmopolitanos sobre os paroquianos. Por fim, de homens sobre mulheres, uma vez que a cozinha levou dois séculos até retornar aos cuidados femininos e três centúrias para uma obra de cozedura aos cuidados de mulheres ser publicado (p. 73).

estudo para a História da Alimentação, como a cultura material, a legislação, os registros comerciais, as imagens, a literatura, os herbários, etc (2012).

No entanto, “a informação dietética básica encontrada em livros de cozinha não é, assim, apenas palpite e especulação, mas pode ser usada para descrever a história dos padrões dietéticos, calorias e de saúde total” (ALBALA, 2012). Esta premissa é válida principalmente para o caso escandinavo: apesar de várias permanências culturais, havia um interesse claro em entreter os ouvintes, o que causava alguns “exageros narrativos” (ANDERSSON, 2006). Ademais, o afastamento entre o período em que determinada história transcorreu e o período de redação das narrativas provocou distorções consideráveis.

Portanto, o contexto de produção da obra (autor, tempo, local de elaboração) é fundamental para identificar aquilo que não está diretamente vinculado ao alimento ou à cultura material, mas aos papéis de gênero, a etnicidade, ou ainda as distinções políticas, religiosas e visões de mundo (ALBALA, 2012).

Para apresentar um breve exemplo sobre estes elementos, sugiro uma análise do vinagre, do vinho, do pão e do trigo na Escandinávia, seguido pela menção destes no poema éddico *Rígsþula*, provavelmente composto entre os séculos IX e X (AMORY, 2001, pp. 3-20; HARRIS, 2005, pp. 94-98)<sup>8</sup>.

Neste intuito, utilizei uma abordagem qualitativa e quantitativa, esta última com a poesia de corte escandinava e quando possível. Busquei menções ao vinho, vinagre, pão e trigo diretas ou por meio de metáforas ou instrumentos poéticos próprios da cultura escandinava.

### **“Panis de frumento et vini de uvis”: vinagre, vinho, pão e trigo**

Stefano Mazza e Yoshikatsu Murooka, num texto amplo sobre a produção e o consumo de Vinagre através do tempo, alegaram que não há indícios na Literatura Nórdica Antiga ou em línguas germânicas antigas sobre a elaboração e a ingestão deste líquido. Eles argumentaram que as palavras usadas para vinagre em gótico (*aket/akeit*) e inglês antigo (*eced*) derivam do latim *acetum*<sup>9</sup>. No entanto, foi a palavra em médio baixo alemão *edik* que auxiliou na propagação da noção de vinagre no âmbito Setentrional (2009, p. 25).

Por fim, ambos atestam que a utilização mais antiga de *edik* em islandês antigo ocorreu numa tradução do Evangelho de Mateus por Oddur Gottskálksson (1538), na forte cena da paixão crística: “Gáfu þeir honum edik að drekka galli blandað” (“Eles deram-lhe de beber vinagre misturado com fel”, Mt 27,34)<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> A datação da *Rígsþula* (*Conto de Ríg* ou *Canção de Ríg*) é matéria de um debate que atravessa os séculos XX e XXI. Em suma, as propostas de datação seguem “escolas” nacionais ou regionais: eruditos escandinavos acreditam que o *Conto* foi composto no século X ou XI; especialistas alemães, holandeses e suíços tendem a datar o poema no século XII ou XIII. Estudiosos ingleses e americanos, por sua vez, vacilam entre os séculos XI e XIII. Os argumentos linguísticos, culturais e hipotéticos de Amory, que situou o poema entre os sécs. IX-X, são os mais equilibrados nesta longa querela (AMORY, 2001, pp. 3-20).

<sup>9</sup> O melhor exemplo é Mt 27:48 do *Codex Argenteus* (séc. IV), a tradução da Bíblia em língua gótica proposta pelo bispo Ulfila (c.310-383): “jah suns þragida ains us im jah nam swamm fulljands **aketis**, jah lagjands ana raus draggkida ina” (“E logo correu um deles, tomou uma esponja, ensopou-a em **vinagre** e, pondo-a numa cana, deu-lhe de beber”. O grifo é meu). A semelhança entre *aketis* e *acetum* é notável (ULFILAS, 2013).

<sup>10</sup> S. Matteus guðsspjöll ..., 2013. Curiosamente, a Bíblia de Jerusalém, dispõe “vinho misturado com fel”, proposta seguida por boa parte das traduções brasileiras. Nas traduções inglesas, por sua vez, foi mantida a palavra vinagre. Não é possível determinar qual o critério usado na tradução, uma vez que o vinho e o vinagre diferem no sabor, na estrutura molecular e nos usos, embora o segundo seja um derivado do primeiro.

Mazza e Murooka aparentemente desconheciam o *Libellus*: eles reconheceram a importância das bebidas fermentadas entre os escandinavos, mas foram modestos ao dizer que “os povos nórdicos poderiam ter conhecimento do vinagre e da fermentação acética” (2009, p. 25).

Porém, como é possível notar no *Libellus* do Ms. D, as instruções 3, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 17 e 23 (39% do total) atestam o uso do vinagre<sup>11</sup>. A última, mais relevante, não apenas citou esse recurso alimentício, mas ensinou como prepará-lo, tanto de maneira lenta quanto acelerada. Neste ínterim, o Ms. K, o mais antigo (c.1244-1300), dispõe de nada menos do que doze instruções de cozinha que incluem o vinagre (K3, K5, K6, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K19, K22 e K23, 48% do total).

O Ms. Q, por outro lado, algumas décadas mais jovem que o Ms. K, dispõe de onze instruções com uso desse líquido de vinte e nove (Q3, Q4, Q5, Q6, Q7, Q9, Q10, Q11, Q18, Q22 e Q23, c.38% do total). Cem anos após este manuscrito e concomitante com o Ms. W, a *Drápa af Máriugrát* (*Encômio sobre a lamentação de Maria*, c.1399, est. 30, l.8), de autoria anônima, retomou a questão do vinagre na cena crística ao criticou os soldados, “sem krafði edikið” (“como se ele tivesse pedido vinagre”). Como é possível notar nos três manuscritos e no poema, o vinagre foi amplamente citado e muito provavelmente utilizado.

A quantidade de receitas surpreende, uma vez que o vinho (*vín*), matéria-prima para o vinagre, era pouco produzido em altas latitudes. Uma das saídas era produzir vinho com caraminheiras (GULLØV, 1997, pp.54-55)<sup>12</sup>, ou ainda a partir da bétula. De maneira geral, o vinho era caro, raro e importado dos rios Reno e Sena (HAGEN, 1995, pp. 220-229; KLÆSØE, 2010, p. 91; MOESGAARD, 2010, p.91; ROESDAHL, 1982, pp. 120-125; THURSTON, 2002, pp. 93-94;)<sup>13</sup>. Conforme os indícios arqueológicos, a bebida foi introduzida na Escandinávia entre o final do século VIII e o início da centúria seguinte (NIELSEN, 2002, pp. 202-203).

Todavia, o “vinho” de caraminheiras ou bétula não era recomendado para fins religiosos cristãos. Uma carta do papa Gregório IX (1160-1241) em resposta ao arcebispo Sigurðr de Niðaróss expôs o problema. Conforme a missiva, o pontífice norueguês recebeu a resposta de dois questionamentos encaminhados ao sucessor de Pedro: os simples poderiam substituir o pão de trigo da Eucaristia por outro feito com um grão mais facilmente encontrado na Escandinávia e o vinho poderia ser trocado por cerveja? (GREGORIUS IX, 1885, pp. 108).

Na resposta, Gregório afirmou que a Eucaristia exige “pão de trigo e vinho de uva” (“panis de frumento et vini de uvis”), excluindo até mesmo os sumos produzidos com caraminheiras, usados sobretudo na Groenlândia e Islândia (GREGORIUS IX, 1885:108). Infelizmente só temos acesso ao documento-resposta, uma vez que a carta norueguesa se perdeu.

