

# O Tradicional e o Contemporâneo: Florianópolis, Cidade Unesco da Gastronomia

## Tradition and Contemporaneity: Florianópolis, Unesco's City of Gastronomy

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v8i4p510>

GISELE PALMA MOSER<sup>1</sup>, KRISCIÊ PERTILE PERINI<sup>2</sup>

### RESUMO

Em 2004, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura [Unesco] lançou a Rede de Cidades Criativas, que visa à promoção da cooperação internacional entre cidades que investem na criatividade como meio para o desenvolvimento urbano sustentável, inclusão social e aumento da influência da cultura. Florianópolis, capital do Estado de Santa Catarina, está inserida nesta rede na categoria Gastronomia, desde 2014. Neste artigo busca-se apresentar os dados referentes à gastronomia local da cidade, bem como os fatores que auxiliaram na sua inclusão na Rede de Cidades Criativas. Para tanto, serão utilizados a bibliografia existente sobre o tema e o projeto submetido pela capital à Unesco quando de sua candidatura. A partir das memórias e narrativas de moradores, tendo como metodologia a História Oral, serão apresentados os modos de fazer enraizados no cotidiano, através do preparo de pratos considerados representativos de uma cultura culinária local. Florianópolis recebe em média meio milhão de turistas anualmente, sendo que a culinária apresenta-se como disseminadora dos hábitos locais, assim como suas releituras, que dão origem a uma gastronomia contemporânea de qualidade.

### PALAVRAS-CHAVE

Turismo. Gastronomia. Rede de Cidades Criativas. Florianópolis, SC, Brasil.

### ABSTRACT

In 2004, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [Unesco] launched Creative Cities Network to promote international cooperation among cities that invest in creativity as means to sustainable urban development, social inclusion and increasing influence of culture. Florianópolis, the state capital of Santa Catarina, is part of this network in the Food category since 2014. In this article we seek to present the data on the local cuisine of

---

<sup>1</sup> **Gisele Palma Moser** - Doutoranda em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/1811652081721746>. E-mail: [gisapalma@gmail.com](mailto:gisapalma@gmail.com).

<sup>2</sup> **Krisciê Pertile Perini** - Doutoranda em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora na Universidade Federal de Rio Grande, Santa Vitória do Palmar, RS, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/5658444784524271>. E-mail: [krisciempertile@gmail.com](mailto:krisciempertile@gmail.com).

Florianópolis/SC, as well as the factors that helped its inclusion in the Creative Cities Network. Data from the existing literature on the subject and the project submitted to UNESCO when candidates will be used. From the memories and narratives of residents, using the methodology of oral history, will be presented the ways of doing rooted in the daily lives by preparing dishes considered representative of a local culinary culture. Florianópolis receive an average of half a million tourists annually, and linked to this, the cuisine as disseminator of local habits, as well as their reinterpretations, developing to a contemporary gastronomy.

## KEYWORDS

Tourism. Gastronomy. Creative Cities Network. Florianópolis, SC, Brazil.

## INTRODUÇÃO

A cidade de Florianópolis, capital do Estado de Santa Catarina, está localizada na região Sul do Brasil, sendo composta por uma parte territorial, no continente, com treze quilômetros quadrados, e a outra, maior, insular, numa área de 420 quilômetros quadrados. Conta com cerca de 450 mil habitantes, 51,71% destes nascidos em outras cidades, conforme aponta o Censo Demográfico de 2010 (IBGE, 2010). Ao considerar-se o conglomerado que compõe a região metropolitana, chamado de Grande Florianópolis, a cidade atinge a marca de quase um milhão de habitantes.<sup>3</sup> Neste cenário, a cultura alimentar ali presente é uma mescla da diversificada presença de povos que habitaram a região e daqueles que continuam a migrar para o local.

Inicialmente, a cidade era apenas uma porção de terra insular que, além de abrigar naufragos, em 1673 recebeu bandeirantes vindos de São Paulo, SP, que iniciaram a ocupação efetiva do território, fundando a freguesia de Nossa Senhora do Desterro em 5 de março de 1732. Que seria elevada à categoria de cidade, em 20 de março de 1823 (Cabral, 1971). As colonizações açorianas ao longo da costa brasileira, principalmente no Sul, ocorreram durante os séculos XVI e XVII. Tal imigração surgiu como uma estratégia para a garantia do território aos portugueses, através do povoamento e defesa do litoral, haja vista que a região era utilizada como caminho para o Rio da Prata, disputado aos espanhóis. De acordo com os relatos de viajantes, o litoral catarinense era repleto de florestas densas com grande número de animais e ocupação humana reduzida, com pequenos núcleos nas principais enseadas formados por portugueses, africanos e índios Guaranis (Flores, 2000).

Entre 1747 e 1756, a coroa portuguesa prometeu terras, gados, ferramentas e armas para estimular a vinda de açorianos, tendo grande repercussão no arquipélago com o alistamento de cerca de oito mil pessoas no primeiro ano de inscrições. Destes, a maioria era formada por agricultores e pessoas de baixa renda, em busca de um futuro melhor. Diante das promessas

---

<sup>3</sup> A Região Metropolitana da Grande Florianópolis (RMF) totaliza 979.788 habitantes, de acordo com a Estimativa do Censo Demográfico 2015 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística ([IBGE](#)). De acordo com a [Lei Complementar nº 636](#), de 9 de setembro de 2014, a RMF é constituída pelos municípios Águas Mornas, Antônio Carlos, Biguaçu, Florianópolis, Palhoça, Santo Amaro da Imperatriz, São José, São Pedro de Alcântara e Governador Celso Ramos. Integram a Área de Expansão Metropolitana da RMF os municípios Alfredo Wagner, Angelina, Anitápolis, Canelinha, Garopaba, Leoberto Leal, Major Gercino, Nova Trento, Paulo Lopes, Rancho Queimado, São Bonifácio, São João Batista e Tijucas.

