

## **As Impressões do Turista Brasileiro a Respeito da Gastronomia Amazonense**

**Cilene Arianda Matos dos Santos**<sup>1</sup>

**Helen Rita Menezes Coutinho**<sup>2</sup>

**Maria Adriana Sena Bezerra Teixeira**<sup>3</sup>

### **Resumo**

Este artigo contextualiza historicamente as características gastronômicas brasileiras, especialmente as peculiaridades amazonenses, enfatizando o papel da gastronomia para o universo do Turismo. Teve como objetivo geral identificar os elementos da gastronomia que caracterizam com maior intensidade o Amazonas na visão do turista brasileiro. A coleta de dados foi realizada no Aeroporto Internacional do Eduardo Gomes (Manaus). Aplicou-se um formulário, no período de maio de 2010. Os resultados obtidos foram: o nosso turista é do sexo masculino; advindo da região sudeste; está na faixa entre 21 e 40 anos; já conhecia a gastronomia amazonense; o prato regional considerado como a ‘cara do amazonas’ foi o tambaqui; a fruta regional foi o cupuaçu; a bebida indicada foi o guaraná batido; a sobremesa regional foi o creme de cupuaçu; o tambaqui foi o peixe mais degustado pelos turistas; o prato regional “tambaqui na brasa” foi o mais provado entre os turistas; 97% dos entrevistados recomendariam a gastronomia amazonense para outras pessoas; 77% dos turistas responderam que gostariam de ter degustado mais da gastronomia amazonense; foram feitas observações negativas quanto aos preços dos serviços gastronômicos e a divulgação dessa gastronomia.

**Palavras-chave:** Turismo. Gastronomia. Imagem. Amazonas.

### **Introdução**

A gastronomia amazonense apresenta elementos predominantemente indígenas, o que ressalta a sobrevivência da cultura dos primeiros habitantes das terras que hoje constituem o Estado. Contudo, nota-se também a presença de traços europeus, principalmente portugueses,

---

<sup>1</sup> Acadêmica finalista do curso de Turismo da Universidade do Estado do Amazonas (UEA). E-mail: cilenearianda@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Orientadora - Mestre em Administração pela UFSC, Bacharel em Turismo pela UNIFOR. É professora concursada da Universidade do Estado do Amazonas, ministra aulas no curso de Graduação e Pós-Graduação. Atualmente ministra aulas também nos cursos de Graduação de Administração, Ciência da Computação, Comunicação Social, Gestão Pública e Gestão da Qualidade no Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas (CIESA). E-mail: hcoutinho@uea.edu.br

<sup>3</sup> Coorientadora - Mestre em Turismo pela UCS, Especialista em Metodologia do Ensino Superior pelo UNINORTE, Bacharel em Turismo pelo UNINORTE. É professora concursada da Universidade do Estado do Amazonas, ministra aulas no curso de Graduação. E-mail: madrianabezerra@bol.com.br

nos pratos típicos do referido local, já que esses povos aportaram no Amazonas e tentaram influenciar a cultura indígena como um todo, inclusive os hábitos alimentares.

Apesar do contexto histórico em que a gastronomia amazonense está inserida, mostrando a mistura das preferências e tradições dos povos que a moldaram, não há como evitar influências contemporâneas, que surgem conforme o avanço da globalização. Quanto a isso, o atual desafio é absorver novos padrões do universo gastronômico sem deixar a identidade cultural da gastronomia regional desaparecer.

A partir dessa concepção, verificou-se que há lugares brasileiros que são fortemente lembrados por suas particularidades na gastronomia, mesmo com todas as alterações sofridas no decorrer da história. Partindo desse contexto, necessitou-se diagnosticar quais as impressões do restante do Brasil a respeito da cultura gastronômica do Amazonas, a fim de descobrir se a mesma possui características tão marcantes quanto as de outras gastronomias do restante do País.