Seja como for, segundo a *Páls saga*, “o bispo Jón [de Garðar, Groenlândia] instruiu os homens em como fazer vinho de caraminheiras, conforme o rei Sverrir lhe contou” (*Páls saga Biskups*, IX)<sup>14</sup>. Assim, Páll Jónsson, episcopo de Skálholt (Islândia), provavelmente aprendeu como preparar o líquido e transmitiu o ensinamento aos curas da diocese

<sup>11</sup> A partir desta menção, usarei a letra do Ms. seguida pelo número da instrução, por exemplo, D3 para terceira forma de preparo disposta no Ms. D.

<sup>12</sup> Conhecida em inglês como *crowberry* e em nórdico antigo como *krækiberr*, planta da família *Ericaceae*. Há algumas espécies na Europa, como a roxa, a vermelha e a negra. As *black crowberries* são usuais na Europa Setentrional e até mesmo na costa da Groenlândia (GULLØV, 1997, pp. 54-55).

<sup>13</sup> HAGEN, 1995, pp. 220-229; ROESDAHL, 1982, pp. 120-125; THURSTON, 2002, pp. 93-94; MOESGAARD, 2010, p. 91.

<sup>14</sup> “Jón biskup gaf mönnum ráð til, hversu vín skal gjdra af krækiberjum, eptir því sem Sverrir konúngur hafði honum fyrir sagt”. *Páls saga Biskups*, IX. O grifo é meu.

insular, que podem ter reproduzido tal forma de produzir “vinho” para suprir um dos elementos básicos para o ofício religioso cristão.

Percebe-se, assim, que o vinho e o trigo ainda eram itens caros e raros na Escandinávia em pleno século XIII, o que coloca em dúvida sua utilização de maneira ampla nas centúrias anteriores. O questionamento do arcebispo visava atender o conjunto de cristãos local de maneira abrangente e dispõe um problema logístico que atingia toda população. Ademais, os clérigos escandinavos de alto escalão provinham da aristocracia regional: se fosse um problema sazonal de abastecimento, eles provavelmente poderiam intermediar junto ao rei e aos nobres para encontrar uma solução.

A questão do vinho ainda envolve uma discussão mais ampla: seria esta bebida um claro fator de distinção ou reforço da estratificação social durante a *Era Viking* e além? A partir de um levantamento das menções a bebida na poesia escáldica do século X ao XIV (tabela 2), foi possível perceber que o vinho alcançou seu apogeu enquanto recurso poético nos séculos XIII e XIV.

A maior parcela dos apelos envolve mensagens cristãs (dez no total) contra uma única menção diretamente ligada aos deuses pagãos no *Eiríksmál* (*Encômio a Eiríkr*, c.950, est.1, l.9) e uma indireta no *Vellekla* (*Escassez de ouro*, c.986) de Einarr Helgason *skálaglamm*. Como Abram comentou num trabalho recente, as referências ao paganismo no *Hákonardrápa* (*Encômio a Hákon*, c.999) de Goþormr Sindri e em outras composições ocorreram após a morte do rei Hákon, o bom, quando este monarca não poderia mais se opor ao conteúdo pagão de seus poetas (ABRAM, 2011, pp. 102).

Outras utilizações da palavra num contexto ambíguo são meros exercícios poéticos, pois seus autores foram notáveis cristãos, como são Rognvaldr Kali Kolsson (cruzado e construtor da catedral em devoção a são Magnús das Orkney) e Einarr Skúlason (clérigo islandês responsável pelo poema *Geisli*, uma homenagem a santo Óláfr, padroeiro e *rex perpetuus* da Noruega).

Algumas alusões bíblicas, tradições santorais ou ainda alusões cristãs levam a crer que o vinho esteve fortemente vinculado ao Cristianismo na Escandinávia, pois as menções empreendidas pelos *skalds* circunscreviam a Bíblia, os santos, Jesus Cristo ou contextos desvinculados a estratificação social ou ao paganismo. Em suma, o uso e as lembranças do vinho estão fortemente vinculados ao exercício da Eucaristia, como explicitado na correspondência supracitada entre Gregório IX e Sigurðr de Niðaróss.

Poema/autor/data <sup>15</sup>	Citações	Contexto
1. <i>Eiríksmál</i> ( <i>Encômio a Eiríkr</i> , c.950)	<i>Valkyrjur vín bera</i> (as valquírias servem o vinho).	sonho/premonição (Óðinn antecipa a chegada do rei Eiríkr <i>do machado sangrento</i> ao Valhöll).
2. <i>Vellekla</i> ( <i>Escassez de ouro</i> , Einarr Helgason skálaglamm, c.986)	<i>vín</i> (do vinho) e <i>vin</i> (do vinho)	Encômio (elogio ao <i>jarl</i> Hákon por ter eliminado muitos inimigos e agradado Óðinn).
3. <i>Hákonardrápa</i> ( <i>Encômio a Hákon</i> , Goðormr Sindri, c.999)	<i>Hrafnvíns svan</i> (do cisne do vinho do corvo).	Encômio (elogio ao rei Hákon, <i>o bom</i> , ante a batalha contra os dinamarqueses na Escânia).
4. <i>Lausavísur</i> ( <i>Estrofes laudatórias</i> , Rognvaldr Kali Kolsson, c.1150)	<i>Hvít bar in hreina hlað-Nipt alindriptar vín</i> (a <i>norn</i> de tiara de antebraço de neve [i.e., a mulher de ouro ou dourada] serviu o vinho) e <i>víneik</i> (carvalho de vinho, ou seja, a mulher).	Elogio/Festim (Ermingerðr, viscondessa de Narbonne, em grande fausto/banquete antes do ataque a um castelo na Galícia); Relação cortês (Rognvaldr e Ermingerðr usufruem da companhia um do outro).
5. <i>Runhenda</i> ( <i>Final rimado</i> , Einarr Skúlason, c.1155)	<i>vín vitnis</i> (o vinho do lobo, a saber, o sangue).	Guerra (a campanha do rei Eysteinn Haraldsson em c.1150 em Hartlepool, no condado de Durham).
6. <i>Leiðarvísan</i> ( <i>O guia do caminho</i> , c.1199)	<i>gerði frítt vín ór vatni</i> (fez da água vinho por si só).	Crístico (o milagre das Bodas de Caná, ou seja, a transformação da água em vinho; Jo 2, 1-11).
7. <i>Harmsól</i> ( <i>Sol de tristeza</i> , Gamli Kanóki, c.1199)	<i>Vôr víns</i> (a deusa do vinho, uma mulher, ou seja, Maria Madalena).	Crístico (Maria Madalena banha os pés de Jesus com lágrimas; Lc 7,38)
8. <i>Rekstefja</i> ( <i>Refrão partido</i> , Hallar-Steinn, c.1199)	<i>vín húskqrllum sínum</i> ([serviu] vinho aos seus huskalrs)	Prodigalidade (Óláfr Tryggvason entrega presentes e oferece bebida aos seus homens).
9. <i>Plácitusdrápa</i> ( <i>Encômio a Plácido</i> [s. Eustáquio], c.1199)	<i>njótr elda ulfvíns</i> (o usuário dos fogos do vinho do lobo, i.e., o guerreiro) e <i>Hrafnvíns hyr-gildir</i> (o apreciador do vinho dos corvos).	Conselho (provação após a invasão do lar por perseguição cristã).
10. <i>Hákonarkviða</i> ( <i>A balada de Hákon</i> , Sturla Þórðarson, c.1263)	<i>heilivágr allra stríða</i> (o bálsamo de todos os tormentos).	Elogio (Sturla louva a escolha de Hákon e aqueles que seguiam o último)
11. <i>Hugsvinnsmál</i> ( <i>Palavras do Sábio</i> , c.1250-1300)	<i>vín</i> (vinho).	Conselho (a importância de beber vinho cautelosamente em festas).
12. <i>Drápa af Máriugrát</i> ( <i>Encômio sobre a lamentação de Maria</i> , c.1399)	<i>súrt vínið blandað galli</i> (vinho amargo misturado com fel).	Crístico (A cena da crucificação; Mt 27,34).
13. <i>Heilagra meyja drápa</i> ( <i>Encômio às donzelas santas</i> , c.1399)	<i>víns nie fæðu</i> (nem vinho ou comida).	Tortura (segundo o poema e a legenda, Atanásia passou cem dias sem vinho ou comida).
14. <i>Kátrínardrápa</i> ( <i>Encômio à s. Catarina</i> , Kálfr Hallsson, c.1399)	<i>veiti*selja víns</i> (o salgueiro que oferta vinho).	Conselho/sermão (a ameaça de tortura/crença na vida eterna com Deus).
15. <i>Máriuvísur III</i> ( <i>Estrofes sobre Maria III</i> , c.1399)	<i>víndrykk</i> (bebendo vinho).	Milagre (a intervenção de Maria para transformar a vida de um homem beberrão).
16. <i>Pétrsdrápa</i> ( <i>Encômio a Pedro</i> , c.1399)	<i>Seimvín</i> (vinho melado, i.e., com mel) e <i>sínum efli víngarðs</i> (para fortalecer sua vinha, ou seja, o apóstolo Pedro).	Pecado (como os erros pareciam doces antes da transformação de vida de Pedro); Crístico (Jesus concede as chaves dos céus para Pedro; Mt 16,19; Mt 18,18; At 2,14-40).