não cumpridas e das dificuldades com a terra arenosa, os colonos aprenderam a cultivar mandioca, e não trigo, como era habitual nos Açores, e alguns se dedicaram às atividades pesqueiras, como a caça da baleia (Flores, 2000). Ainda neste período de colonização vieram os diocesanos, franciscanos e jesuítas, e os alemães. Somados aos escravos de origem africana, presentes principalmente nos afazeres domésticos, e a vinda posterior de outros grupos colonizadores – como espanhóis, italianos, poloneses, libaneses e gregos – pode-se afirmar que a cultura local constituiu-se de maneira diversificada.

Entendendo a cultura como um conjunto de realizações humanas (Silva, 2005) e em constante transformação (Canclini, 1997), considera-se a gastronomia como parte das representações culturais de uma cidade e da identidade dos que ali vivem. Portanto, o presente artigo, ancorado em um estudo de caso, busca refletir sobre tais tradições a partir dos saberes e fazeres gastronômicos, bem como a inclusão da capital catarinense como Cidade da Gastronomia, tornando-a membro do rol seletivo de Cidades Criativas da Unesco. Para tanto, foram analisadas as narrativas de proprietários de restaurantes locais, a fim de identificar os discursos a respeito de dois pratos: Tainha Escalada e Pastel de Berbigão. Em um segundo momento analisam-se os dados e o referido processo de inserção de Florianópolis na rede em questão, sob o intuito de demonstrar a ligação entre a [re]valorização da tradição culinária e sua transformação em produto turístico. Considerados representativos de uma cultura culinária local, tais pratos foram selecionados a partir de um levantamento empírico realizado previamente, por serem frequentemente ofertados em restaurantes locais especializados em frutos do mar. Além de reportagens publicadas na imprensa local, duas famílias nos receberam em seus restaurantes e concederam os seus testemunhos, mostrando como são elaborados os pratos.

As entrevistas com os proprietários de restaurantes foram registradas em vídeo e realizadas conforme técnicas da História Oral como procedimento metodológico, através de entrevistas temáticas, que permitem entrar em contato com experiências e processos específicos vividos ou testemunhados pelos entrevistados. Conforme aponta Delgado (2006), a História Oral é um procedimento metodológico “que busca, pela construção de fontes e documentos, registrar, através de narrativas induzidas e estimuladas, testemunhos, versões e interpretações sobre a História em suas múltiplas dimensões: factuais, temporais, espaciais, conflituosas, consensuais” (p.15). Nas palavras de Alberti (2006), “entender como pessoas e grupos experimentaram o passado torna possível questionar interpretações generalizantes de determinados acontecimentos e conjunturas” (p.165).

Após as gravações em vídeo, por ocasião da elaboração de um vídeo documentário<sup>4</sup>, as entrevistas foram transcritas para a forma textual, para que orientassem as análises inseridas neste trabalho. O roteiro das entrevistas foi elaborado tomando como base o questionário de identificação do Ofícios e Modos de Fazer – Gastronomia, que compõe as fichas de inventário do projeto Identidades, disponibilizado pela Diretoria de Patrimônio da Fundação Catarinense e Cultura de Santa Catarina<sup>5</sup>, o qual engloba questões referentes ao histórico do bem,

---

<sup>4</sup> Entrevistas realizadas em 2010 por Gisele Palma Moser, Daniela Xikota e Matheus Santiago para a elaboração do vídeo documentário ‘Sabores da Tradição: modos de fazer na gastronomia da Ilha de Santa Catarina’, como parte integrante do estudo da disciplina de Patrimônio Cultural, do curso de História, da Universidade do Estado de Santa Catarina (Udesc).

<sup>5</sup> O projeto ‘Identidades’ visa à regionalização e municipalização do reconhecimento e valorização do patrimônio cultural catarinense. Apostila Patrimônio Imaterial – Como Identificar, Inventariar e Proteger o Patrimônio. Florianópolis: Fundação Catarinense de Cultural, 2008.

descrição, adaptações da receita, responsáveis por sua continuidade, relação com o comércio, curiosidades em geral relacionadas ao bem, receita, ingredientes utilizados e modos de fazer.

A análise e resultados aqui apresentados numa abordagem interdisciplinar restringem-se a reflexões a partir do título recebido pela cidade de Florianópolis como integrante da Rede de Cidades Criativas da Unesco na área de Gastronomia, sendo que o estudo faz parte de um conjunto maior de pesquisa ainda em desenvolvimento, que integram de maneiras diferentes as teses de doutoramento das autoras, e que posteriormente poderão ser ampliados com maior profundidade e abrangência.

## **PATRIMONIALIZAÇÃO DA GASTRONOMIA TRADICIONAL**

O preparo de receitas específicas é mantido como uma tradição nas famílias, sendo transmitido a cada geração, buscando manter vivas as memórias, mas adaptando-se aos novos tempos com novas tecnologias e até mesmo novos ingredientes. Conhecer a história destes alimentos e as suas preparações tradicionais através de narrativas orais permite compreender não apenas suas próprias transformações, mas também da cidade e de sua sociedade. No próprio relatório elaborado para a Rede Mundial de Cidades Criativas da Unesco (2013) são apresentados produtos e receitas tradicionais da gastronomia em Florianópolis, dentre os quais a Tainha Escalada. A Tainha é um peixe que pertence à família *Mugilidae*, encontrada em águas tropicais e subtropicais de todo o mundo. Desenvolve-se em lagoas e estuários [ambientes entre o rio e o mar] e migra para o mar em cardumes para desovar. A pesca da Tainha é considerada um importante recurso econômico no litoral catarinense, realizada tanto com frota artesanal quanto industrial (Herbst, 2013).