Com o intuito de responder a pergunta problema, elaborou-se o seguinte objetivo geral: identificar os elementos da gastronomia que caracterizam com maior intensidade o Amazonas na visão do turista brasileiro, ou seja, aqueles ingredientes, bebida e prato típico que mais definem a cultura do referido Estado. E para isso foi necessário contextualizar historicamente as características gastronômicas brasileiras, especialmente as peculiaridades amazonenses; enfatizar o papel da gastronomia para o universo do Turismo; e analisar o nível de acesso a gastronomia amazonense por parte do turista brasileiro.

### **Explorando o Tema Gastronomia**

A palavra 'gastronomia', originária da junção dos termos gregos *gaster* (ventre, estômago) e *nomos* (lei), significa 'as leis do estômago'. O poeta e viajante grego *Arquestratus* foi o criador da expressão, no século IV a.C. Após um longo período, já no final do século XVIII, o conceito foi popularizado e se expandiu por intermédio da obra *A filosofia do gosto*, do francês Brillat-Savarin (1995, p. 57-58 *apud* FREIXAS e CHAVES, p. 20), que afirmou ser a gastronomia...

o conhecimento fundamentado de tudo o que se refere ao homem na medida em que ele se alimenta. Assim, é ela, a bem dizer, que move os lavradores, os vinhateiros, os pescadores, os caçadores e numerosa família de cozinheiros, seja

qual for o título ou a qualificação sob a qual disfarçam sua tarefa de preparar alimentos [...] a gastronomia governa a vida inteira do homem.

Referindo-se também à relação existente entre o homem e a gastronomia, Braune e Franco (2007) afirmam que essa última é a expressão da cultura e da arte de um povo, desenvolvendo-se por meio da tradição culinária das diferentes camadas sociais. Além disso, a gastronomia não está ligada somente ao universo dos alimentos, mas também às técnicas de preparo, serviço e maneiras à mesa nas refeições.

### Gastronomia como Patrimônio e a Influência da Globalização

Os patrimônios são classificados em duas categorias: naturais e culturais. O patrimônio natural está relacionado ao bem oferecido pela natureza. Já o cultural, segundo Neves (2003, p.51), é “um produto da cultura que é herdado e transmitido de geração para geração”. Essa classificação de patrimônio é representada por elementos materiais, ou tangíveis, e imateriais, intangíveis.

Os patrimônios considerados materiais são os que reproduzem a habilidade humana de adequação ao meio e “a forma de organização da vida social, política e cultural” (DIAS, 2006, p. 68). Exemplos disso são os monumentos, as esculturas, os instrumentos musicais, as construções antigas, os museus e os objetos pessoais. Diferentemente, os patrimônios imateriais são representados pelos bens abstratos, que transmitem também a cultura tradicional às gerações futuras, por meio de manifestações orais ou gestuais.

Durante a Conferência da UNESCO, em Veneza, no ano de 2002, estabeleceram-se vinte tipos de patrimônios culturais. Dentre eles estão as tradições culinárias, ou gastronomia típica de um determinado local. Classificada como patrimônio cultural imaterial, a gastronomia é considerada como tal por ser constituída não somente por elementos concretos, mas também por se tratar de um universo que envolve fatos históricos e tradições. Segundo Schlüter,

A dimensão social e cultural da gastronomia determinou que esta fosse incorporada às políticas de patrimônio cultural. A utilização pelo turismo do patrimônio determina que a gastronomia cada vez mais adquira importância no momento de promover um destino a captar correntes turísticas. (2009, p.254)

Essa dimensão sociocultural gastronômica está ligada à utilização da gastronomia como componente para identificação de uma sociedade. Os hábitos gastronômicos, assim como a cultura em geral, refletem a imagem da população, pois são constituídos de partes da herança cultural, que foram sendo reorganizadas e adaptadas de acordo com as necessidades que surgiram ao longo dos anos. Essa característica de modificação é própria do patrimônio imaterial, que, como afirma Aikawa (2007 *apud* SCHLÜTER, 2009, p. 253), “costuma ser dinâmico e modifica-se constantemente, em função de sua estreita relação com as práticas próprias de cada comunidade”, porém, com o cuidado de conservar a essência do patrimônio em questão.