**Tabela 2 – menções ao vinho: As menções ao vinho na poesia escáldica. A quantidade de referências após a *Era Viking* é esmagadora. Fonte: Skaldic Poetry Project (adaptado, 2014).**

<sup>15</sup> As datações dos poemas escáldicos com bastante precisão foram possíveis graças ao excelente trabalho de Nitalu Sroka em *The syllable - evidence from Icelandic Skaldic Poetry*, uma grande tese defendida na University of Hawaii (1990). Os autores só foram evidenciados nos poemas de autoria atestada.

Ao retomar a questão do trigo na missiva papal, alguns esclarecimentos são necessários. A Europa estava guarnecida de algumas variedades deste cereal conhecidas como: *Triticum vulgare* (trigo macio, de farinha fina e branca, de inverno e verão), proveniente do Sudoeste da Ásia; *dicoccum*, cultivado na Antiguidade no Egito; *monococcum*, que crescia livremente na Ásia Menor e Balcãs, levados ao Ocidente pelo Danúbio (POSTAN, 1966, pp. 159-160).

Outras variações importantes do *Triticum* foram agregadas posteriormente, como o *Triticum spelta* e o *Triticum durum* (trigo duro), este último da região Mediterrânea europeia e levado à Europa provavelmente durante a invasão árabe da Península Ibérica. Os grãos do tipo *dicoccum*, *spelta* e *monococcum* eram desvalorizados pela dificuldade em remover a casca desde os tempos romanos. Ao que tudo indica, a espelta (trigo vermelho, que pode significar tanto a espécie *dicoccum* quanto o tipo *monococcum*) substituiu os outros cereais de casca na Britania. O fenômeno parece ter ocorrido também em outras regiões, mas é difícil determinar quando e onde (POSTAN, 1966, p. 160).

No entanto, o trigo passou a ser mais cultivado entre os anglo-saxões a partir do século VIII, vinculado ao prestígio e desejo por este item dietético (BANHAM, 2010, p. 192). Ele parece ter alcançado uma popularização ampla na Britania ainda no século IX (BANHAM, 2002, pp. 152-153). Seja como for, uma variação entre cultivos agrícolas foi possível na ilha graças aos escandinavos: escavações e análises em Sttaford, no Danelaw, caminham neste sentido (BANHAM, 2002, p. 153). Em suma, o trigo era mais comum no Oeste da ilha, enquanto o centeio era mais cultivado no Leste desta região. Esta última foi ocupada pelos escandinavos durante as migrações da *Era Viking*, enquanto a primeira era a residência quase exclusiva da população insular anterior.

Entrementes, o centeio, a cevada e a aveia foram os grãos mais cultivados na Escandinávia, sobretudo pelas severas condições climáticas em altas latitudes, além da utilização muito variada: ele servia para mingaus e pães, o preparo da cerveja, alimentar cavalos (principalmente no Sul) e para engorda de porcos (HAMEROW, 2002, p. 135; POSTAN, 1966, pp. 161-162).

O pão feito de trigo era notoriamente superior aos demais, o que levou à cobrança nobiliárquica cada vez maior deste tipo de grão junto aos camponeses: no início do século IX, o *modius*<sup>16</sup> de farinha branca valia aproximadamente um terço a mais que o centeio e o dobro da cevada ou espelta (NEWMAN, 2001, p. 15; POSTAN, 1966, pp. 160-161).

Assim, embora plantado na Escandinávia desde a *Era Viking*, o trigo era raro e caro, um luxo dos abastados. Nesta época, a farinha era produzida em pilões manuais feitos de pedras locais ou eram importados. A massa era armazenada em cubas de madeira ou ferro e assada em cinzas quentes a céu aberto. Posteriormente, provavelmente graças ao desenvolvimento urbano, os pães passaram a ser assados em fornos domésticos internos feitos de vime (WOLF, 2004, pp. 82-83).

Nas leis da terra (*landsleigu bálkr*) do *Gulapingslög* e do *Frostapingslög* (*Leis do Gulaping* e *Leis do Frostapingslög*, respectivamente), na Noruega, é possível observar duas citações sobre o centeio, uma em cada conjunto legal (*Gulapingslög*, 75; *Frostapingslög*, XIII, 1). Em toda poesia escáldica, há poucas menções ao pão (*hleifr*, 3 citações), sendo que uma palavra compósita foi usada para o "pão de centeio" (*rúghleifa*) no *Lausavísur* (c.1054) do poeta Sneglu-Halli (séc. XI) (SKALDIC POETRY PROJECT, 2014).

---

<sup>16</sup> O *modius* era uma unidade romana de secos de c.8,73 L.

Palavra	Poema/autor/data <sup>15</sup>	Citações	Contexto
<b>hleifr</b> (pão)	<i>Volsa þátr</i> (O conto do bastão [pênis], séc. X-XI) <sup>17</sup>	<i>hleifr</i> (um pedaço de pão).	Alimento num argumento (cerimônia pagã envolvendo um falo).
	<i>Lausavísur</i> <sup>18</sup> (As estrofes, Sneglu-Halli, c.1054)	<i>skerði rúghleifa</i> (a foice dos pães de centeio).	Encomiástico (o guerreiro que permanece sempre ao lado da espada).
	<i>Leiðarvísan</i> (O guia do caminho, Anônimo, c.1199)	<i>Hleifum</i> (pães).	Crístico (milagre dos cinco pães e dois peixes; Mt 16, 9; Mc 6, 42; Lc 9, 13-17; Jo 6, 8-11).
<b>hveiti</b> (trigo)	<i>Eiríksdrápa</i> (Encômio a Eiríkr, c.1000)	<i>Freka hveiti</i> (o pão do lobo).	Batalha (matança na querela).
	<i>Sexstefja</i> (Seis refrões, Þjóðólfr Arnórsson, séc. 1065)	<i>Hveiti hræteina</i> (galhos de trigo da carniça).	Coragem (o rei que remove as flechas da armadura na guerra).
<b>barlak, barri e bygg</b> (centeio)	<i>Liðsmannaflokkur</i> (Flokkr dos homens da fortaleza, c.1016)	<i>Brunns byggs skeggja</i> (morador do centeio da cachoeira, i.e., rocha).	Valentia (guarda de uma posição fortificada contra os inimigos).
	<i>Sexstefja</i> (Seis refrões, Þjóðólfr Arnórsson, séc. 1065)	<i>Yggjar valbygg</i> (o centeio do falcão de Yggr, i.e., o centeio de Óðinn) e <i>barri ara</i> ("o centeio dos falcões").	Coragem (o rei removeu as flechas da armadura na guerra); Perícia e morticínio (o rei eliminou seus inimigos).

**Tabela 3 – cereais: Comparado ao vinho ou a outras bebidas (hidromel e cerveja), o pão e os grãos são pouco citados na poesia escáldica. Fonte: Skaldic Poetry Project (adaptado, 2014).**

O trigo, por sua vez, foi usado apenas duas vezes, uma como sinônimo de lanças (*hveiti hræteina* ou "galhos de trigo da carniça")<sup>19</sup>. Finalmente, o centeio (*barlak, barri, bygg*) foi usado três vezes: duas vezes curiosamente em compósitos presentes na *Sexstefja* (Seis refrões, est. 28-29, séc. XI) de Þjóðólfr Arnórsson (c.1015-1070): "o centeio do falcão de Yggr" (*Yggjar valbygg*), i.e., o centeio de Óðinn, e "o centeio dos falcões" (*barri ara*). Assim, as menções são claras referências ao alimento aos pássaros, ou seja, os corpos deixados pelos mortos na guerra (SKALDIC POETRY PROJECT, 2014).

