

# A Baixa Gastronomia sob o enfoque acadêmico: delineamentos para um marco teórico<sup>1</sup>

Marina Rossi Ferreira<sup>2</sup>

Vander Valduga<sup>3</sup>

Miguel Bahl<sup>4</sup>

**Resumo:** A gastronomia pode se configurar num elemento de vivência da cultura de um local a partir da articulação da atividade turística com a oferta gastronômica (considerando suas diferentes manifestações). Observa-se o crescimento e a diversidade da oferta de estabelecimentos no setor da alimentação comercial, assim como o interesse crescente pela temática Gastronomia, em especial em *blogs* e comunidades em redes sociais destinadas ao tema. Em meio a esses espaços, entre as diversas vertentes e segmentos abordados, observa-se um número crescente do uso do termo “baixa gastronomia”. Ainda que apresente considerável popularidade em meios como a internet, até o momento não há um número expressivo de discussões teóricas visando compreender suas características de consumo e as possibilidades em relação à atividade turística. Sendo assim, efetuou-se uma pesquisa exploratória, de cunho bibliográfico, buscando contribuir na compreensão de algumas das problemáticas relacionadas ao termo baixa gastronomia. Ainda que este estudo consista em uma investigação inicial, os levantamentos realizados apontam a baixa gastronomia como uma possibilidade de refletir sobre novos modelos para a relação Turismo-Gastronomia em termos de pesquisa e até mesmo de planejamento da atividade.

**Palavras-chave:** Turismo. Turismo Gastronômico. Alimentação. Baixa Gastronomia.

## Introdução

No contexto da atividade turística, observam-se diversas formas de se trabalhar a gastronomia em um destino, podendo ser considerada “oferta técnica, oferta diferencial e/ou complementar ou até oferta principal” (Medeiros; Santos, 2009: 83), sendo que atualmente (2014), nota-se uma valorização da culinária como oferta turística principal, sobretudo através da conformação de eventos, rotas e roteiros que possuem a gastronomia como temática central. Neste sentido, aponta-se o segmento de Turismo Gastronômico, que consiste em uma vertente do Turismo Cultural e teria como premissa o deslocamento motivado a conhecer a oferta gastronômica de uma localidade em suas diferentes manifestações (como pratos tradicionais da

---

<sup>1</sup> Os autores agradecem ao CNPq pelo financiamento dessa pesquisa através no edital universal nº 43/2013.

<sup>2</sup> Bacharel e Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná. E-mail: lizmarina.ferreira@gmail.com.

<sup>3</sup> Bacharel e Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul. Doutor em Geografia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Professor e pesquisador do Departamento de Turismo e do Mestrado em Turismo da Universidade Federal do Paraná. E-mail: vandervalduga@gmail.com.

<sup>4</sup> Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professor e pesquisador do Departamento de Turismo, do Mestrado em Turismo e do Mestrado em Geografia da Universidade Federal do Paraná. E-mail: migbahl@gmail.com

culinária local; eventos e rotas gastronômicas; estabelecimentos diferenciados de alimentos e bebidas, entre outros) (Gândara; Gimenes; Mascarenhas, 2009).

No estilo de vida contemporâneo, com o ritmo ditado pela produção acelerada do mercado, o hábito de alimentar-se fora de casa tem se tornando cada vez mais expressivo. O comportamento alimentar de um modo geral foi marcado profundamente pelos processos de urbanização e industrialização, o que abrange alterações como, por exemplo, o acesso mais amplo da população a opções de lazer e viagens (geralmente associada ao período das férias), pela generalização do uso do automóvel e a profissionalização das mulheres (Akel; Gândara; Brea, 2012; Fischler, 1998; Masano, 2011).

Em meio a esse cenário, bares, restaurantes e similares integram a paisagem urbana e configuram-se não apenas como locais vinculados apenas à comercialização e degustação de refeições, mas também como espaços de descontração, entretenimento e encontro de amigos e familiares. Seguindo essa perspectiva, da integração desses estabelecimentos como parte do cenário e do cotidiano urbano, Ipiranga (2010: 66) aponta que “compreender o espaço urbano por meio da consideração da sua cultura e dos seus espaços intermediários – ruas, bairros e equipamentos como bares e restaurantes – é uma forma de buscar meios de melhor geri-la” (Akel; Gândara; Brea, 2012; Brookes, 2005; Gimenes, 2011; Oliveira, 2006).

Além da proliferação de estabelecimentos no setor de alimentos e bebidas – A e B, atualmente, observa-se um crescente interesse pelo tema Gastronomia, tanto na esfera comercial quanto no meio acadêmico. Programas televisivos sobre culinária, revistas e cadernos semanais de jornais dedicados ao assunto, o número expressivo de *blogs*, *websites* e comunidades virtuais disponíveis sobre a área e até mesmo o crescimento de cursos superiores em gastronomia, podem ser apontados como indícios de um interesse crescente relacionado ao tema (Gimenes, 2011).

Em meio às várias discussões acerca de temas relacionados à área da Gastronomia, observa-se um número elevado, principalmente em *blogs* e comunidades em redes sociais (como o Facebook) dedicados a promover e divulgar estabelecimentos que se categorizam como de “Baixa Gastronomia”, que de um modo simplificado, teria como conceito central comidas e bebidas servidas em um ambiente descontraído (podendo ser bar ou restaurante) com preços acessíveis, remetendo a uma culinária mais simples e cotidiana (Delfim, 2013; Salvador, 2013).

Entretanto, ainda que o termo já venha ganhando destaque em publicações de jornais, revistas e *blogs* dedicados ao tema Gastronomia, até o presente momento não há um arcabouço conceitual que vise compreender o conceito e as lógicas de consumo da Baixa Gastronomia (ao menos utilizando-se dessa nomenclatura). Neste sentido, diversas problemáticas acabam por emergir, sendo algumas delas utilizadas no delineamento desta pesquisa, como: a que lógicas de consumo a Baixa Gastronomia obedece em contexto urbano? Seria possível sugerir que o termo equivaleria a um segmento específico ou se constituiria num aglomerado de outros segmentos (Comida de rua; Comida de boteco; Comida caseira, etc.)? Ou o conceito de Baixa Gastronomia estaria relacionado mais a uma conjuntura de fatores (ambiente, local, atendimento, etc.) do que

a um tipo específico de prato ou estabelecimento? Qual a relevância de se discorrer acerca de movimentos como a Baixa Gastronomia em meio ao contexto da atividade turística?