Devido à intensificação do processo de globalização, que tem como um dos principais fatores para sua ocorrência o turismo, a necessidade de afirmação da identidade de um povo por meio de patrimônios como a essência gastronômica, tornou-se ainda maior. Prova disso é a preocupação com a crescente expansão da cultura da industrialização alimentícia. O intenso consumo desses tipos de alimentos foi sendo expandido devido à exigência da vida moderna. Os pratos típicos e os rituais envolvidos na preparação e consumo desses foram perdendo espaço para a ingestão exagerada de *fast-foods* que não oferecem ao local, à população e ao turista nenhum tipo de lembrança ou experiência.

Segundo Beluzzo (2006, p. 186), a industrialização interfere “nos hábitos alimentares e na solidez das cozinhas regionais, mas o paladar local, resistindo aos apelos de marketing, ainda é mais forte, pois tem suas raízes baseadas na cozinha autêntica, [...]”. Em meio à tendência do consumo de *fast-foods*, muitos ainda acreditam que a cultura gastronômica deve ser conservada, identificando assim as sociedades que a praticam. Em 1986, liderado pelo gastrônomo e sociólogo Carlo Petrini, surgiu o movimento *slow food*, para tentar resgatar as tradições ligadas ao universo gastronômico regional.

A gastronomia aponta características minuciosas a respeito da história sociocultural e econômica de um local. A partir do momento em que isso é levado em consideração, reconhecendo-a como patrimônio da localidade, a gastronomia passa a contribuir na promoção do destino turístico e na captação de turistas. Com isso, além do desenvolvimento da região para fins turísticos, ocorre a valorização cultural por parte tanto dos visitantes quanto dos residentes, que acabam percebendo a importância da preservação dos elementos que identificam sua cultura.

O mercado turístico possui diversas formas de ser segmentado, para Beni (1998, p.149), o que induz ou motiva a pessoa a viajar “é o principal meio disponível para se segmentar o mercado”.

Classificar quais são os motivos que levam uma pessoa a viajar é algo complexo, contudo diversos autores procuraram definir essas motivações, como Balanzá e Nadal (2003), que reuniram seis tipos: sociais, físicas, de diversão, de status e prestígio, de mudança de atividade e de lugar geográfico e culturais (vontade de vivenciar novas culturas, conhecendo suas tradições, costumes, artesanato, gastronomia, etc).

Freqüentemente, a gastronomia é considerada um motivo secundário para a realização de uma viagem, ou seja, uma consequência do escolhido como principal. Contudo, a gastronomia pode ser também a causa central pra que o turista desloque-se de seu local de origem, indo em busca de novos sabores e tradições.

#### A Gastronomia no Turismo Cultural

O turismo, como exposto anteriormente, possui diferentes motivações, sendo uma delas o desejo, vontade ou curiosidade pelo conhecimento de culturas diferentes daquela vivenciada pelo turista.

A Organização Mundial de Turismo (OMT) (apud BARRETO, 2007) aborda o turismo cultural compreendendo, além do conhecimento cultural, os ambientes culturais, agregando suas paisagens. O turismo cultural está ligado às características do povo que vive ou viveu no local, envolvendo o universo histórico e cotidiano. Para que aconteça esse tipo de turismo, Monfort (apud DIAS, 2006, p.46) acredita que são necessárias três condições:

a primeira é o desejo de conhecer e compreender os objetos, as obras e os homens; a segunda é o consumo de um produto que tenha significado cultural – monumentos, obras de arte, espetáculos, troca de idéias, a última é a intervenção de um mediador, pessoa, documento escrito ou material audiovisual que introduza valores ou gere o produto cultural.