Curiosamente, na mesma estrofe do *Sexstefja* há tanto *hveiti hræteina* ("galhos de trigo da carniça" ou lanças) quanto *Yggjar valbygg* ("o centeio do falcão de Yggr", ou seja, os mortos de Óðinn), o que demonstra a perícia do poeta em seu ofício: Þjóðólfr conseguiu não só proporcionar a rima e o equilíbrio necessários ao trabalho, mas também fez uma associação entre os dois cereais sem nenhuma hierarquização entre ambos.

Ao propor um salto temporal para tomar a quantidade de referências ao trigo no Ms. D do *Libellus* (D13, D14, D15 e D17, c.17,4%), é possível recobrar a origem de dois dos quatro manuscritos da obra, i.e., a Dinamarca, que dispunha de rotas comerciais terrestres ou marítimas com o restante do Ocidente muito mais simples que a Noruega e a Islândia.

Outrossim, duas das quatro instruções (D15 e D17) são nitidamente de caráter nobiliárquico e continental: a receita sobre o cervo é uma possível referência ao *Cervus elaphus* (Veado-vermelho), comum nas regiões da atual Alemanha, Dinamarca, Escócia, Inglaterra, Irlanda e Noruega, mas não na Islândia (LOVARI et alii, 2011).

<sup>17</sup> Embora a narrativa seja de c.1029, alguns consideram o poema do século IX, transmutado posteriormente ou fundido a alguma história do rei Óláfr Haraldsson (c.995-1030)(TOLLEY, 2009, pp. 680-700).

<sup>18</sup> A *lausavísa* (pl. *lausavísur*) é uma estrofe composta em forma poética, ou uma série de estrofes desconectadas por narrativa ou continuidade temática.

<sup>19</sup> Um uso similar é encontrado no *Skáldskaparmál* (c. 1225, v.324) como *Freka hveiti* (carniça).

## Conclusões

Como apontado outrora, o centeio (*rye*) foi introduzido na Britania no período anglo-saxão por iniciativa dos escandinavos do Danelaw. A população local já tinha adotado o trigo como grão de preferência e maior prestígio (BANHAM, 2002, pp. 152-153). Grosso modo, era possível dividir a ilha não só pela ocupação, mas pela preferência do cereal adotado nas lavouras.

Porém, como foi possível notar nos testemunhos elencados outrora, o pão e o vinho recebem menções no contexto cristão ou apresentam poucas referências na poesia escáldica, o que coloca em dúvidas as análises que evocam estes alimentos como um fator abrangente de distinção social. A meu ver, o tipo de plantio, pecuária ou pastoreio de fato definiam as distinções sociais, embora fosse necessário levar em consideração os aspectos regionais e o contexto de produção do indício.

Um excelente exemplo é a narrativa de Ohthere no *Old English Orosius (A versão de Orosius em Inglês Antigo)*. O redator aparentemente ficou surpreso ao descrever qual o tipo de riqueza deste navegador:

Ele era um homem muito próspero naquelas possessões que consistem suas riquezas, ou seja, animais selvagens. Ele ainda tinha, quando buscou pelo rei, seiscentos gamos domesticados não vendidos. Esse gamo é chamado de rena. Seis desses eram *renas-chamariz*. Elas eram muito valiosas entre os *Finnas* porque eles capturavam a rena selvagem com [elas, i.e., as *renas-chamariz*]. Ele estava entre os primeiros homens daquela terra, mas ele não tinha mais do que vinte bois, vinte ovelhas e vinte porcos, e o pouco que ele lavrava ele lavrava com cavalos (OLD ENGLISH OROSIUS, Ms. Cotton Tiberius B.I, fol. 12v)<sup>20</sup>.

Como é possível identificar neste caso, Ohthere, um arrojado navegador que visitou a corte do rei Alfred, era rico por sua atividade de pecuária/pastoreio. O escriba explicou o que era rena para o norueguês (*þa deor hi hatað hranas*, i.e., "Esse gamo é chamado de rena") e ainda estabeleceu como ele dispunha de seis desses animais usados para atrair os demais.

Para o autor da "viagem de Othere", por fim, ele era um dos principais homens de sua região em riqueza e renome, embora espantosamente dispusesse de pouquíssimos animais considerados como parâmetro de riqueza na Inglaterra anglo-saxônica, como bois, ovelhas e porcos. Ao que tudo indica, a pouca lavoura não dispunha nem mesmo de animais específicos ou mais adaptados ao cultivo, como os bois de tração.

A narrativa expõe um curioso paralelo, pois, ao que tudo indica, os escandinavos, sobretudo os dinamarqueses, foram responsáveis pela introdução do cultivo em faixas na Britania através do arado pesado de oito bois de tração (WHITE JR, 1964, pp. 151-153). A principal surpresa do cronista residia, assim, num modelo de riqueza e cultivo desconhecido, não baseado na agricultura ou na pecuária praticada nas ilhas.

No contexto deste morador do "caminho do Norte" (*Norðweg*), o cultivo, inclusive de cereais ou do trigo, não influenciava diretamente a riqueza deste entre os homens, uma

---

<sup>20</sup> O Prof. Dr. Elton O. S. Medeiros (*Visiting research fellow* da University of Winchester) e o Prof. Dtdo. Renan Marques Birro (UNIFAP/UERJ/USP) publicarão uma tradução bilingue da "Narrativa (ou viagem) de Ohthere" no projeto editorial *Antigas Leituras* do Prof. Dr. José Maria Neto (UPE) em 2015.

vez que outras fontes de riqueza (baleias e/ou morsas e renas, no caso de Othere) determinavam seu poderio político e econômico regional.

A partir destas breves considerações, nota-se que tanto nos indícios do *Libellus* quanto nos demais é preciso verificar o contexto regional de maneira mais específica antes de se lançar a explicações generalistas sobre a alimentação na Escandinávia, como se os padrões de víveres a mesa fosse o mesmo nas Órcades e Hébridas, na Islândia, na Suécia ou até mesmo no Norte da Noruega, como o caso de Othere demonstra. O poder do líder, expresso também na mesa, dependia da oferta e da cultura alimentar local.

Deste modo, a utilização dos indícios alimentares pode servir não apenas para reforçar a tese já consagrada de diferenças regionais consideráveis na Europa Nórdica, mas também para identificar a possível origem e datação de determinadas fontes graças à relação entre oferta de alimentos, período e contexto histórico. A análise ampla demais, assim, promove apenas uma generalização excessiva e distorcida do cotidiano escandinavo medieval. Ao entrever as peculiaridades regionais, novas perspectivas de estudo são possíveis, até mesmo para relativizar algumas posições "imperialistas" marcadas pelas condições sócio-políticas na Europa Setentrional do século XIII.

Nestes termos, a tradução do Ms. D pode ser de serventia para além do estudo do próprio documento e de seu contexto de produção: ele também é um suporte e um importante parâmetro para discutir a sociedade nórdica da *Era Viking* e do próprio período de composição deste documento, uma vez que muitas narrativas, usadas hoje como fontes para o estudo do "período viking", foram escritas neste intervalo.

Portanto, a partir de uma leitura comparativa, é possível entrever que elementos do cotidiano do(s) autor(es) dessas narrativas influenciaram diretamente a escrita sobre o passado. Ao considerar a relevância da alimentação na Idade Média, este pequeno exercício pode ser muito esclarecedor para evitar distorções ou ser logrado pelo anacronismo do(s) autor(es). Este(s), como era comum na época, nem sempre se ateu(ativeram) ao que realmente aconteceu no passado, preenchendo as narrativas aqui e ali com elementos de seu próprio tempo.

Este descuido, por sua vez, muitas vezes motivado pela ingenuidade ou pela falta de análise de parâmetros posteriores, pode provocar um anacronismo no estudo do passado, que fomenta a inserção de determinados gêneros alimentícios e hábitos de maneira extemporânea e errática.