Com base nesta perspectiva, delimitou-se como objetivo desta pesquisa, a revisão das definições apresentadas para baixa gastronomia, assim como a investigação de outros temas utilizados como equivalentes e os tipos de estabelecimentos apontados dentro desta perspectiva de consumo, a fim de estruturar delineamentos iniciais para um marco teórico acerca do tema.

Visto que o objeto de pesquisa deste estudo ainda possui pouca produção acadêmica, realizou-se uma pesquisa de caráter exploratório pautada essencialmente no levantamento bibliográfico. De acordo com Gil (2008), pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato, sendo realizadas especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado.

A revisão bibliográfica buscou abranger a gastronomia, compreendida aqui “como o estudo entre a cultura e a alimentação” (Gimenes, 2011: 427), e aspectos do consumo em estabelecimentos de alimentos e bebidas, em especial textos que discorram sobre os chamados “botecos” (visto que muitos associam a baixa gastronomia a esses espaços) e por fim uma busca em meio a reportagens e *blogs* que apresentem algum tipo de definição para Baixa Gastronomia, buscando contribuir na compreensão (ou até mesmo elaboração) de seu conceito.

Referente à utilização de textos de reportagens e publicações de páginas da Internet, vale a ressalva de que ainda que tais fontes não disponham do mesmo valor teórico que as de cunho acadêmico, elas precisam ser consideradas, principalmente nesse trabalho, visto que no caso da baixa gastronomia, é o *locus* onde o debate encontra eco.

### **A alimentação humana: uma perspectiva cultural**

A comida vai além do ato de alimentar-se, em sentido fisiológico. De modo sucinto, comida é aquilo que é reconhecido social e culturalmente em determinados grupos de identidades como passível de ser ingerido e degustado e, consiste em cultura, quando consumida, visto que o homem, dentre a gama de opções disponíveis, escolhe a própria comida com base em critérios ligados tanto às dimensões econômicas e nutricionais quanto aos valores simbólicos de que a própria comida se reveste. Neste sentido estão em jogo mais do que nutrientes, mas gostos e costumes, valores, crenças e sensibilidades (Montanari, 2008; Pertile, 2013).

A subjetividade veiculada às práticas alimentares pode revelar a natureza das representações políticas, religiosas e estéticas de uma civilização, além de incluir a identidade cultural, a condição social, a memória familiar, os critérios morais, o modo de organização da vida cotidiana, além de outros aspectos que podem estar relacionados aos costumes alimentares. Nesta linha, aponta-se a alimentação como um código sociocultural complexo que pode vir a permitir a compreensão do sentido de uma sociedade, definindo grupos, classes e pessoas e expressando as relações sociais existentes entre eles (Carneiro, 2006; Garcia, 1994; Rolim, 1997).

Assim, as cozinhas e as artes culinárias estão revestidas de histórias, tradições e tecnologias, utilizando-se de procedimentos e ingredientes que se encontram submersos em sistemas socioeconômicos, ecológicos e culturais. As marcas territoriais, regionais ou de classe desses sistemas lhes conferem especificidade, além de alimentarem identidades sociais ou nacionais. Nesse aspecto, o preparo de uma iguaria tida como tradicional e relacionada como constituidora de identidade envolve, em muitos casos, não apenas a repetição de uma receita e a fidelidade aos ingredientes a serem utilizados, mas, também, a reprodução das condições de preparação da mesma e todo o ritual na qual esse ato se encontra inserido (Canesqui; Garcia, 2005; Gimenes, 2008).

Comer é ingerir, integrar, comunicar, falar pelos ingredientes, pelos temperos, pelas maneiras de fazer cada prato, pelas maneiras de consumir cada prato. Nossas características, nossos costumes, nossas tradições e permanentes criações estão presentes e representadas nos cardápios, nas muitas possibilidades de oferecer e de, finalmente, comer. Comer é existir enquanto indivíduo, enquanto história, enquanto cultura, dando o sentido de pertencimento a uma comunidade, a um povo (Lody, 2008: 33).

A qualidade da comida (além da quantidade em que essa é servida/consumida) é compreendida por culturas tradicionais como uma expressão direta de pertencimento social, sendo que o modo de se alimentar deriva e simultaneamente revela o pertencimento do indivíduo. Tal movimento afere a comida um valor comunicativo, demonstrando por meio de tal, uma identidade social (Montanari, 2008).

Compreendendo a identidade social não como algo dado e imutável, mas sim como um processo dinâmico relacionado a um projeto coletivo que inclui uma constante reconstrução, Maciel (2005) afirma que as cozinhas agem como referenciais identitários, estando sujeitas a constantes transformações, visto que no processo de construção, afirmação e reconstrução dessas identidades, determinados elementos culturais (como a comida) podem se transformar em marcadores identitários, apropriados e utilizados pelo grupo como sinais diacríticos, símbolos de uma identidade reivindicada.

O discurso identitário, tomado de forma conservadora e de reificação, comumente com objetivos profanos, requer cuidado na abordagem acadêmica, motivo pelo qual, nesse contexto, o termo identidade remete a ação, a uma identificação, ou nos termos de Eco (2002), quando afirma que há um sistema de valores simbólicos ligados à identidade, é carregada de subjetividade e de objetividade e não é estática, é muito mais um processo dialógico, múltiplo, do que uma representação una. No mesmo sentido, a cozinha remete a diversos espaços no conjunto do saber fazer humano e a perspectiva identitária social conduz a identificação territorial ou, social/territorial, isto é, tem relação com as práticas culturais estabelecidas e historicamente em reprodução nos territórios, sofrendo reformulações. “Trata-se do difícil jogo de dar sentido à

nossa vida em grupo sem com isto retirar ou menosprezar o sentido dos outros” (Haesbaert, 1999: 188).

Seguindo na perspectiva da alimentação como bem de referência identitária e cultural, Silva (2011) assinala que a ampliação dos estudos da área de patrimônio nas últimas décadas vem possibilitando o alargamento do campo do patrimônio alimentar, problematizando a alimentação também nos novos usos e discursos no campo do patrimônio. Um campo que entrecruza questões relacionadas à identidade, tradições, etnias, entre outros temas.

Direcionando esta contextualização à atividade turística, Schlüter (2003: 69) afirma que “o uso que o turismo faz do patrimônio determina que a gastronomia adquira cada vez maior importância para promover um destino e para captar correntes turísticas”. Neste sentido, trabalhar a gastronomia no âmbito do turismo exige explorar todas as nuances e matizes que envolvem a temática, como a cultura, técnicas de preparo, formas de serviços e degustação, entre outras (Gimenes, 2011).