Em reportagens apresentadas na imprensa, também se identifica o registro das práticas alimentares locais. Por ocasião da safra da Tainha, que ocorre no período de maio a julho, uma reportagem televisiva destacou a receita de Tainha Escalada na Brasa, preparada por Carlos Alberto da Silva, conhecido como Paru, nascido em Florianópolis e proprietário de um restaurante no bairro Itaguaçu, na região continental. Na reportagem, Paru conta que ainda utiliza a gaiola ao ar livre – método que deixa o peixe exposto ao vento e/ou sol e também a um pouco de sereno ao anoitecer. Como ele mesmo diz, faz questão de usar a gaiola para “manter a tradição que veio do avô, do pai,... porque tá acabando um pouco aquele nosso costume, a nossa tradição”.<sup>6</sup> Outra matéria, veiculada no jornal *Notícias do Dia*, traz nos comentários dos leitores sobre a reabertura do Bar do Alvim, em novo endereço, no Centro da cidade – que funcionara no Mercado Público, desde a década de 1980 – ansiosos por saborearem o seu tradicional Pastel de Berbigão.<sup>7</sup> O Berbigão é um molusco bivalve marinho, chamado *Anomalocardia brasiliiana*, nativo do Brasil e amplamente encontrado ao longo de toda a costa brasileira, que habita áreas rasas lodosas, sendo coletado manualmente ou com auxílio de ferramentas rudimentares. As conchas deste molusco podem ser encontradas nos sambaquis, sítios arqueológicos localizados no litoral, que indicam a utilização na alimentação das populações que habitaram a região há mais de sete mil anos (Belem, 2012). Os registros indicam a importância de tais pratos para a própria comunidade, estando inseridos no cotidiano e presentes na atualidade.

<sup>6</sup> G1/RBS TV. Bom dia Santa Catarina. [Veja receita de tainha escalada e crumble de maçã do 'Bom Apetite'](#). Veiculada em 27 JUN 2013.

<sup>7</sup> Jornal Notícias do Dia. [Bar do Alvim vai reabrir no Centro de Florianópolis](#). Veiculada em 31 JAN 2015.

Luiz Carlos de Souza<sup>8</sup>, 50 anos, nascido e criado na mesma localidade em que mora até hoje, em Canasvieiras, no Norte da Ilha de Santa Catarina, atua na cozinha de seu próprio restaurante. Ele indica a Tainha Escalada como um prato tradicional de sua cultura e segue a maneira simples de preparar o peixe, como aprendeu com sua mãe: escalado, temperado com sal e limão. Luiz costuma servir este prato durante a temporada de verão, acompanhado de um pirão de peixe. Enquanto ele prepara a receita na cozinha do restaurante, quem narra a história é a sua esposa, Ana Ester<sup>9</sup>, 42 anos, nascida em São Paulo, região Sudeste do país, e que teve que se adaptar aos costumes locais quando mudou-se para Florianópolis. Ela conta que ajudava a carregar os balaios cheios de peixes dos barcos que chegavam à noite. Os peixes eram lavados e deixados em uma bacia com água durante a noite toda. De manhã bem cedo, por volta das cinco horas, sua sogra iniciava o procedimento de escalar o peixe. Ela os colocava sobre uma folha de bananeira, abria-os no meio e fazia um furo na ponta de cada peixe para amarrá-los com um fio de cipó e pendurá-los em uma espécie de varal feito com bambus, onde ficavam de dois a três dias no sol, sendo recolhidos à noite para não pegar sereno, e posteriormente guardados secos.

Zilá Pereira<sup>10</sup>, 64 anos, também é proprietária de um restaurante na capital. Nascida, criada e moradora do Sul da Ilha, ela diz que o Pastel de Berbigão é o mais vendido desde o início do seu restaurante, há mais de 30 anos. Ao ser questionada, disse não ter lembrança se este era um prato tradicional em sua família: *“Olha, essa receita na verdade... ensopar o Berbigão foi com a minha mãe [que aprendi]. O pastel já não foi bem com ela, porque naquela época não sei se eles faziam pastel. (...) A [receita] do restaurante, que eles fazem, foi coisa que ficou minha”*. Utilizando panelas de inox bem polidas sobre um fogão moderno, Zilá lembra sua infância, enquanto que, com a colher, mexe o refogado para receber o Berbigão, que já foi comprado limpo e sem casca. *“Aqui [apontando para a janela da cozinha de frente para o mar] se vocês olharem é só pedra...com ostra! Que a gente foi criada comendo essas ostras da pedra.”* Mas, assim como o Berbigão não é mais colhido por ela na natureza, na montagem do pastel, a massa caseira deu lugar à industrial, segundo Zilá, pela facilidade e agilidade.