Por meio dessas condições, nota-se que tanto os bens materiais (museus, ruínas arqueológicas, sítios arqueológicos e monumentos históricos), quanto os imateriais (folclore, costumes, artesanato, **gastronomia**, etc.) são atrativos culturais. De acordo com Schlüter (2003), como raramente a gastronomia é o motivo central para que ocorra o deslocamento

turístico, alguns locais recorrem à criação de roteiros que integrem a ela elementos que igualmente despertam pouco interesse para que, agrupados, possam atrair os turistas. As chamadas rotas gastronômicas, existentes principalmente nas regiões Sul, Sudeste e Nordeste do País, têm como principal função apresentar o local tendo como foco os pratos típicos.

A alimentação contribui relevantemente para a caracterização cultural, sendo um forte exemplo de fator por meio do qual um povo pode manifestar sua identidade. Além de ser utilizada como fator de diferenciação cultural, a gastronomia também é um fator de diferenciação social, pois, assim como outros elementos que expressam a cultura, os hábitos alimentares demonstram que um povo é constituído por uma determinada hierarquia e que até mesmo a alimentação é distinta entre essas camadas.

A gastronomia, conforme expõe Schlüter (2003), tem se destacado como um atrativo do turismo cultural. O turista anseia experimentar algo diferente daquilo que consome em seu dia-a-dia, degustando não apenas um alimento novo, mas conhecendo toda a história e a cultura que o envolve. A gastronomia, como atrativo turístico cultural, contribui para a valorização da identidade local, assim como os demais atrativos culturais, tanto pela comunidade receptora quanto pelos turistas que a visitam.

### **Gastronomia da Região Norte**

As refeições realizadas e os rituais que estão envolvidos nesses momentos comunicam características únicas de um grupo. Essas peculiaridades que formam a cultura gastronômica originam-se da mistura de vários costumes. Exemplo de gastronomia diversificada é a da Região Norte, que tem como principais influências a cozinha e os hábitos indígenas e portugueses.

Os índios possuíam uma alimentação bem diversificada, mesmo antes do descobrimento do Brasil pelos portugueses. Praticantes do cultivo e da caça, os nativos que habitavam a região da Amazônia Brasileira não dedicavam seu tempo ao acúmulo de bens, e sim a sua sobrevivência, tendo a base alimentar constituída de animais caçados, frutas e raízes. Alguns autores dividem a alimentação indígena de acordo com o tipo de terra na qual os índios viviam. As tribos que habitavam as terras de várzea, segundo Pontes Filho (2000), eram bem numerosas e sobreviviam principalmente da agricultura. O primeiro alimento

indígena identificado pelos portugueses foi a mandioca, que se assemelha ao inhame, sendo esse de origem africana.

Os peixes também representam um papel importante na alimentação indígena, sendo considerados “o segundo alimento básico da Brasília gente” (FERNANDES, 2001, p.14). Os peixes consumidos pelos nativos amazônicos variam em torno de 1.200 espécies com escamas, uma vez que os primeiros que habitaram as terras brasileiras acreditavam que os peixes lisos eram transmissores de doenças, sendo essa crença passada de geração a geração.

O peixe é geralmente consumido moqueado, utilizando-se o moqué, uma treme de madeira, para assá-lo e defumá-lo. Peixes como tucunaré, pirarucu, tambaqui, jaraqui, piranha, surubim, pacu, curimatã, bodó, tamuatá, piramutaba e traíra, encabeçam a lista de preferência dos indígenas da Amazônia. A numerosa quantidade não é somente de peixes, mas também de frutas consumidas in natura ou nas mais diversas receitas.

Segundo Fernandes (2001, p.15), as frutas eram abundantes conforme seu tempo: abacaxi, ananás, biriba, abacate, matapi, cucura, cumã ou sorva, abiu, ingá, jatobá, piquiá, pupunha, tucumã, inajá, ucuqui, umari, comidas ao natural, e açaí, bacaba, patauá, Japurá, frutos de palmeira, cujas polpas eram dissolvidas em água, nos chamados vinhos, misturados com farinha ou tapioca.