Atualmente, com o tempo como um recurso escasso e que gerou o abreviamento do ritual alimentar, desde a fase da preparação ao ato do consumo em si, a indústria tem buscado suprir essa situação e passou a investir significativamente na oferta de produtos, visando atender a culinária doméstica e profissional, refletindo também no volume e na variedade de estabelecimentos voltados para a alimentação comercial (Garcia, 1994; Oliveira, 2006).

Se antes o sentido de casa fazia referência ao espaço da cozinha, com o tempo, a alimentação passou a se identificar cada vez menos com o universo doméstico. Se num primeiro momento os hábitos alimentares separavam o tempo (representando a interrupção da jornada de trabalho, por exemplo) e estimulavam a sociabilidade familiar, atualmente observa-se que as práticas alimentares são marcadas pela demarcação de novos espaços (não mais restrita ao ambiente residencial) e velocidades (o abreviamento do ritual alimentar, em suas diferentes etapas, desde a preparação até o consumo) (Fischler, 1998; Pertile, 2013; Canesqui; Garcia, 2005).

Nesse aspecto, Lima (2010: 39) afirma que a invenção do restaurante enquanto “espaço social” constitui um marco na história dos costumes (de um modo geral e em especial, na gastronomia), reconfigurando os hábitos domésticos de alimentação por meio da instituição de novos sentidos às práticas alimentares fora dos espaços residenciais.

### **A alimentação humana: perspectiva de consumo**

O estilo e ritmo acelerado de vida contemporânea, em que o hábito da alimentação fora de casa vem se tornando cada vez mais expressivo no cotidiano urbano leva ao aumento constante do número de estabelecimentos de alimentos e bebidas. Especialmente em cidades de médio e grande porte, há anos, bares, restaurantes e similares integram a paisagem urbana e configuram-se não apenas como locais vinculados à questão da alimentação, mas também como opções de descontração, entretenimento e encontro de amigos e familiares (Gimenes, 2011).

Inicialmente, a palavra restaurante, derivada do francês *restaurant*, fazia referência não a um lugar, “mas como algo para comer em caldo” (Angnes; Moyano, 2013: 320) a fim de restaurar as energias e as forças. Atualmente, o aumento do consumo de refeições em estabelecimentos comerciais equipara-se ao aumento da oferta de estabelecimentos de alimentos e bebidas, que vai desde redes de *fast-foods* a locais mais sofisticados (Brookes, 2005; Oliveira, 2006).

De acordo com Angnes e Moyano (2013: 320), com base em Lippel (2002), é possível classificar os serviços de restaurantes em três grupos: “*À la carte*, autosserviço e diretivo ou repetitivo”, sendo as principais características destas categorias apresentadas no quadro 1. Os autores ressaltam, no entanto, que ainda encontram-se outras classificações de restaurantes que costumam ser variações dessas três.

#### QUADRO 1 - CLASSIFICAÇÃO BASE DOS RESTAURANTES (DE ACORDO COM O TIPO DE SERVIÇO)

<b>Restaurante <i>à la carte</i></b>	Caracterizado por um método de cardápio pré-definido que é oferecido diariamente aos clientes.
<b>Restaurante autosserviço</b>	Possui um método de atendimento simplificado, rápido e de baixo custo, no qual os próprios clientes escolhem e servem o que irão comer. Exemplo: <i>Buffet</i> .
<b>Restaurante Diretivo ou Repetitivo</b>	Nos estabelecimentos classificados dentro desta categoria, a metodologia empregada é oferecer variações dos mesmos pratos, em intervalos de rodízios nas mesas, como churrascarias e pizzarias, por exemplo.

Fonte: adaptado pelos autores a partir de Angnes e Moyano (2013)

No sentido da utilização destes estabelecimentos além de sua função como locais de consumo de alimentos, Rolim (1997: 93) afirma que os bares e restaurantes, em qualquer cidade, se proliferam enquanto “espaços relacionais, de valorização da comensalidade e da sociabilidade”. A autora sintetiza os tipos de restaurantes em dois grupos: “aqueles de alto luxo, onde existe uma valorização da raridade das iguarias servidas e dos vinhos e bebidas apresentadas nos cardápios, e aqueles mais simples, que procuram conciliar a boa mesa com a economia” (Rolim, 1997: 87).

Considerando esse segmento de estabelecimentos de características mais simples, Bolaffi (2009) indica os populares “botecos”, como sendo os locais onde geralmente se come melhor e se encontra a mais autêntica comida local por preços mais baixos e aponta como tendência atual o resgate dos botecos das principais cidades brasileiras, como São Paulo e Rio de Janeiro, onde os alimentos estão sendo promovidos a “alimentos *gourmets*”.

Originalmente o termo “*gourmet*” surge como um substantivo para designar pessoas que possuam um paladar apurado, sendo que na compreensão de Franco (2001: 135) “[...] um *gourmet* deve ser especialmente dotado de sensibilidade gustativa e olfativa”. Atualmente, entretanto, o termo transformou-se em um adjetivo a fim de classificar produtos que trouxessem qualidade, apresentação e ingredientes sofisticados e um diferencial criativo. E o que surge como uma proposta de sofisticação a fim de diferenciar e destacar produtos em meio ao grande número de opções existentes no mercado tem se tornado um modismo exagerado, descrito por Luciana Stein, diretora de conteúdo da empresa de tendências Trendwatching na América Latina, como

“[...] um recurso do mercado para transformar o que é mundano em algo mais luxuoso ou renovado” (Bianchi, 2013: [s.n.]).

Seria justamente como um movimento contrário a esta tendência exacerbada de “*gourmetização*”, aliado a busca da valorização de uma comida mais simples e/ou caseira servida em ambientes mais democráticos, que o termo baixa gastronomia vem ganhando destaque, principalmente na propagação do tema em comunidades virtuais e *blogs* voltados à alimentação.