A memória construída em forma de fragmentos das experiências cotidianas carrega o *ethos* de cada grupo, o sentido de pertencimento, segundo Halbwachs (2006), em que as narrativas indicam o cenário e a maneira como estes grupos se apresentam no presente a partir do passado. Da mesma forma, Giddens (1997) afirma que a tradição se dá a partir do entrelaçamento entre passado e presente, e que o que está em jogo, não é o tempo de existência da prática tradicional, mas sua repetição, algo que, antes de tudo, está atrelado à memória. Esta não se coloca como um arcabouço de lembranças, mas como um processo ativo e social. Compreende-se que os narradores, ao prepararem um prato tradicionalmente elaborado por gerações passadas, almejam, de modo geral, trazer à tona os cheiros e sabores que acessam através do inconsciente, mas é provável que outros modos de fazer, ingredientes e utensílios sejam utilizados durante o preparo. O que demonstra que a partir do presente, o passado é constantemente reconstruído. Nesse sentido, Giddens (1997) afirma que “nós reproduzimos continuamente memórias e acontecimentos ou estados passados, e estas repetições conferem continuidade à experiência” (p.82). É esta continuidade que conecta as diferentes atividades do cotidiano ao passado, seja ele representado por dias ou anos.

<sup>8</sup> **Luiz Carlos de Souza:** depoimento [20 agosto 2010]. Entrevistador: Gisele Palma Moser; Daniela Xikota; Matheus Santiago. Florianópolis, 2010. 1 arquivo digital. Arquivo em posse das autoras.

<sup>9</sup> **Ana Ester Antiquera de Souza:** depoimento [20 agosto 2010]. Entrevistador: Gisele Palma Moser; Daniela Xikota; Matheus Santiago. Florianópolis, 2010. 1 arquivo digital. Arquivo em posse das autoras.

<sup>10</sup> **Zilá Pereira:** depoimento [24 agosto 2010]. Entrevistador: Gisele Palma Moser; Daniela Xikota. Florianópolis, 2010. 1 arquivo digital. Arquivo em posse das autoras.

Ainda assim, apesar da utilização de massas industriais para elaboração dos pastéis, por exemplo, o preparo dos pratos descritos é mantido como uma prática que resguarda modos peculiares de conduzir as receitas, mantidos nas famílias e transmitidos através do convívio no fazer e do saber por meio de uma cultura oral. O narrar é uma das maneiras encontradas de perpetuar a própria cultura. Como Portelli (1996) aponta, todo discurso contém uma interpretação de sua experiência de vida, com significados atribuídos e subjetividades presentes, no qual a motivação em narrar consiste em expressar o significado da experiência através dos fatos, pois “recordar e contar já é interpretar” (p.60). O autor afirma que a História Oral “tende a representar a realidade não tanto como um tabuleiro em que todos os quadrados são iguais, mas como um mosaico ou colcha de retalhos, em que os pedaços são diferentes, porém formam um todo depois de reunidos” (Portelli *apud* Delgado, 2006, p.52). Assim, os narradores aqui presentes estão circunscritos nestes significados, logo, em um cabedal de subjetividades.

Nas falas citadas, os fazeres apresentam expressões que remetem às permanências e às transformações no fazer, nas sociabilidades e no modo de viver. A gastronomia presente na cultura local, mesmo com as modificações tanto no preparo como nos ingredientes utilizados, faz parte do que se considera um bem cultural vivo, que se transforma com o passar do tempo. Um bem imaterial rico justamente por essa diversidade e multiplicidade que transmite uma tradição às gerações seguintes, havendo a manutenção do bem como parte da cultura.

A discussão sobre o patrimônio imaterial, no Brasil, ganhou espaço a partir da Constituição Federal (Brasil, 1988), quando a preservação cultural recebeu um conceito mais abrangente de ‘bem cultural’. O artigo 216 da Constituição diz que: “Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação e à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira”. A Unesco (2003), por sua vez, define o patrimônio imaterial como:

[...] práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas - junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. Este patrimônio cultural imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade e contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana (p.4).

No entanto, conforme exposto por Espeitx (2004), a gastronomia vai além de um patrimônio imaterial à medida que estão implicados nela, não apenas saberes e fazeres, mas também ingredientes e finalmente um prato, a materialização que será consumida e deverá [re]produzir-se constantemente. É nessa dinâmica que reside a singularidade deste tipo de patrimônio. Na sociedade, contemporânea, a patrimonialização apresenta-se como um fenômeno que se insere numa perspectiva turística, como um processo que se apresenta indissociável das novas estratégias de apropriação e de *marketing*, onde a cultura passa a ser uma imagem a ser consumida com um modelo idealizado de espaços urbanos padronizados, ocorrendo uma patrimonialização através das imagens produzidas da cidade (Jeudy, 2005), da mesma forma como vem ocorrendo com a gastronomia. O *city marketing* passa a ser utilizado como um instrumento das políticas públicas, no qual a representação do espaço passa a mostrar uma imagem ideal da cidade, transformando-a em mercadoria e atuando diretamente nos processos de intervenção para a renovação urbana (Sánchez, 2001).

Em Florianópolis, tal instrumento tem se desenvolvido no intuito de atrair novos moradores, com maior poder aquisitivo, e investidores para as áreas de potencial turístico. Nesse rol, figuram os empreendimentos gastronômicos, que a fim de enfatizar a vertente identitária fazem uso de emblemas como 'típico', 'étnico', 'da terra' e 'tradicional', transformando os alimentos em artigos de consumo cultural. Unindo aspectos sociais, culturais e históricos atrelados, também, ao viés turístico dos pratos 'típicos', Gimenes (2006) propõe uma interessante definição para estes. De acordo com a autora trata-se de:

[...] uma iguaria gastronômica tradicionalmente preparada e degustada em uma região, que possui ligação com a história do grupo que a degusta e integra um panorama cultural que extrapola o prato em si. Esta iguaria, por reforçar a identidade de uma localidade e de seu povo, se torna muitas vezes uma espécie de insígnia local, fato que ganha importância dentro do contexto turístico (p.4).