### **Fontes primárias**

14. Febrúar 1478 á Reykhólum In: *DIPLOMATARIUM ISLANDICUM*, vol. 6. Reykjavík: Í Félagsprentsmuðju, 1900-1904, p. 128.

26. Nóvember 1483 í Flensborg In: *DIPLOMATARIUM ISLANDICUM*, vol. 6. Reykjavík: Í Félagsprentsmuðju, 1900-1904, p. 506.

GREGORIUS IX. Pave Gregorius IX's Instrux om Bröd og Vin i Nadveren In: STORM, Gustav (ed.). *Norges Gamle Love indtil 1387*. Vol. 1. Christiania: Grondahl & Son, 1885, p. 108.

CAPARRINI, Marialuisa. *La letteratura culinaria in bassotedesco medio: un'indagine linguistica e storico-culturale sulla base del ricettario di Wolfenbuttel (cod. Guelf. Helmst. 1213)*. Göppinger Arbeiten zur Germanistik, nr. 732. Tradução e comentários do texto original em baixo alemão para o italiano a cura da autora. Göppingen: Kummerle, 2006 (originalmente a tese doutoral defendida pela autora na Università degli studi di Firenze, 1999).

HARPESTRÆNG, Henrik. Kogebøger In: KRISTENSEN, Marius (ed.). *Gamle danske urtebøger, stenbøger og kogebøger*. København: H.H. Thieles bogtrykkeri, 1908-1920, p. 194-199.

LARSEN, Henning. The Cook-Book In: \_\_\_\_\_. *An Old Icelandic Medieval Miscellany*. Oslo: I Kommissjon hos Jacob Dybwad, 1931, p. 131-135.

MOLBECH, C. En dansk kogebog fra det 14de Aarhundrede, meddeelt In: *HISTORISK TIDSSKRIFT*, Bind 1, Vol. 5. København: 1844, p. 557-564.

Ohthere narrative In: LUND, Niels (ed.). *Two voyagers at the court of king Alfred (from the Old English Orosius)*. Tradução de Christine E. Fell. York: Willam Session, 1984, p. 18-22.

Ohthere's "Northern" Voyage In: \_\_\_\_\_. *The Terfinnas and Beormas of Ohthere*. Tradução bilíngue de Alan S. C. ROSS. London: Viking Society for Northern Research, 1981, p. 16-24.

Royal Irish Academy Ms 23 D 43 In: IRISH SCRIPT ON SCREEN. Disponível em <http://www.isos.dias.ie/> Acesso em 03 set 13.

S. Matteus guðsspjöll In: NÝJA TESTAMENTI. Tradução de Odds Gottskálkssonar. 1538 Disponível em <http://lexis.hi.is/ordlyklar/ntodds/nto.htm> Acesso em 05 set 13.

Uden Dag 1480 [Munkeliv] In: UNGER, C.R. & HUITFELDT-KAAS, H. J (eds.). *DIPLOMATARIUM NORVEGICUM*, vol. XII. Christiania: P. T. Mallings Boghandels Forlag, 1886, p. 216.

ULFILAS. Gothic Bible In: ULFILA PROJECT. Disponível em [www.wulfila.be](http://www.wulfila.be) Acesso em 05 set 13.

WISWE, Hans. Ein mittelniederdeutsches Kochbuch des 15. Jahrhunderts In: *BRAUNSCHWEIGISCHES JAHRBUCH 37*. Braunschweig: Waisenhaus-Buchdruckerei, 1956, p. 19-55.

## Referências

ABRAM, Christopher. *Myths of the pagan North: the gods of the Norsemen*. London: Continuum, 2011.

ALBALA, Ken. Cookbooks as Historical Documents In: PILCHER, Jeffrey M (ed.). *The Oxford Handbook of Food History*. Oxford: Oxford University Press, 2012.

Versão online, DOI 10.1093/oxfordhb/9780199729937.001.0001

AMORY, Frederic. The Historical Worth of Rígsþula, *Alvíssmál* 10, 2001, p. 3-20. Disponível em <http://userpage.fu-berlin.de/~alvismal> Acesso em 20 set 13.

APPELBAUM, Robert. The Cookbook as Literature In: \_\_\_\_\_. *Aguecheek's beef, Belch's hiccup, and other gastronomic interjections*. Chicago: The University of Chicago Press, 2006, p. 68-69.

BARRETT, James et alii. Interpreting the Plant and Animal Remains from Viking-age Kaupang In: *Kaupang in Skiringssal. Kaupang Excavation Project Publication Series*. Aarhus: Aarhus University Press, 2007, p. 283-319.

BIRRO, R. M. As caracterizações do sagrado na monarquia norueguesa (sécs. X-XII) In: \_\_\_\_\_. *Rex perpetuus Norvegiæ: A sacralidade régia na monarquia norueguesa e a santificação de Óláfr Haraldsson (c. 995-1030) à luz da literatura nórdica latina e vernacular (sécs. XI-XII)*. Dissertação. Niterói: PPGH/UFF, 2013, p. 93.

GREWE, Rudolf & HIEATT, Constance B. *Libellus de arte coquinaria: An Early Northern Cookery Book*. Edição, Introdução, notas, comentários e bibliografia por †Rudolf Grewe & Constance B. Hieatt. Medieval and Renaissance texts and studies, vol. 222. Tempe: Arizona Center for Medieval and Renaissance Studies, 2001.

GULLØV, Hans Christian. Archeology In: \_\_\_\_\_. *From Middle Ages to Colonial Times: archaeological and ethnohistorical studies of the Thule culture in South West Greenland 1300-1800 AD*. Copenhagen: Museum Tusulanum Press, 1997, p. 54-55.

GULLØV, Hans Christian. Archeology In: \_\_\_\_\_. *From Middle Ages to Colonial Times: archaeological and ethnohistorical studies of the Thule culture in South West Greenland 1300-1800 AD*. Copenhagen: Museum Tusulanum Press, 1997, p. 54-55.

HAGEN, Ann. *A secondary Handbook of Anglo-Saxon food and drink: production and distribution*. Norfolk: Anglo-Saxon Books, 1995, p. 220-229.

HAGEN, Ann. *A secondary Handbook of Anglo-Saxon food and drink: production and distribution*. Norfolk: Anglo-Saxon Books, 1995, p. 220-229.

HAMEROW, Helena. *Early Medieval Settlements: the Archaeology of rural communities in Northwest Europe, 400-900*. Oxford: Oxford University Press, 2002.

HAMEROW, Helena. *Rural Settlements and Society in Anglo-Saxon England*. Oxford: Oxford University Press, 2012.

HARRIS, Joseph. Eddic Poetry In: CLOVER, Carol & LINDOW, John (eds.). *Old Norse-Icelandic Literature: A Critical Guide*. Toronto: University of Toronto Press, 2005, p. 68-155.

HUDSON, Benjamin T. Battle, Marriage, and Empire In: \_\_\_\_\_. *Viking Pirates and Christian Princes: Dynasty, Religion, and Empire in the North Atlantic*. Oxford: Oxford University Press, 2005, 33-54.

JENNBERT, Kristina. Animals in Midgard In: \_\_\_\_\_. *Animals and Humans: Recurrent Symbiosis in Archaeology and Old Norse Religion*. Lund: Nordic Academic Press, 2011, p. 53-116.

LOVARI, S., Herrero et alii. Cervus elaphus. In: IUCN 2011. IUCN Red List of Threatened Species. Version 2011.2. <[www.iucnredlist.org](http://www.iucnredlist.org)>. Downloaded on 26 February 2012.

MAZZA, Stefano & MUROOKA, Yoshikatsu. Vinegars Through the Ages In: SOLIERI, Lisa & GIUDICI, Paolo (eds.). *Vinegars of the World*. Milan: Springer-Verlag, 2009, p. 25.

MILEK, Karen (ed.). *Vatnsfjörður 2010*. Reykjavík: Fornleifastofnun Íslands/NABO, 2010.

MOESGAARD, Jens Christian. The incursion of the Vikings into the natural and cultural landscape of upper Normandy In: KLÆSØE, Iben Skibsted (ed.). *Viking Trade and Settlement in Continental Western Europe*. Copenhagen: Museum Tusulanum Press, 2010, p. 91.