### **Baixa Gastronomia: Discussões iniciais**

O termo “baixa gastronomia” provavelmente aparece como uma contraproposta ao perfil de estabelecimentos classificados como de “Alta Gastronomia”. A expressão “Alta Gastronomia”, por sua vez, possivelmente surge como um correlato (ou talvez até uma má tradução ao português) do termo em francês “*Haute Cuisine* ou *Grande Cuisine*” - “Alta Cozinha” em tradução livre -, que num primeiro momento concentra-se exclusivamente em meio ao espaço das cortes, materializada sob seus luxuosos banquetes. Ao discorrer sobre a história dos restaurantes, Pitte (1998: 754) comenta que desde o período do reinado de Luís XIV, os representantes mais abastados da nobreza francesa preferiam manter responsáveis pelos serviços e cozinheiros, buscando profissionais capazes de reproduzir as pompas culinárias da corte e “é nesse meio que se aperfeiçoam as receitas sofisticadas da alta cozinha francesa que já goza de uma reputação lisonjeira no exterior”.

Evidentemente que cada sociedade, em seu tempo constituiu mecanismos de hierarquia social e na sociedade atual novos contornos hierárquicos, mais ou menos explícitos conotam a relação conflituosa entre o que se poderia chamar de baixa e alta gastronomia. Contudo, conforme já explicitado, a gastronomia é “o estudo entre a cultura e a alimentação” (Gimenes, 2011: 427) e, nesse contexto, erroneamente, à cozinha é atribuído um sentido amplo, hierárquico, e não um sentido de local ou de uma espacialidade enquanto representação escalar geográfica. Todavia, esse debate merece ser ampliado do ponto de vista antropológico e geográfico, para as perspectivas simbólicas que ele carrega<sup>5</sup>.

Apesar de não haver uma fonte determinando quando e quem tenha cunhado o termo baixa gastronomia, alguns textos apontam o escritor e jornalista Ruy Castro como um dos primeiros a formalizá-lo, em seu ensaio intitulado “Delírios da Baixa Gastronomia”, publicado originalmente no livro “Terramarear: Peripécias de dois turistas culturais”. Em seu texto, Castro critica o modismo envolto na supervalorização de estabelecimentos de luxo, onde a qualidade da comida perde prioridade para a decoração do prato (e do local). Discorrendo sobre os pratos popularmente tradicionais e estabelecimentos que conheceu em diversos países, defende que:

---

<sup>5</sup> Contudo, devido à limitação de espaço e pela necessidade de ampliação desse debate, ele será realizado em novas abordagens específicas.

[...] Restaurante bom é aquele em que a comida é saborosa, a que se pode ir a pé, em que os garçons nos dão um tapinha na barriga e chamam pelo nome (“Fala Ruyzinho!”) e o *chef* – digo, o cozinheiro – aceita fazer algumas adaptações no prato para acomodar o seu paladar. [...] De preferência, também, que seja frequentado por gente como você e eu, que não estamos ligando para modelito. Ah, sim, se algum famoso ator, publicitário, pagodeiro, jogador de futebol ou escritor estiver no recinto, nenhum problema, desde que não perturbe os anônimos à sua volta. No fundo, sou ainda mais radical e prefiro os restaurantes aonde se pode ir de bermudas, sem prejuízo de quem quiser ir a rigor (Castro, 2011: 3)

Considerando a possibilidade de Castro (2011) ser o responsável por cunhar o termo baixa gastronomia, visto o ano de publicação de seu texto, em um primeiro momento pode-se ter a ideia de que se trata de um movimento recente. Entretanto, ao se analisar as características que permeiam tal conceito, observa-se que a baixa gastronomia (ao menos na compreensão que se faz neste artigo) sempre esteve presente em meio ao setor de Alimentos e Bebidas. Os popularmente chamados “botecos” (encontrado também na grafia “buteco” e “botequim”) aparecem em alguns textos como um equivalente a baixa gastronomia, tanto em referência ao clima presente nesses ambientes (apontados como locais descontraídos, ponto de encontro, de sociabilidade e hospitalidade) quanto ao próprio tipo de comida servida nesses locais, como porções de petiscos, aperitivos e ou os chamados “P. F.” - Prato Feito (ao que se poderia atribuir como uma popularização dos empratados servidos no tipo de serviço à *la carte*). O próprio Castro (2011: 4), em seu ensaio, vincula os botecos cariocas como sendo o “autêntico berço da baixa gastronomia mundial”.

Mas como se poderia classificar a baixa gastronomia? Como um segmento de mercado? Um movimento ou tendência dentro da gastronomia? Uma filosofia dentre os estabelecimentos? Em entrevista a revista eletrônica “Revista Inventa”, Guilherme Caldas, um dos idealizadores do Blog Curitiba Baixa Gastronomia, afirma:

O conceito não é fechado. Baixa Gastronomia antes de tudo, não é restaurante pé-sujo, não é só comida de boteco. O que a define são características como: lugar sem frescura, sem penduricalhos: bom atendimento, aquela cara de coisa honesta; não precisa ser barato; e a gente preza por lugares que tenham uma curitibanidade, que ajudem a formar a alma da cidade (Scurupa, 2012: [s.n.]).

Por meio dos tipos de estabelecimentos citados em *blogs*, nota-se que a ideia central do conceito de baixa gastronomia englobaria comidas e bebidas servidas em um ambiente descontraído e com preços acessíveis, seja bar ou restaurante, sendo que em alguns casos observou-se ainda a citação de opções de “comida de rua”, remetendo sempre a uma culinária mais simples, cotidiana. De um modo geral, refere-se à comida de raízes populares divulgadas



informalmente por meio de tradições familiares e também lanches e aperitivos de preparo caseiro ou típicos de um determinado local (Delfim, 2013; Salvador, 2013).

No que se diz respeito à comida de rua, Pitte (1998: 751) aponta que “no mundo inteiro, e em todas as épocas, as cozinhas de rua se impõem como o principal comércio de vendas de refeições”, na qual por uma módica quantia, o cliente adquire um prato feito quase que instantaneamente. O autor destaca que em países como o Japão, onde esse tipo de comércio é bem popular, é em meio ao comércio da comida de rua que se encontra alguns dos melhores exemplares de pratos típicos da culinária japonesa (como as “sopas de *lamen* ou de *udon*”, por exemplo), afirmando que a função social de tais espaços é essencial, visto que “funcionários, estudantes, homens de negócio, ficam sentados em bancos, lado a lado, protegidos da rua por cortinas curtas, fazendo brincadeiras entre si e com o cozinheiro” (Pitte, 1998: 752). No Brasil, Gastal e Pertile (2013), afirmam que a comida de rua tem estado presente, com maior ou menor visibilidade, desde os primórdios no século XVI.