Assim, ao falar de cozinha no âmbito do turismo, podemos notar que alguns argumentos são mobilizados, tais como, a noção de tradição, saberes e práticas específicas, transmissão geracional e vinculação de um determinado território ao caráter artesanal de sua gastronomia (Espeitx, 2004). Como exemplo, pesquisa realizada com turistas que visitavam a Alemanha constatou que a procura por uma culinária elaborada a partir de produtos locais figurou em terceiro lugar diante das expectativas listadas para as férias, com 41,2% das intenções. Nesse caso, Espeitx (2004) conclui que a comida é tão importante quanto a hospedagem, haja vista que "no contexto do ócio, da viagem e das férias, o momento de comer não deve satisfazer apenas a fome e proporcionar prazer, mas também completar e encaixar-se nos propósitos e no clima geral das férias. [...] Aquilo que se come também deve contribuir ao conhecimento do lugar visitado" (p.211).

Porém, assim como o *city marketing* direciona o olhar do visitante, o bem definido como 'cultural' por empreendedores e poder público, sempre será fruto de um jogo de disputas, que pode ter como base a construção de uma tradição. Dentro desta concepção, pode-se utilizar o termo 'tradição inventada', apresentado Hobsbawm (1997), definido como "um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; [em que] tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado" (p.9). Enquanto a 'tradição' tem a característica e objetivo de ser invariável, impondo práticas fixas do passado através da repetição, por outro lado o 'costume' não impede as inovações e permite mudanças, por entender que nem mesmo as sociedades tradicionais são tão invariáveis.

Entretanto, nota-se na fala dos empresários do setor gastronômico, citados neste trabalho, que a Tainha Escalada é considerada como um prato tradicional da cultura local, embora o preparo tenha sido alterado, como no caso do processo artesanal de salgar o peixe e expô-lo ao sol para sua conservação, substituído pela geladeira, ou a utilização da chapa do fogão a gás no lugar do fogão à lenha. Ou ainda, no caso do Pastel de Berbigão, em que a massa, antes caseira, atualmente é industrializada, haja vista a facilidade e agilidade necessárias para o preparo. Tais modificações, tanto no preparo como nos ingredientes utilizados, certamente alteram o sabor da receita, mas essas ações reforçam a ideia de que um bem cultural está sempre em movimento e não cristalizado no tempo. Os pratos aqui analisados, enquanto um *saber fazer* transmitido através das gerações, podem ser considerados ricos justamente por essa diversidade e multiplicidade, fazendo com que uma receita preparada há mais de

cinquenta anos permaneça presente na atualidade, e, neste sentido, as suas transformações são vistas como adaptações para a manutenção do bem cultural.

## **FLORIANÓPOLIS: CIDADE UNESCO DA GASTRONOMIA**

O programa Cidades Criativas, criado pela Unesco em 2004, tem como meta a cooperação internacional de cidades que fomentem e valorizem setores criativos locais, visando à inclusão de regiões com diferentes níveis de renda, desde que a população trabalhe em prol do ramo criativo que lhe representa. Para candidatar-se, a cidade interessada deve submeter à Unesco um dossiê claro e objetivo, que apresente os interesses, objetivos e a capacidade de contribuir com a Rede. Além disso, faz-se necessário a entrega de alguns documentos, entre eles: (1) carta formal de apresentação da candidatura assinada pelo prefeito da cidade; (2) carta formal de apoio à candidatura pela Comissão Nacional do país onde a cidade está localizada; (3) cartas formais de apoio de, no mínimo, cinco Creative Cities<sup>11</sup> da Unesco, dentro do mesmo foco temático da candidatura a ser submetida, assinadas pelo prefeito ou por outra autoridade oficial representante; e (4) cartas de apoio formais da associação profissional nacional do país de origem, no campo a que se refere a candidatura (Ministério das Relações Exteriores, 2014).

Em dezembro de 2014, Florianópolis foi incluída no segmento Gastronomia dentro da Rede Mundial de Cidades Criativas, que atualmente conta com 116 cidades. O projeto foi desenvolvido pela Associação FloripAmanhã em parceria com a Secretaria Municipal de Turismo de Florianópolis, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de Santa Catarina [Abrasel-SC], Florianópolis e Região Convention & Visitors Bureau, Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis [SHRBS], Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), Faculdade Estácio-ASSESC e Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina (Sebrae-SC). No projeto fica claro que o intuito é gerar visibilidade internacional e incremento ao turismo local. Cabe destacar que o Brasil possui cinco cidades nesta rede: Florianópolis [Gastronomia], Curitiba [Design], Belém [Gastronomia], Santos [Filmes] e Salvador [Música].

Com cerca de dois mil bares e restaurantes distribuídos entre centro urbano, praias e enseadas, que somam mais de sete mil postos de trabalho, Florianópolis destaca-se como destino turístico de sol e mar, recebendo mais de meio milhão de turistas anualmente. Com uma economia marcada pela participação nos setores de serviços, comércio e administração pública, o setor do turismo tem tido um grande incremento devido à crescente demanda. Nos últimos oito anos contabilizou-se um crescimento de 53% no número anual de turistas que visitam a cidade (SANTUR, 2008). Em 1986, cerca de 200 mil turistas estiveram na cidade; vinte anos depois, em 2006, o número de visitantes já havia triplicado, atingindo quase 600 mil.<sup>12</sup> Essa demanda se deve também pelos investimentos em propaganda realizados pelo governo do Estado e pela mídia espontânea veiculada nos meios jornalísticos nacionais e estrangeiros, destacando as praias e belezas naturais de Florianópolis.