MOESGAARD, Jens Christian. The incursion of the Vikings into the natural and cultural landscape of upper Normandy In: KLÆSØE, Iben Skibsted (ed.). *Viking Trade and Settlement in Continental Western Europe*. Copenhagen: Museum Tusculanum Press, 2010, p. 91.

NEWMAN, Paul B. Eating and Cooking In: \_\_\_\_\_. *Daily life in the Middle*. Jefferson: McFarland & Company, 2001, p. 3-36.

NIELSEN, Ann-Lili. Rituals and power: about a small building and animal bones from the late Iron Age In: ANDRÉN, Anders; JENNBERT, Kristina & RAUDVERE, Catharina (eds.). *Old Norse Religion in long-term perspectives: origins, changes and interactions*. An international conference in Lund, Sweden, June 3-7, 2004. Lund: Nordic Academic Press, 2005, p. 243-247.

NIELSEN, S. Urban Economy in Southern Scandinavia in the Second Half of the First Millennium AD In: JESCH, Judith (ed.). *The Scandinavians. from the Vendel period to the Tenth Century: an ethnographic perspective*. Woodbridge: Boydell & Brewer, 2002, p. 202-203.

ÓLASON, Vésteinn. *Íslendingabækur – The Books Of The Icelanders*. Richard and Margaret Beck Trust Lecture. University of Victoria, 2003. Disponível em <http://web.uvic.ca> acesso em 03 set 13.

POSTAN, M. M. *The Cambridge Economic History of Europe*, Vol. 1: The Agrarian Life of the Middle Ages. Cambridge: Cambridge University Press, 1966.

PRIEST-DORMAN, Carolyn. *Archaeological Finds of Ninth- and Tenth-Century Viking Foodstuffs*. Última modificação em 19 mai 99. Acesso em 21 out 2013 Disponível em <http://www.cs.vassar.edu/~capriest/vikfood.html>

PRIEST-DORMAN, Carolyn. *Archaeological of Viking Hearths*. Última modificação em 21 dez 98. Acesso em 21 out 2013 Disponível em <http://www.cs.vassar.edu/~capriest/hearth.html>

ROESDAHL, Else. *Viking Age Denmark*. London: British Museum, 1982, p. 120-125.

ROESDAHL, Else. *Viking Age Denmark*. London: British Museum, 1982, p. 120-125.

SIEBEN-JANSEN, Ria. From food therapy to cookery-book In: KOOPER, Erik (ed.).

*Medieval Dutch Literature in its European Context*. Cambridge: Cambridge University Press, 1994, p. 261-279.

THURSTON, Tina L. The Viking Age in Denmark In: \_\_\_\_\_. *Landscapes of Power, Landscapes of Conflict: State formation in the South Scandinavian Iron Age*. London: Kluwer, 2002, p. 93-94.

THURSTON, Tina L. The Viking Age in Denmark In: \_\_\_\_\_. *Landscapes of Power, Landscapes of Conflict: State formation in the South Scandinavian Iron Age*. London: Kluwer, 2002, p. 93-94.

TOLLEY, Clive. *Vǫlsa þátr: Pagan Lore or Christian Lie?* In: HEIZMANN, Wilhelm, BÖLDL, Klaus & BECK, Heinrich (eds.). *Analecta Septentrionalia*. Berlin: De Gruyter, 2009, p. 680-700.

WHITE JR, Lynn Townsend. *Medieval Technology & Social Change*. Oxford: Oxford University Press, 1964.

Uden Dag 1480 [Munkeliv] In: UNGER, C.R. & HUITFELDT-KAAS, H. J (eds.). DIPLOMATARIUM NORVEGICUM, vol. XII. Christiania: P. T. Mallings Boghandels Forlag, 1886, p. 216.

ULFILAS. Gothic Bible In: ULFILA PROJECT. Disponível em [www.wulfila.be](http://www.wulfila.be) Acesso em 05 set 13.

**O Livroto da arte da cozedura (*Libellus de arte coquinaria*, c.1300)  
com base no Ms. Royal Irish Academy 23 D 43 (Ms. D, c.1470)**

<p>[Incipit libellus de arte coquinaria]<sup>1</sup></p> <p>[27<sup>v</sup>]I. oleum Madur skal taka eirn disk med nata kiarna    ok eina egg skurn fulla af salltti. ok lata þat alltt saman. ok stappa þat alltt saman. ok stappa vel med einu morteli. Sidan skal kreista þat j gegnum. eitt klædi. þa verdur þat oleum er þar fer ur.</p> <p>2. Quo modo fiat oleum de amigdalīs    almandres    Madur skal taka almandres kiarna ok lata þa j heitt vatn. ok skallda. sidan skal þurcka þa sem bettz a einu klædi. ok stappa j mortele. ok rida. giegnum klædi. þat oleum er gott til allz kyns. matbunadar.</p> <p>3. Quomodo fiat butirum. de amigdalīs    almandres    Taka skal almandrs kiarna ok lat til vatn. ok ger af miolk. j einum. pott. ok gera varmt a glodum. ok lata til sidan. vel stappad sefran. ok salltt. ok edik. svo at vel kenniz. ok vella til þess er vel er þykkt. Enn sidan skal lata þat j eirn hreinan pott. ok heinga upp til þess er allr vonslen er ur sigin. taki sidan ut þat sem eptir er ok geri af smiorslogu   </p> <p>4. Quo modo conficiuntur amigdala in    pastello    Madur skal gera þycka [28<sup>r</sup>] almandrs miolk. ok lata j pastels. kopp. gervan af deigi ok nockut med af salltti. ok lyki sidan ofan med deigi ok steiki j ofne sem aunnur pastel.</p> <p>5. Quo modo fiat ac accentuosum de amigdalīs    almandrez    kiarna    Almandrs kiarna. skal taka ok gera þyckva miolk. ok lata þar til edik ok vin. ok sioda a glodum þar til er þycknar. þetta er jafn gotl sem sur sauda miolk.</p>	<p>Este é o início do livroto da arte da cozedura<sup>2</sup></p> <p>I. Óleo Tomar um prato com a polpa de nozes e uma casca de ovo cheia de sal; [É preciso] unir os ingredientes e triturá-los juntos: triture-os bem num moedor. Em seguida, deve-se espremer isso [a massa] através de um pano. Assim se obtém o óleo que sai.</p> <p>2. <i>Como fazer óleo de amêndoas. Amendoeiras.</i> Tomar a polpa das amêndoas [e] colocar em água quente e escaldá-las. Posteriormente seque-as o melhor que puder com um pano, triture-as num moedor e esprema-as através do pano. Assim o óleo é bom para todos os tipos de cozedura.</p> <p>3. <i>Como fazer manteiga de amêndoas. Amendoeiras.</i> Tomar a polpa das amêndoas, adicionar água e fazer um leite num pote; Aquecer [a mistura] sobre os carvões. Em seguida, adicionar açafraão bem esmagado, sal e vinagre até que fiquem visíveis, e ferver até que ela [a mistura] esteja completamente espessa. Colocar num pote limpo e inclinar no alto até que o sumo escorra. Depois, apanhar o que sobrar e fazer manteiga.</p> <p>4. <i>Como acondicionar amêndoas em tortas.</i> Apanhar o leite espesso de amêndoas e derramar nas tortas feitas de massa; adicionar um pouco de sal. Feche-as com massa e faça-as no forno como outras tortas.</p> <p>5. <i>De que maneira acentuar o sabor das amêndoas. Amendoeiras.</i> Tomar polpas de amêndoas e fazer um leite espesso; adicionar vinagre e vinho e ferver sobre os carvões até a mistura tornar-se espessa. Isso é tão bom quanto leite de ovelha azedo.</p>
---	---

<sup>1</sup> A sentença inicial, que deu nomeia a tradução, está presente apenas no manuscrito K (Ny samlung nr. 66, 8vo). A seguir, a numeração das páginas exposta conforme o padrão paleográfico; por exemplo, 28<sup>r</sup> (*recto* ou frente) e 28<sup>v</sup> (28 *verso*).