Dutra (2012) aponta o comércio da comida de rua como um elemento importante da composição estética dos espaços da cidade, vinculado às práticas ordinárias do cotidiano (seja como opção de refeição no intervalo do horário de trabalho ou como prática recreativa, inserida entre as atividades de um passeio ou ida as compras) urbano e configura-se como uma alternativa à comida largamente industrializada, dado seu caráter artesanal, na qual, dependendo da cultura do local onde está inserida, ora se aproxima de uma cozinha étnica, ora se identifica com fórmulas alimentares globalizadas. “Ao possibilitar o acesso democrático, a comida de rua expressa a fluidez da cidade, cujo espaço público, suas ruas centrais, se apresentam como espaço múltiplo que acolhe diferentes estilos de vida e formas de habitar o mundo” (Dutra, 2012: 16).

Em um trecho do texto “Manifesto da Baixa Gastronomia”, publicado pelo *blog* Curitiba Baixa Gastronomia, verifica-se a seguinte definição do termo:

[...] trata-se de bares, restaurantes e lanchonetes que se propõem a vender comida e bebida saborosas a preços honestos, em que você é bem atendido quer chegue de terno ou de calção e chinelo de dedo e onde juntamos amigos para horas de conversa em torno de cerveja bem gelada (em copo americano, claro).  
[...] A simplicidade e a simpatia desses lugares, que encontramos em cada bairro da cidade, faz com que eles juntem uma clientela fiel. Decoração assinada por arquiteto bacana? Estacionamento com manobrista? Citação em colunas sociais? Esqueça. Aqui não tem nada disso (Ainda bem!) (Caldas, 2012, grifo nosso).

Carvalho (1981: 13) apresenta algumas características de estabelecimentos denominados como “botequim” que vão ao encontro a uma possível perspectiva conceitual do termo baixa gastronomia, descrevendo-os como:

Um *local informal* e despojado de decorações inúteis ou pretenciosas, onde se vai sobretudo para beber e tirar o gosto com salgadinhos e petiscos simples, e que do meio-dia ao começo da tarde serve o almoço, com aquela *comidinha do tipo caseiro*.

[...] Esses lugares tradicionais apresentam, além de sua atraente cozinha, um *clima de tranquilidade e solidariedade únicas, pois sua clientela é fiel*. Sabe que vai comer honestamente, sem falsos mistérios ou complicações. Vai, inclusive, comer fartamente, e por um preço justo.

Aqui vale uma observação quanto à designação da comida servida nestes estabelecimentos como sendo uma comida de característica “caseira”. Aponta-se que ao longo da evolução histórica, a casa sempre foi assimilada ao lar – isto é, à cozinha. Tanto que ainda hoje se utiliza a expressão “comida caseira”, remetendo não apenas ao fato de ser preparada dentro do espaço onde se reside (“casa”), mas porque envolve a perspectiva da partilha da refeição com pessoas familiares, sem maiores constrangimentos (Fischler, 1998; Pertile, 2013).

Apesar da variação de termos utilizados, é possível observar que as características apontadas na baixa gastronomia se enquadram principalmente em uma perspectiva direcionada aos fundamentos da hospitalidade e sociabilidade, tendo a simplicidade como um valor que se sobressai, não vinculando este aspecto a sentido errôneo como algo de baixa qualidade, pois como aponta Lima (2010: 85) “[...] seja na culinária ou na ambientação, a ideia de simplicidade é inspiradora de relações mais sólidas, de harmonia com a natureza, de prazer genuíno ao paladar”.

Em algumas culturas, por exemplo, o simples gesto de ofertar um alimento, “delimita e concretiza o ato da hospitalidade, ainda que esse alimento seja simbólico, sob a forma de um copo de água ou do pão que se reparte em algumas culturas” (Dencker, 2003: 110). Se entre os elementos primordiais ao desenvolvimento do turismo figura a hospitalidade, esta também está intrinsecamente relacionada à alimentação enquanto um momento de comunhão entre as pessoas, sendo que o ato de compartilhar a mesa ou uma refeição com alguém, talvez se configure numa das formas mais reconhecidas de hospitalidade. Neste sentido, o “comer juntos, assume, então, um significado ritual e simbólico superior à simples satisfação de uma necessidade alimentar. Essa forma de partilha, de troca e de reconhecimento é chamada comensalidade” (Boutaud, 2011: 1213).

Esse senso do bem receber (independente de quem seja, da onde veio e de qual vestimenta está trajando), relacionado a esta compreensão do aspecto de “comida caseira”, em um sentido de conforto, acolhimento, e hospitalidade permeiam praticamente todos os textos que discorrem sobre a baixa gastronomia. A imagem desses estabelecimentos associada a um ambiente democrático, na qual os clientes se sentem parte daquele local é tão presente que Staviski (2011: 11), ao tentar qualificar os “botecos” de uma cidade, aponta que esses têm que ser “uma extensão da sala de visitas da nossa casa. Acho que mais do que isso. Tem de ser a extensão da sala de visitas da casa da nossa mãe”. Um ambiente que representa um local onde sempre que

se retorna, se encontrará “companhia, calor e abrigo, amigos e mesmo a própria solidão, quando a gente precisa somente dela e de mais um copo”.

A estas características do “botequim”, do clima de tranquilidade e solidariedade a qual os espaços de tais estabelecimentos se encontram envoltos, parametrizado por possuir uma clientela fiel, também pode ser apontado tanto como diferencial quanto um dos principais atrativos de estabelecimentos dentro deste conceito, visto que a verdadeira identidade dos lugares reside na forma como eles são “apropriados, percebidos, desfrutados, amados e, sobretudo, partilhados” (Baptista, 2008: 6).

Com base nas discussões apresentadas até o momento, elaborou-se o quadro 2 a fim de sintetizar algumas características aferida aos “Botecos”, a “Comida de Rua” e a “Baixa Gastronomia” visto que, conforme apresentado, os três conceitos apresentam algumas características comuns. No tópico “Baixa Gastronomia”, alguns autores citados não se utilizam do termo, mas, de acordo com as características na qual descrevem os estabelecimentos abordados em suas respectivas pesquisas, acredita-se que também poderiam ser enquadrados dentro do termo. É o caso, por exemplo, dos “10 mandamentos dos Templos Ogro” elaborados por Barcinski (2012) e que constam em seu livro “Guia da Culinária Ogra: 195 lugares para comer até cair”.