---

<sup>11</sup> Para candidatura de Florianópolis, as cinco cidades com o mesmo foco temático que assinaram a carta em apoio foram: Popayán (Colômbia), Zahlé (Libano), ChengDu (China), Jeonju (Coréia do Sul) e Östersund (Suécia).

<sup>12</sup> Dados da Santa Catarina Turismo (Santur), empresa de economia mista vinculada à Secretaria de Estado da Cultura, Turismo e Esporte. Disponível em: <<http://www.santur.sc.gov.br>>. Acesso em: 11 maio 2010.



Situando historicamente, o turismo passou a ser almejado pelas elites catarinenses com maior ênfase a partir dos anos 1950, gerando especulação imobiliária e comercial, além de uma grande transformação urbana, especialmente na década de 1970, com aterros sequenciais, novos acessos rodoviários e aceleração do processo de verticalização da cidade. Tudo isso somado ao aumento populacional e aos pequenos núcleos residenciais próximos ao mar que foram sendo criados especialmente para os turistas (Palma, 2010). Em pesquisa empírica realizada no cenário nacional e estrangeiro, Florianópolis é citada como “a capital com a melhor qualidade de vida”<sup>13</sup> e o estado de Santa Catarina como “melhor destino turístico”<sup>14</sup>, sendo propagandeado como um destino internacional comparado a Ibiza [Espanha] e Saint-Tropez [França]<sup>15</sup>. Como resultado, todos os meses a capital recebe cerca de mil novos moradores que migram por uma oportunidade de trabalho ou em busca da tão propagada qualidade de vida.<sup>16</sup> Da mesma forma, a gastronomia passou a ter um novo enfoque, utilizando os recursos naturais disponíveis e desenvolvendo estudos para o crescimento da maricultura<sup>17</sup>. Na atualidade, a maricultura projeta a cidade como grande produtora nacional de ostras e mexilhões, sendo responsável por 80% da produção no mercado nacional (Moser, 2015).

Sem esquecer as tradições gastronômicas de influência portuguesa e indígena, os estabelecimentos foram diversificando-se; restaurantes e bares temáticos começaram a surgir e a partir daí houve a necessidade de identificar a ‘gastronomia típica’ da cidade com o objetivo de valorizá-la e de torná-la um diferencial no *marketing* voltado ao turismo gastronômico (FloripAmanhã, 2013, s/p), aos moldes do que se considera como Turismo Criativo, ou seja, ofertar aos turistas experiências de aprendizagem de conteúdos locais, singulares e autênticos, onde ocorra o envolvimento com costumes da localidade, bem como com seus moradores locais. A ‘gastronomia típica’ da Ilha é aproveitada turisticamente, sendo chamada popularmente de ‘culinária açoriana’, cujo foco é a elaboração de cardápios que remetem à presença açoriana na localidade, tornando a reconstrução dessa presença um atrativo para o turismo na cidade (Santos & Antonini, 2004).

Nesses termos, entende-se que na gastronomia, o valor simbólico, gerador do preço ou valor econômico, está no resultado do trabalho empreendido durante a preparação do prato. Tal se dá porque durante o processo foram utilizados fatores como criação, técnicas, saber fazer,

---

<sup>13</sup> Em 2000, Florianópolis foi eleita como a capital com melhor qualidade de vida do país pelo [Atlas de Desenvolvimento Humano](#), do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), tendo como base o Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM).

<sup>14</sup> Santa Catarina foi escolhido como o estado preferencial na categoria “Destino Turístico Nacional” pela revista especializada Brasil Travel News desde 2007 e apontado como “O melhor destino turístico do país” pela revista Viagem e Turismo/Editora Abril em 2007. Em 2012 recebeu novamente o título pela sexta vez consecutiva. Dados divulgados no [site da Santa Catarina Turismo](#) [Santur], empresa de economia mista vinculada à Secretaria de Estado da Cultura, Turismo e Esporte.

<sup>15</sup> Em 2009, o jornal italiano *Corriere della Sera* publicou uma matéria destacando a cidade de Florianópolis, expressando ser “surpreendente” o fato de uma cidade brasileira ter qualidade de vida alta, baixa criminalidade e fisionomias semelhantes aos europeus. A matéria fez referência à área de Jurerê como uma nova Saint-Tropez ou Ibiza. Giovagnini, Maria Laura. [Le città del futuro: Florianópolis](#). *Corriere della Sera*, 15 out. 2009. Roma, Itália, 15 out. 2009.

<sup>16</sup> Projeção feita pela Secretaria Municipal de Urbanismo e Serviços Públicos e Centrais Elétricas de Santa Catarina com base nas ligações de energia elétrica realizadas mensalmente. In: Rebequi, A. Ilha, o paraíso dos migrantes. *Jornal Notícias do Dia*. Florianópolis, 10 out. 2008.

<sup>17</sup> A maricultura trata do cultivo de organismos marinhos, atividade que vem crescendo devido à aplicação de novas técnicas e apresentando-se como uma fonte de renda alternativa à pesca artesanal – que se encontra em declínio frente à pesca industrial.

entre outros que vão além da importância de utensílios e/ou maquinário. Trata-se, portanto, do que vai além da materialidade, ou seja, é o imaterial e o valor simbólico gerado pela criatividade que determinam o valor econômico (Pertile, 2014).