<p>6. Quomodo temperetur salsum dominorum et quam diu durabit.   Geroforsnagla skal taka. ok muskat cardemomium<sup>2</sup> pipar. canel. Ingifer<sup>3</sup>. sitt jaamn væge af hveriu. utan canel. skal vera jafn þycktt vid allt hitt annath ok svo micit steiktt braud sem alltt þat er fyr er sagtt. ok skera þat alltt saman. ok mala med stercku ediki. ok lata j legil. þat er þeirra sals ok um eitt misseri.</p> <p>7. Quomodo condiantur assature in salso supra dicto. þat sem madur vill af þessu salse hafa   þa skal hann vella j ponnu vel a glodum branda lausum. Sidan skal madur taka villi brad af hirti æda ra. ok specka vel. ok steikina. ok skerra þat vel brentt   ok j þann tima sem salset er kalltt. [28<sup>v</sup>] þa skal þetta þar slæggiaz med. littlu salltti. þa ma liggia um   þriar vikur. Sva ma madur leinge vard veita. gæs endur. ok adrar villibradir. ef hann sker þær þunnar. þetta er et betza sals er herra menn hafa.</p> <p>8. Dea  us<sup>3</sup> salsis    mustard ok la   Madur skal taka mustard ok   ok lata til fiorda hlut af hunangi ok mala þat alltt saman med godu ediki. þetta dugir vel .xl. dagha.</p> <p>9. Item sem salsa    mustar    Taka skal mustard ok lata til þridiung af hunangi. ok tiunda hlut af afsi<sup>4</sup>. enn tvo slik af kanele. mala þetta. alltt saman med stercktt edik. lata sidan j legil. þat dugir um þria manadi.</p>	<p>6. <i>Como temperar um molho para senhores e quantos dias ele dura.</i> Tomar dentes de alho e noz moscada, cardamono<sup>3</sup>, pimenta, canela, gengibre<sup>3</sup> – a mesma quantidade de cada, exceto a canela, que deve ter a mesma quantidade de todos os outros [ingredientes]; fazer como pão assado tudo que foi dito antes; cortar ela [a mistura] toda unida e moer com vinagre forte, e coloque-a num barril. Este é o molho deles, que permanece bom por meio ano.</p> <p>7. <i>Como condimentar assados com o molho supracitado.</i> Quando alguém quer usar este molho, deve ferver num pão sobre carvões sem chamas. Então ele deve tomar um gamo, veado ou cabrito-montês, guarnece-lo com banha e tostá-lo, além de cortá-lo bem abrado. Quando o molho estiver frio, a carne deve então ser fendida com um pouco de molho. Então ele [o assado] deve descansar por três semanas. Assim, alguém pode manter gansos, patos e outra caça, se for cortado fino. Este é o melhor molho que as gentes tem.</p> <p>8. <i>Sobre outros molhos. Mostarda e la[ilegível].</i> Tomar mostarda e adicione quatro partes de mel; moer tudo com bom vinagre. Permanece bom por quarenta dias.</p> <p>9. <i>Item como molho. Mostarda.</i> Tomar mostarda e adicionar um terço de mel, um décimo de anis<sup>4</sup> e outros dois de canela. Moer tudo com vinagre forte e colocar [a mistura] num barril. Permanece bom por três meses.</p>
--	--

<sup>2</sup> Embora pareça uma "redundância" de sabor, os tipos de gengibre apontados procediam de origens diversas. O **cardamono**, derivado do latim *cardamomum*, uma latinização do grego *καρδάμωμον* (*kardamomon*), i.e., a fusão de *kardamon* (agrião) e *amomon* (especiaria das Índias), ou que pode ser traduzido como "planta aromática", pertencente à família dos gengibres (Zingiberaceae). O **ingifer** é outro tipo gengibre (*Zingiber officinale*) de origem sul-asiática, conhecido em Inglês antigo como *gingifer* e no latim medieval como *gingiber* (ou *zingeber*, ou ainda *zingiber*). A Língua feroesa manteve até a atualidade a mesma grafia do manuscrito (LIDDELL, Henry G. & SCOTT, Robert. *καρδάμωμον* In: \_\_\_\_\_. *A Greek-English Lexicon*. Oxford: Clarendon Press, 1940. Disponível em [www.perseus.tufts.edu](http://www.perseus.tufts.edu) Acesso em 05 Ago 13; YOUNG, G. V. C. & CLEWER, Cynthia R. *Ingifer* In: \_\_\_\_\_. *Føroysk-Ensk Orðabók - Faroese-English Dictionary*. Peel: Føroya Fróðskaparfelag, 1985, p. 273; *Gingifer* In: *Dictionary of Old English Plant Names*. Disponível em [oldenglish-plantnames.org](http://oldenglish-plantnames.org) Acesso em 05 Ago 13; MORTON, Mark. *Ginger* In: \_\_\_\_\_. *Cupboard Love: a dictionary of Culinary Curiosities*. Ontario: Insomniac Press, 2004, p. 141).

<sup>3</sup> No Ms. K, "de aliis salsis".

<sup>4</sup> **Anis** ou **erva-doce**.

<p>10. Quomodo condiantur pisces. jñ salso sibi adaptato   Madr skal ta    Madur skal taka geddur. Brams<sup>5</sup> ok adra fiska ok steika med oleo. Þvi sem fyr segiz. Enn sidan þeir eru vel skeitir. Þa skal taka af fyr sagdri oleo ok steyta med edik ok rida j gegnum editt klædi. Þetta sals er gott til allz kyns fiska.</p> <p>11. De salsa valoris minimi. Taka skal uniam ok skerra þat smatt sem ertur. ok jafn mikit af petrisilium. canel ok pipar alltt jafn micit ok mala med edik alltt saman. Þetta sals er gott þria daga.</p> <p>12. De sal[s]a ad carnes recentes   stappa    kof lau    Klof lauk skal taka ok stappa med ny   vinber ok salltt. Þetta sals er [29<sup>r</sup>] gott. um einn dagh vid gaas grion flesk ok nauta kiot.</p> <p>13. Quomodo temperetur cibus. qui dicitur hwit mos. Madr. Maadur skal taka sæta miolk ok vel stappat hveiti braud. ok sleigit egg ok vel malit. Sæfran. ok lata þat vella alltt saman til þess verdur þycktt. Sidan lati þat upp aa disk ok kasti j smiorvi. Þetta heitir hvitinos.</p> <p>14. De cibo. qui vocatur. kalus    Sæta miolk Maadur skal taka sæta miolk. ok skera þar j skorpuna af hveiti braudi. ok skera svo smatt sem teninga. ok sidan lata þat j ponnu. lata þar til rauda af eggjum vel sleigit þat heitir kalus.</p> <p>15. Quomodo conficiatur. pastellum de medullis cervorum    hiarartar Sjoda skal hiartar bein. ok sla þau j sundur   þa er þau ero sodinn ok kollid ok ger deig af kollid vatni. ok hveiti miole. ok lat þar til salltt. pipar ok canel. ok mergin</p>	<p>10. <i>Como condimentar peixes em molho para adaptar. Alguém deve tomar.</i> Alguém deve tomar um lúcio, brema<sup>5</sup> ou outros [tipos de] peixes e frigi-lo com o óleo que foi contado antes. Mas quando ele estiver bom, deve-se tomar o óleo supracitado, misturar com vinagre e torcer com um pano. Este molho é bom para todos os tipos de peixe.</p> <p>11. <i>O molho de valor mínimo.</i> Tomar uma cebola e corte-a tão pequena quanto ervilhas. Numa proporção igual de salsa, canela e pimenta, moer tudo. Este molho permanece bom por três dias.</p> <p>12. <i>O molho para carnes recentes. Alho esmagado.</i> Tomar alho e esmagá-lo com vinho novo e sal. Este molho é bom por um dia com ganso, porco fresco e bife.</p> <p>13. <i>Como temperar o alimento chamado de pudim branco. Um homem.</i> Apanhar leite doce, pão de trigo bem moído, um ovo batido e açafão bem crescido; deixe tudo ferver até [a massa] crescer espessa. Assim, despejar [a massa] sobre um prato e jogar na manteiga. Isso é chamado de pudim branco.</p> <p>14. <i>O alimento chamado kalus. Leite doce.</i> Apanhe leite doce e corte sobre ele cascas de pão de trigo; corte-as tão pequenas quanto cubos, e então coloque-as num pão e adicione gemas de ovos bem batidos. Isso se chama <i>kalus</i>.</p> <p>15. <i>Como preparar torta de tutano de cervos. Cervos.</i> Tome os ossos fervidos de um cervo e quebre-os em pedaços; Após terem fervido e esfriado, faça uma massa com água fria e farinha de trigo: adicione sal, pimenta,</p>
--	---

<sup>5</sup> A **brema** é uma espécie de peixe de água doce comum ao Norte dos Alpes e Pireneus, nos Balcãs, no Mar Cáspio, no Mar Negro e no Mar Aral.