#### QUADRO 2 - CARACTERÍSTICAS PERTINENTES À CONSTRUÇÃO CONCEITUAL DA BAIXA GASTRONOMIA

<b>Botecos</b>	Um local simples, informal, no qual se encontra não apenas comidas saborosas, de toque caseiro, popularmente tradicionais, servidas em porções generosas (mesmo a um preço mais acessível), mas também um ambiente envolto a um clima de tranquilidade, descontração e acolhimento. Democrático, não faz discriminação de clientes. Por este bem receber, acabam conquistando uma clientela fiel, o que leva esses estabelecimentos a adquirirem a cara do local onde está instalado e assim, se tornam pontos tradicionais de muitas cidades.	Bolaffi (2009); Carvalho (1981); Staviski (2011);
<b>Comida de Rua</b>	Presente na história do comércio de refeições antes mesmo da instituição dos restaurantes, a comida de rua consiste no comércio de refeições rápidas a preços acessíveis. Configura-se em um elemento importante da paisagem e do cotidiano urbano assim como apresenta uma função social essencial. Quanto ao tipo de refeição servida, pode estar relacionada tanto a iguarias tradicionais, de caráter artesanal quanto a pratos globalizados.	Dutra (2012); Gстал e Pertile (2013); Lody (2008); Pitte (1998);
<b>Baixa Gastronomia</b>	Usada em alguns casos como referência específica ao tipo de comida servido: pratos populares, lanches e aperitivos de preparo caseiro – remetendo ao senso de uma culinária de teor mais tradicionalmente familiar, as definições de Baixa Gastronomia se aproximam principalmente de descrições atribuídas aos “botecos”. A baixa gastronomia englobaria bares, restaurantes e lanchonetes, que possuam um ambiente democrático, sem frescura, que vendem comida e bebida, relacionadas a uma culinária mais simples, popular e cotidiana, a preços honestos (o que em sua maioria acaba sendo um preço mais baixo e acessível). O bom atendimento, profissional, porém mais próximo de um tratamento afetuoso, associado a boa mesa e a simpatia e simplicidade desses lugares faz com que eles juntem uma clientela fiel.	Barcinski (2012); Caldas (2012); Castro (2011); Delfim (2013); Salvador (2013); Rolim (1997);

Fonte: Os autores (2014).

No entanto, qual a relevância de se discorrer acerca de movimentos como a baixa gastronomia e suas possíveis relações com a oferta turística?

A cidade, suas ruas, bairros e equipamentos, entre estes os estabelecimentos de alimentos e bebidas, configuram-se em espaços e suportes concretos de sociabilidade e experiências, na qual é possível avaliar e realizar uma gama de sensações e práticas sociais compartilhadas e a verdadeira identidade dos lugares reside na forma como estes são apropriados, desfrutados e compartilhados (Baptista, 2008; Dencker, 2003; Ipiranga, 2010).

É preciso considerar as diversas vertentes na qual o comportamento alimentar se constitui. Os regionalismos culinários; a comida e seu simbolismo; as relações entre as cozinhas e a religião; os hábitos alimentares de grupos específicos ou os promovidos por ações de marketing, as redes de *fast-foods* e a reorganização da comensalidade na sociedade urbano-industrial, entre outras perspectivas presentes ao tema (Canesqui; Garcia, 2005: 24).

O conhecimento das pautas culturais associadas à gastronomia não são apenas importantes para a confecção de produtos de turismo cultural, mas é necessário que sejam conhecidas pelos que atuam na indústria da hospitalidade em seu conjunto. Poder apreciar como, através do tempo e do espaço, foram intercambiando-se recursos e pautas culturais sobre a base de sabores e cores, com certeza abrirá um novo espaço ao turismo cultural (Schlüter, 2003: 90).

Toma-se como exemplo o Curitiba Baixa Gastronomia, um *blog* que surgiu a partir da ideia do quadrinhista Guilherme Caldas e do jornalista Rafael Martins, em uma conversa informal, de desenvolver um mapa colaborativo com a indicação de estabelecimentos que se enquadrassem no conceito de “Baixa Gastronomia”, utilizando a plataforma Google Maps. O mapa acabou ganhando destaque, gerando além do *blog*, uma comunidade no Facebook e um perfil no Twitter. A primeira publicação do *blog* data de fevereiro de 2012 e a estrutura se divide nas seções: Aberto aos domingos; Botecos; Comida de rua; Conheça; Mapa da Baixa Gastronomia; Na madrugada; Posts; e Restaurantes.

A articulação das publicações com a indicação dos estabelecimentos citados diretamente no Mapa da Baixa Gastronomia se mostra de grande valia na perspectiva da utilização das informações do *blog* como um guia de estabelecimentos da cidade de Curitiba, visto que de acordo Barcinski (2012: 6) “muitos desses lugares não aparecem em guias, até por não se importarem com estrelas, prêmios ou concursos”. Por se tratar de um aplicativo colaborativo, o mapa também possibilita conhecer locais por meio da indicação de outros usuários do *blog*. Neste sentido, esta pode ser uma possibilidade de ofertar aos turistas novas formas de se apreciar a cidade a partir do ponto de vista daqueles que nela vivem.

Por fim, acredita-se que a base da atividade turística esteja pautada na recepção, na acolhida, na hospitalidade oferecida e na troca e interação entre as populações visitadas e os visitantes. Os aspectos de sociabilidade, acolhimento e simplicidade presentes nas descrições dos

estabelecimentos e na própria caracterização da baixa gastronomia podem trazer novas perspectivas para a articulação da atividade turística, até em um sentido de uma maior democratização da atividade.

### **Considerações Finais**

Um dos pontos positivos de se efetuar pesquisas envolvendo a articulação de tendências do campo da gastronomia e turismo é a possibilidade de se refletir acerca de novas perspectivas de usufruto dos espaços urbanos e na condução e planejamento da atividade turística de um modo geral. E neste sentido, a baixa gastronomia também pode surgir como uma possibilidade de se refletir sobre os estabelecimentos do setor de Alimentos e Bebidas para além de seu propósito comercial, mas principalmente enquanto espaços envoltos de hospitalidade, sociabilidade, descontração e acolhimento.