No dossiê entregue à Unesco, quando da candidatura da cidade de Florianópolis, foram apresentados pratos e bebidas, eventos gastronômicos locais, formas e meios utilizados para divulgação do setor, projetos para fortalecimento do segmento, roteiros gastronômicos e turísticos, políticas públicas que buscam fomentar o segmento e conseqüentemente seus empreendimentos, cursos de capacitação e formação profissional, além de cinco propostas de ação que demonstram o comprometimento da capital com a Rede de Cidades Criativas Unesco:

- (1) Realização de uma missão técnica para conhecer e estabelecer vínculos de cooperação e intercâmbio com as demais cidades gastronômicas definidas pela Unesco;
- (2) Realização de um festival gastronômico anual com a participação de *chefs* convidados das demais cidades criativas, envolvendo expressivo número de bares e restaurantes locais como espaços de acolhimento dos visitantes estrangeiros;
- (3) Realização de uma premiação bianual concedida aos melhores restaurantes de Florianópolis, a partir de critérios que incentivem a melhoria dos serviços e produtos oferecidos, dentre eles: os vínculos com a gastronomia local e tradicional; a capacidade inovadora; a adoção das melhores práticas recomendadas pelos organismos públicos de saúde pública e vigilância sanitária; a utilização privilegiada de produtos oriundos da agricultura familiar e orgânica, bem como da pesca artesanal; o envolvimento com o calendário e as práticas socioculturais da cidade; arquitetura e decoração que utilizem elementos da arte e do artesanato local e demais atitudes e práticas que comprovem a responsabilidade social e ambiental;
- (4) Publicação de um guia anual com a oferta gastronômica qualificada, incluindo estabelecimentos e receitas da gastronomia local; e
- (5) Criação do Observatório da Gastronomia, tendo como objetivo a ampla circulação de informações relacionadas à cadeia produtiva da gastronomia, envolvendo produção, estudo e difusão globalizada de dados (FloripAmanhã, 2013).

Constatou-se que o intercâmbio de informações e experiências presente nas cinco propostas, está baseado no objetivo principal da Rede, que busca, além da criatividade local, o compartilhamento da diversidade cultural por compreender a criatividade como um importante vetor de desenvolvimento econômico, cultural e social. Outro fator, que possivelmente tenha auxiliado na escolha de Florianópolis como Cidade da Gastronomia, foi a parceria firmada entre diferentes órgãos dos setores público e privado, o que para Unesco significa cooperação em prol de um objetivo comum, o que tende a viabilizar as demais ações propostas, gerando desenvolvimento para o segmento, bem como para o destino. Tal objetivo vai ao encontro do que pensa o Ministério da Cultura (MinC) ao colocar que o “desenvolvimento se fundamentaria na valorização das éticas e das expressões culturais, necessárias à consolidação de práticas cooperativas, ao crescimento da confiança entre indivíduos e grupos, além da proteção ao patrimônio cultural e ambiental dos territórios envolvidos” (Ministério das Relações Exteriores, 2014, p.14).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se o retorno ou a busca por costumes alimentares imbuídos de significados materiais e imateriais é cada vez maior, sobretudo por parte dos turistas que visitam a capital catarinense, desejosos por uma gastronomia panfletada como tradicional, não se pode deixar de pensar que levados a escalas maiores de produção, os pratos podem sofrer alterações e ressignificações, distanciando-se da receita original, com o intuito de agradar a um maior número de paladares, voltando-se para questões puramente mercadológicas. A cozinha, seus saberes, fazeres e ingredientes, são lugares de leitura e de expressão que constituem um componente essencial para esta forma de turismo, cuja busca e satisfação residem não apenas nos nutrientes, mas também em símbolos, signos e mitos (Poulain, 1997; Espeitx, 2004).

Compreende-se que toda gastronomia é um ramo criativo, gerador de valor simbólico, independentemente do lugar em que seja praticada (Pertile, 2014). No entanto, Florianópolis buscou por meio de sua inserção em uma rede seleta e mundialmente divulgada, a valorização internacional de sua gastronomia local, baseada em discursos, seja de empresários ou do poder público, que enaltecem as tradições oriundas dos primeiros colonizadores açorianos, bem como da influência indígena que já existia na região. No entanto, fica evidente que os pratos sofreram modificações, certamente, como uma resposta natural diante da diversidade de ingredientes, técnicas de preparo e utensílios, unindo-se a isso a necessidade de um menor tempo de preparo e um aumento na quantidade da oferta, teremos o que se pode chamar de atualizações contemporâneas. No que tange às permanências, nota-se a partir da memória, reelaborada através da metodologia da História Oral, a essência do saber fazer, que parece ter sobrevivido ao tempo a partir da transmissão geracional.

A inserção da capital entre as 116 Cidades Criativas pressupõe mídia espontânea, o que para um destino turístico como Florianópolis é de grande valia na manutenção e captação de novos nichos de mercado, como, por exemplo, o Turismo Criativo voltado à temática da Gastronomia. Dessa forma, é possível inferir que um grande número de envolvidos acabe por beneficiar-se, ou seja, o destino, enquanto produto turístico internacionalmente reconhecido por seu produto gastronômico, empreendimentos e demais setores envolvidos, bem como os moradores, que além da valorização de um sentimento de pertencimento e reconhecimento, acabarão sendo contemplados pelas cinco iniciativas com as quais se comprometeu Florianópolis quando de sua candidatura. Vale destacar, porém, que apesar do tempo transcorrido desde sua inserção na rede, boa parte dessas iniciativas não foram colocadas em prática, sobretudo, e talvez a mais importante delas para o setor, o Observatório da Gastronomia, que por ora não passou de reuniões e algumas oficinas para trâmites futuros, o que reforça a hipótese de que estar na rede é mais uma oportunidade de *city marketing* atrelado ao incremento turístico por meio de mídia espontânea, do que de fato uma [re]valorização da gastronomia local.