<p>ur fyr sogdum beinum. ok gera þat j pastel. ok baka j ofni.</p>	<p>canela e o tutano dos supracitados ossos. Faça disso uma torta e asse no forno.</p>
<p>16. De pullis simpliciter temperandis.   ugt hæsn Taka skal ungtt hæns. ok sioda med spek. ok kæla þat. ok lida sundur. ok annann tima verma þetta. hæns er gott at eta varmtt.</p>	<p>16. <i>Os frangos temperados com simplicidade. Frango jovem.</i> Tome um frango jovem e ferva-o com banha de porco; esfrie [a mistura], corte e esquite novamente. É agradável comer este frango quente.</p>
<p>17. Quomodo. tempentur. pulli cum diversis speciebus    hæns    Madur skal skera hæns j sma   stycki ok sioda þat j vatni. ok mala [29<sup>v</sup>] pipar canel sefram. ok hveiti braud. ok lifrena sodna. ok lata aptur j sodit med ediki. ok salltti matuliga.</p>	<p>17. <i>Como temperar frangos com espécies diversas. Frango.</i> Corte o frango em pequenos pedaços e ferva-o em água; moa pimenta, canela, açafraão e pão de trigo. O fígado fervido deve ser colocado no caldo com vinagre e sal moderado.</p>
<p>18. De cibo qui dicitur klokenhonir    Gama Madur skal sioda eitt heilltt gamalltt hæns. ok taka annat hratt hæns. ok rifva sundur smatt. ok lata til spek skorit sundur smatt sem ertur ok malinn kumin. sæfran vin svins jstur. salltt. hævelega. ok hit rauda ur eggj. Svo at þa se bædi jafn þyck. ok skal j þessy ollu saman þat hæns annan tima vella. þat heitir kloken honir.</p>	<p>18. <i>O alimento chamado kloken honer. Velho[ilegível].</i> Ferva um frango velho inteiro e pegue outro frango cru e rasgue-o em pequenos pedaços; adicione pedaços de toucinho tão pequenos quanto ervilhas, cominho do chão, açafraão, vinho, banha de porco, uma porção apropriada de sal e gema de ovo, de maneira que ambos [os frangos] fiquem igualmente espessos. Ferva o frango nisso uma segunda vez. Isso se chama <i>kloken honer</i>.</p>
<p>19. De cibo qui dicitur honir nidrvegheth<sup>6</sup> Madur skal steikia hæns   ok skera þat sundur. ok mæla kloflauk. ok lata til heit sod. ok feiti. vin ok salltt. ok þat rauda i eggj vel slegit. ok lifrina med maganum. ok skal j þessu ollu saman þat hæns. vel vella.</p>	<p>19. <i>O alimento chamado de frango à caçador<sup>6</sup></i> Asse um frango cortado em pedaços, uma medida de alho, caldo quente e gorduroso, vinho, sal, gema de ovo bem batida, o fígado e o estômago. O frango deve ferver nisso tudo cuidadosamente.</p>
<p>20. Aliud temperamentum pulorum    hens Madur skal skera hæns alltt j stycki   ok mala pipar ok canel ok cardemomum. alltt jafn micit. ok taka þat hvita af eggj sodit hartt ok skera smatt. ok lata til sæfran ok ædik ok gera þat þyktt med því Rauda j egginu. ok lata j salltt</p>	<p>20. <i>Outra forma de temperar frangos. Frango.</i> Corte a galinha em pedaços e moa pimenta, canela e cardamomo em quantidades iguais, e tome a clara de ovos bem fervida e corte-a em pedaços. Adicione açafraão e vinagre; torne [a mistura] espessa com a gema de ovo e adicione uma quantidade apropriada</p>

<sup>6</sup> A tradução é controversa. Há duas hipóteses: *niðr* (no sentido de sob) + *veiða* ("caçar") ou *niðr* + *vegr* ("caminho") (GREWE, Rudolf & HIATT, Constante B. Vocabularies in Icelandic *In: \_\_\_\_\_*. *Libellus de arte coquinaria: an early northern cookery book*. Tempe : Arizona Center for Medieval and Renaissance Studies, 2001, p. 136).

<p>hæfviliga.</p> <p>21. Quomodo comdiantur pulli in pastillis. Madur skal eitt ongtt hæns j .ii. skera ok svepa þar um heil salvie blod<sup>7</sup> [13<sup>r</sup>] ok skera j spek. ok salltt med lata at lyfe. Sidan hylia þat med deigh ok baka sem brard i ofne.</p> <p>22. De cibo qui dicitur kloken vanlynir. Deig Madur skal gera einn kopp af deigi. ok skera j eitt hæns alltt j stycki. ok lata þar j spek. ok skera sidan sem ertr. ok lata til pipar. ok comin. Sæfran ok þat rauda ur eggj. vel slegit. taka sidan koppin lugtann. ok baka sem brard j ofne. er seger um edigs gerd.</p> <p>23. Edik kall Acetum<sup>8</sup> er edik   kalltt ok þurt j annan stett. ædik ma med þessum hætti verda. Half fylla skal keralld med vine. eda audrum godum dryck þeim sem edik ma af verda. ok spunzi eigi ne hylj. Enn et madur þarf bradliga. ædik ath gera. Leggj heita stal gadda eda. steina j þann dryck sem hann vill. ædik af gera. ok lata standa svo keralld med vin. eda ardrum dryck j solar hita um .ii. dagha eda .iii. vil vill madur profva hvortt edik er gott eda eigi. þa skal hann lata edik a jord. eda kalltt jarn ok ef þa gerir bolur. eda frodu a sir svo sem velli.   þa er þat gott enn eigi ellegar [13<sup>v</sup>].</p> <p>[Amen]<sup>9</sup>.</p>	<p>de sal.</p> <p>21. <i>Como condimentar o frango em tortas.</i> Corte um frango jovem em dois e envolva-o completamente com folhas de sálvia<sup>7</sup>; corte sobre [o frango] bacon e adicione sal para ajustar o sabor. Então, cubra isso [o frango] com massa e asse como um pão no forno.</p> <p>22. <i>O alimento chamado kloken vanlyner.</i> Massa. Tomar um copo de massa e cortar o frango dentro dele; adicionar toucinho e cortá-lo em seguida no tamanho de ervilhas; adicionar pimenta, cominho, açafrão e gema de ovo bem batida. Feche o copo e asse-o como pão no forno. Aqui se diz sobre como fazer vinagre.</p> <p>23. <i>Vinagre gelado</i> Acetum<sup>8</sup> é o vinagre gelado e seco num segundo nível. O vinagre é feito desta maneira: encha pela metade um vaso com vinho ou outra bebida própria para fazer vinagre, mas não feche nem cubra [o vaso]. Mas se um homem precisa fazer vinagre rapidamente, deixe-o colocar cravos quentes de ferro ou pedras na bebida que ele deseja fazer o vinho, e deixe-a descansar como dito outrora. Alguns fazem dessa maneira: eles colocam o vaso com vinho ou outra bebida no calor do sol por dois ou três dias. Se alguém quiser testar se o vinagre é bom ou não, deixe-o colocar sobre a terra ou ferro quente, e se isso [o líquido] borbulhar ou espumar como se estivesse fervendo, então é bom; caso contrário, não [é bom].</p> <p>Amém<sup>9</sup>.</p>
---	---

**Recebido em 21/02/2015 e Aceito em 22/05/2015.**

<sup>7</sup> O texto termina abruptamente no meio desta receita e continua no fol. 13r. Trata-se de uma provável reorganização tardia do texto.

<sup>8</sup> Do latim *aceō* ("ser azedo"). O autor contextualizou o nome do condimento em latim com o nome em nórdico antigo, *edik*.

<sup>9</sup> Palavra presente apenas no Ms. K (Ny samlung nr. 66, 8vo).