Sendo assim, acredita-se que a baixa gastronomia não deva ser utilizada como uma mera classificação mercadológica, como de fato ocorre com a alta gastronomia. Há sim características que sejam possíveis observar (e não elencar dentro de um modelo) de modo estrutural: geralmente ambientes de instalações simples, em sua maioria em locais que fogem completamente dos pontos badalados de uma cidade, de preço mais acessível, etc. Entretanto não se restringe a isso, essas não são as características mais importantes em meio a seu conceito/debate. O primordial seria ampliar a compreensão no sentido de que são locais onde se valoriza a comida em sua plenitude enquanto fonte de sabor (e não apenas de estética), que acolhem seus clientes por igual e que os atendam não apenas por uma obrigação contratual, mas porque os mesmos são verdadeiramente bem vindos àquele local. E em meio a isso, os clientes se sentem satisfeitos e acolhidos e retornam frequentemente, junto a amigos e assim por diante, ajudando a formar todo esse senso de clima familiar que parece permear tais locais.

Se o ritmo intenso e acelerado na qual a sociedade se encontra submetida, junto com outras características da vida moderna, onde todos os processos – profissionais e pessoais – parecem se tornar não só acelerados, mas também descartáveis, a perspectiva de se encontrar estabelecimentos *comerciais*, que em princípio seriam apenas um ponto de venda de refeições, um ambiente que faça com que as pessoas consigam associar ao sentimento reconfortante de se estar em casa, parece no mínimo instigante. Ao buscar textos que tratem o ato de compartilhar as refeições como um dos primeiros (e talvez mais emblemáticos) gestos que instituem o senso de hospitalidade e comensalidade, reflete-se se essa não poderia ser, talvez, não a única, mas a principal característica a permear a lógica de estruturação e condução desses locais.

Contudo, pode-se considerar que, distante de resolver a hierarquização no campo alimentar, o presente trabalho buscou refletir sobre um tema emergente no cenário da alimentação e que, não dissociado do cotidiano, faz refletir sobre uma sensação de gourmetização

da vida banal, problemática apontada ao longo do texto. Nesse contexto, verifica-se a necessidade de ampliar o debate sobre o tema da baixa gastronomia, remetendo à hierarquização social, seus espaços de consumo, sobre um possível discurso de autenticidade e cozinha regional/territorial e de *terroir*, sempre levando-se em consideração o saber-fazer que dá contornos sensoriais à vida.

## Referências

- Angnes, D. L.; Moyano, C. A. M. (2013). Atributos de escolha em serviços de *restaurants*: Um estudo exploratório. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 7 (2), 317-336, 2013. Disponível em: <<http://rbtur.org.br/rbtur/article/view/607>> Acesso em: 18/01/2014.
- Akel, G. M.; Gândara, J. M. G.; Brea, J. A. F. M. (2012). Métricas da qualidade da experiência do consumidor de bares e restaurantes: uma revisão comparada. Dossiê Turismo e Gastronomia. *Revista Rosa dos Ventos*, Caxias do Sul, 4 (3). Disponível em: <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1699/1122>. Acesso em 22/10/2013.
- Barcinski, A. (2012). *Guia da Culinária Ogra*: 195 lugares para comer até cair. São Paulo: Planeta.
- Baptista, I.(2008). Hospitalidade e eleição intersubjectiva: sobre o espírito que guarda os lugares. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, V (2), 5-14, jul. – dez. Disponível em:<<http://www.revhosp.org/ojs/index.php/hospitalidade/article/view/150/175>>. Acesso em: 5/07/2013.
- Bianchi, J.(2013). Até onde vai a onda da “gourmetização”. Caderno Luxo – Alta Gastronomia. *Portal iG* São Paulo. Disponível em: <<http://luxo.ig.com.br/altagastronomia/2013-12-30/ate-onde-vai-a-onda-da-gourmetizacao.html>> Acesso em: 28/04/2014.
- Bolaffi, G. (2009). A saga da comida. In: Araújo, W. M. C.; Tenser, C. M. R. (Orgs.). *Gastronomia: cortes e recortes*. 1. Brasília: Editora Senac-DF.
- Boutaud, J. J. (2011). Comensalidade: compartilhar a mesa. In: Montandon, A. *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na historia e nas culturas*. São Paulo: Senac São Paulo.
- Brookes, M. (2005). Modelando o paladar gastronômico: a influência das empresas de alimentação (Somos o que comemos ou o que somos persuadidos a comer?). In: Sloan, D. (Org.). *Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor*. Tradução Sonia Bidutte. Barueri/SP: Manole.
- Caldas, G. (2012). Manifesto da Baixa Gastronomia. *Blog Curitiba Baixa Gastronomia*. Curitiba/Paraná, 01 fev 2012. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/guia-da-baixa-gastronomia/manifesto-da-baixa-gastronomia/>>. Acesso em: 08/07/2013.
- Canesqui, A. M.; Garcia, R. W. D. (orgs.) (2005). *Antropologia e nutrição: um diálogo possível*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz.
- Castro, R. (2011). Delírios da Baixa Gastronomia. Caderno Ensaios. In: *Digestivo Cultural*. Disponível em:<[http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=428&titulo=Delirios\\_da\\_baixa\\_gastronomia](http://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=428&titulo=Delirios_da_baixa_gastronomia)> Acesso em: 08/05/2014.
- Carneiro, H. S. (2006). Comida e sociedade: significados sociais na história da alimentação. *História Questões e Debates*, 42. Curitiba. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/historia/article/view/4640/3800>>. Acesso em: 10/07/2013.
- Carvalho, A. J. (1981). *Comidas de Botequim*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira.