A construção de uma nova imagem da cidade com a valorização dos usos econômicos do patrimônio cultural e a espetacularização dos seus espaços surge como uma estratégia para a valorização da cidade e impulsão para o mercado turístico. Existe aí uma tensão entre a esfera socioeconômica, os bens culturais e o desenvolvimento do turismo, permeados pelas memórias dos moradores e pelas expectativas dos investidores, assim como toda escolha de um bem cultural.

## REFERÊNCIAS

- Alberti, V. (2006). Fontes orais: Histórias dentro da História. In: Pinsky, C.B.. *Fontes históricas*. São Paulo: Contexto.
- Belem, F.R.(2012). [Do seixo ao zoólito](#): a indústria lítica dos sambaquis do sul catarinense. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Arqueologia do Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade de São Paulo. São Paulo.
- Brasil (1988). [Constituição Federal Brasileira de 1988](#). Artigo 216.
- Cabral, O. (1971). *Nossa Senhora do Desterro*: Notícias. Florianópolis: Lunardelli.
- Canclini, N.G. (1997). *Cultura y Comunicación*: entre lo global y lo local. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Delgado, L. de A.N. (2006). *História Oral*: memória, tempo, identidades. Belo Horizonte: Autêntica.
- Ministério da Cultura - Economia Criativa (2011). [Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações](#), 2011-2014. Brasília: Ministério da Cultura.
- Espeitx, E. (2004). [Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular](#). *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2), 193-213.
- Flores, M.B.R. (2000). *Povoadores da Fronteira*: os casais açorianos rumo ao Sul do Brasil. Florianópolis: Editora da UFSC,.
- FloripAmanhã. Rede Mundial de Cidades Criativas da UNESCO. [Relatório Executivo](#) – Florianópolis Cidade Unesco Gastronomia.
- Giddens, A. (1997). A vida em uma sociedade pós-tradicional. p. 73-133. In: Beck, U.; Giddens, A.; Lash, S. *Modernização Reflexiva*: política, tradição e estética na ordem social moderna. São Paulo: UNESP,
- Gimenes, M.H.S.G. (2006). [Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil](#). *Anais... Seminário de Pesquisa em Turismo no Mercosul*, 4, 1-15.
- G1/RBS TV. Bom dia Santa Catarina. [Veja receita de tainha escalada e crumble de maçã do 'Bom Apetite'](#). Veiculada em 27/06/2013.
- Halbwachs, M. (2006). *A memória coletiva*. São Paulo: Centauro.
- Herbst, D.F. (2013). [Conhecimento ecológico local dos pescadores do litoral de Santa Catarina sobre a tainha Mugil liza Valenciennes 1836 \(Osteichthyes, Mugilidae\)](#). Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ecologia da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.
- Hobsbawm, E. (1997). Introdução: a invenção das tradições. In: Hobsbawm, E. & Ranger, T. *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- [Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística](#) (IBGE).

- Jeudy, H.P. (2005). *Espelho das cidades*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra.
- Jornal Notícias do Dia. [Bar do Alvim vai reabrir no Centro de Florianópolis](#). Veiculada em 31 JAN 2015.
- Ministério das Relações Exteriores. [Unesco lança Rede Cidades Criativas](#).
- Moser, G (2015). [Transformações do espaço urbano costeiro: patrimonialização do meio ambiente na cidade de Florianópolis/Santa Catarina - Brasil](#). *Revista de Geografia e Ordenamento do Território*, Portugal, 1( 8), 133-144.
- Palma, G.B. (2010). [A colcha de retalhos do espaço urbano: sociabilidades, transformações e revitalização na criação da Beira-mar Continental - Florianópolis \(1926-2008\)](#). 131f. Dissertação (Mestrado) - Centro de Ciências Humanas e da Educação, Mestrado em História, Florianópolis.
- Pertile, K. (2014). [Em pratos limpos: as comidas de rua no Brique da Redenção, em Porto Alegre/RS - Brasil, e possibilidades para o turismo](#). 133 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade.
- Portelli, A. (1996). [A filosofia e os fatos: narração, interpretação e significado nas memórias e nas fontes orais](#). *Tempo*, 1(2), 59-72.
- Poulain, J.P. (1997). Goût du terroir et tourisme vert à l'heure de l'Europe. *Ethnologie Française* 1 - Pratiques alimentaires et identités culturelles, 1, 18-26.
- Sánchez, F. (2001). [A reinvenção das cidades na virada de século](#). *Revista de Sociologia e Política*, 16, 31-49.
- Santa Catarina (2013). [Síntese Informativa da Maricultura 2013](#). Florianópolis: Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina, Secretaria de Estado da Agricultura e da Pesca.
- Santos, R.C.dos & Antonini, B.O.(2004). [La gastronomía típica de la isla de Santa Catarina – Brasil: su identidad como atractivo para el turismo cultural](#). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 13, 89-110.
- Santur (2008) [Santa Catarina Turismo](#) . Projeto Sinais Vitais Florianópolis. Instituto Comunitário Grande Florianópolis.
- Silva, K. & Silva, M. (2005). *Dicionário de conceitos históricos*. São Paulo: Contexto.
- Unesco. [Convenção para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial](#).

**Recebido: 15 AGO 2016**

**Avaliado: AGO-NOV 2016**

**Revisões pelos autore: NOV**

**Aceito: 22 NOV 2016**