- Delfim, J. E. (2013). Baixa Gastronomia hoje é hit em todo o mundo. *Blog Um Toque de Chefe*. São Paulo. Disponível em: <<http://www.umtoquedechef.com.br/index.php/baixa-gastronomia-hoje-e-hit-em-todo-mundo/>>. Acesso em: 17/05/2013.
- Dencker, A. de F. M. (2003). A abordagem científica em hospitalidade. In: Dencker, A. de F. M.; Bueno, M. S. B. (Orgs.). *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Dutra, R. C. de A. (2012). *Comida de Rua: estilo alimentar, temporalidade e sociabilidade nas ruas da cidade*. 36º Encontro Anal da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais. Águas de Lindóia, São Paulo. Disponível em: <[http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=7917&Itemid=217](http://portal.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=7917&Itemid=217)> Acesso em 05/06/2014.
- Eco, H. (2002). *Tratado geral de semiótica*. São Paulo: Perspectiva.
- Fischler, C. A (1998). “McDonaldização” dos costumes. In: Flandrin, J.-L.; Montanari, M. (orgs). *História da Alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade.
- Franco, A. (2001). *De caçador a gourmet: uma história da gastronomia*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- Gândara, J. M. G.; Gimenes, M. H. S. G. e; Mascarenhas, R. G. (2009). Reflexões sobre o Turismo Gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: Panosso Netto, A.; Ansarah, M. G. (Org.). *Segmentação do mercado turístico – estudos, produtos e perspectivas*. Barueri: Manole.
- Gastal, S.; Pertile, K. (2013). *As Comidas de Rua entre fixos e fluxos*. X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Caxias do Sul, RS. Disponível em: <[http://www.anptur.org.br/novo\\_portal/admin/portal\\_anpur/anais/arquivos/pdf/\[107\]x\\_anptur\\_2013.pdf](http://www.anptur.org.br/novo_portal/admin/portal_anpur/anais/arquivos/pdf/[107]x_anptur_2013.pdf)> Acesso em 04/06/2014.
- Garcia, R. W. D. (1994). Representações sociais da comida no meio urbano: algumas considerações para o estudo dos aspectos simbólicos da alimentação. Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação. *Revista Cadernos de Debate*, II. Campinas: UNICAMP. Disponível em: <[http://www.pt-pr.org.br/pt\\_pag/PAG%202004/AGRICULTURA/Representa%C3%A7%C3%B5es%20Sociais%20da%20Comida%20no%20Meio%20Urbano.PDF](http://www.pt-pr.org.br/pt_pag/PAG%202004/AGRICULTURA/Representa%C3%A7%C3%B5es%20Sociais%20da%20Comida%20no%20Meio%20Urbano.PDF)>. Acesso em: 02/07/2013.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- Gimenes, M. H. S. G. (2008). *Cozinhando a tradição: Festa, cultura e história no litoral paranaense*. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em História. Universidade Federal do Paraná: Curitiba. Disponível em: <<http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/bitstream/handle/1884/17775/MARIA%20HENRIQUETA%20GIMENES.pdf;jsessionid=00F7EC815CFD944F43D5AC70BB221D26?sequence=1>> Acesso em 20/02/2014.
- Gimenes, M. H. S. G. (2011). Uma breve reflexão sobre o lugar da gastronomia nos estudos sobre turismo realizados no Brasil. *Revista Turismo & Sociedade*. 2 (2), 425-431. Curitiba. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/turismo/article/viewFile/24774/16610>>. Acesso em: 10/07/2013.
- Haesbaert, R. (1999). Identidades territoriais. In: Rosendahl, Z., Corrêa, R. L. (Org.). *Manifestações da cultura no espaço*. Rio de Janeiro: EDUERJ.
- Ipiranga, A. S. R. (2010). A cultura da cidade e os seus espaços intermediários: os bares e os restaurantes. *RAM - Rev. Adm. Mackenzie*. 2010, 11 (1), 65-91. São Paulo. Disponível em <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/RAM/article/view/1531/1355>>. Acesso em: 05/07/2013.
- Lima, M. de F. F. de. (2010). *Imagens regionais e restaurantes temáticos – Comida, Cultura e Lugar*. Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará. Disponível em: <

[http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select\\_action=&co\\_obra=191733](http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=191733)>  
Acesso em 03/06/2014

Lody, R. (2008). *Brasil bom de boca: temas da antropologia da alimentação*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.

Maciel, M. E. (2005). Identidade Cultural e Alimentação. In: Canesqui, A. M.; Garcia, R. W. D. (orgs.). *Antropologia e nutrição: um diálogo possível*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz.

Masano, I. R. (2011). *A gastronomia paulistana: o local e o global no mesmo prato*. Dissertação Mestrado em Arquitetura e Urbanismo. São Paulo: Universidade de São Paulo.

Medeiros, M. L.; Santos, E. M. (2009). Festivais Gastronômicos em Belo Horizonte – MG: Considerações sobre os reflexos gerados nos empreendimentos envolvidos. *CULTUR – Revista de Cultura e Turismo*, 2. Disponível em: <[http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao5/artigo\\_7.pdf](http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao5/artigo_7.pdf)>. Acesso em: 02/07/2013.

Montanari, M. (2008). *Comida como cultura*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.

Oliveira, M. da S. (2006). *Gestão de restaurantes: uma prática de hospitalidade*. Mestrado em Hospitalidade. São Paulo: Universidade Anhembi-Morumbi. Disponível em: <[http://tede.anhembi.br/tesesimplificado//tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=91](http://tede.anhembi.br/tesesimplificado//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=91)>. Acesso em: 06/07/2013.

Pertile, K. (2013). Comida de rua no Brasil: Relações Históricas e Conceituais. *Rosa dos Ventos*, 5 (2), Caxias do Sul/RS. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1896>>  
Acesso em: 21/02/2014.

Pitte, J.-R. (1998). Nascimento e expansão dos restaurantes. In: FLANDRIN, J.-L.; MONTANARI, M. *História da Alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade.

Rolim, M. do C. M. B. (1997). *Gosto, prazer e sociabilidade: Bares e restaurantes de Curitiba, 1950 – 60*. Doutorado em História. Curitiba: Universidade Federal do Paraná. Disponível em: <http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/bitstream/handle/1884/27165/T%20-%20ROLIM,%20MARIA%20DO%20CARMO%20MARCONDES%20BRANDAO.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 03/07/2013.

Salvador, D. (2013). Baixa Gastronomia forma a alma de Curitiba. *Jornal Comunicação UFPR*. Curitiba. Disponível em: <[http://www.jornalcomunicacao.ufpr.br/materia\\_13553.html](http://www.jornalcomunicacao.ufpr.br/materia_13553.html)>. Acesso em: 17/05/2013.

Schlüter, R. G. (2003). *Gastronomia e Turismo*. Coleção ABC do Turismo. São Paulo: Aleph.

Silva, J. G. (2011). “Pratos Típicos” como patrimônio cultural: as narrativas orais (re) elaborando antigas receitas. *Revista História Oral*, 1 (14). Disponível em: <<http://revista.historiaoral.org.br/index.php?journal=rho&page=article&op=view&path%5B%5D=223&path%5B%5D=234>>. Acesso em: 09/07/2013.

Scurupa, P. (2012). Curitiba Baixa Gastronomia (Entrevista). *Revista Inventa*. Disponível em: <<http://revistainventa.tumblr.com/post/19690374352/curitiba-baixa-gastronomia>> Acesso em: 08/05/2014.

Staviski, N. (2011). *Pelos bares do Paraná – A vida é a arte do encontro, o bar é o lugar*. 2ª Edição. Curitiba: Editora Ecocidade.