Ao desembarcarem no Brasil, os portugueses trouxeram uma cultura gastronômica diferente da praticada pelos indígenas. Apesar de ter sido necessária a adaptação das receitas portuguesas, em função da dificuldade de conseguir os produtos e ingredientes originais em terras brasileiras, esse povo europeu ajudou a incrementar a gastronomia local com novos sabores e hábitos.

Os navegadores portugueses começaram a criar no Brasil bovinos, suínos, caprinos, galinhas, galos, pombos e gansos, a fim de utilizarem em suas receitas a manteiga e os ovos. Ingrediente desconhecido pelos índios e africanos, de acordo com Freixas e Chaves (2008), o ovo tornou-se parte de receitas indígenas como o beiju. A mistura da gema do ovo com leite de vaca e a farinha de carimã, deu origem aos primeiros bolos brasileiros.

Além da utilização de ovos, os portugueses também revelaram o açúcar aos indígenas e africanos, e conseqüentemente o hábito de fazer e comer sobremesas. Os portugueses também trouxeram diversos modos de preparar os alimentos, como temperar, fritar, refogar e conservar. Eles também estimularam os nativos a utilizarem utensílios, a determinarem horários para as refeições, e a usarem pesos e medidas.

## **Procedimentos Metodológicos**

Trata-se de pesquisa qualitativa e quantitativa, pois além da coleta de informações estatísticas, analisou-se as falas dos turistas com relação à imagem da cidade através da gastronomia. O propósito da pesquisa não foi somente tabular em números as respostas obtidas com os turistas, mas também saber com mais detalhes a opinião desse público a respeito da gastronomia amazonense.

Quanto à finalidade, trata-se de uma pesquisa de ordem aplicada, nesta pesquisa foi realizado por meio de análise da percepção dos turistas que visitaram o Amazonas sobre os alimentos e bebidas que reflete a gastronomia do Estado.

O presente trabalho utilizou a pesquisa descritiva para compreensão dos dados obtidos por meio de pesquisa de campo, além de contextualizar historicamente as influências dos povos nativos na gastronomia local.

As formas de pesquisa utilizadas nesse trabalho foram a pesquisa bibliográfica e a de campo. Este trabalho utilizou a pesquisa bibliográfica, pois recorreu a diversas bibliografias em busca da temática gastronomia para fundamentação. E, no segundo momento, realizou-se a pesquisa *in loco*, uma vez que o pesquisador entrevistou os turistas quanto à opinião sobre a gastronomia amazonense.

O instrumento escolhido foi o formulário, devido a sua característica objetiva, o capital razoavelmente baixo necessário para sua aplicação e a confiabilidade nas respostas obtidas, uma vez que os turistas responderam as perguntas pessoalmente.

Quando a pesquisa é qualitativa, o investigador deverá utilizar informantes-chave para obter dados que proporcionem o resultado significativo, e ao ser quantitativa, o investigador deverá estabelecer a amostra, baseando-se em cálculos estatísticos. Sendo assim, o universo pesquisado foi composto pelos turistas que visitaram a cidade de Manaus, sendo aplicados com eles questionários de perguntas abertas e fechadas. A quantidade da amostra foi definida por meio da utilização de um tipo de amostragem probabilística, e dentro do número 'ótimo' foi necessário utilizar o meio por acessibilidade. A escolha da acessibilidade, justifica-se pelo tempo mínimo disponibilizado pela INFRAERO e pela disponibilidade dos turistas em responder o formulário.

A coleta de dados foi realizada no Aeroporto Internacional do Eduardo Gomes (Manaus), no momento de espera da fila de *cheki in*. Aplicou-se um formulário constituído de



perguntas abertas e fechadas, no período de 11 a 16 de maio de 2010. O formulário, apresentando dezessete questões, foi elaborado tomando-se como referência os alimentos e bebidas ditos amazonenses pelas principais literaturas que debatem o assunto.

Os dados obtidos com a pesquisa feita com os turistas foram apresentados por meio de recursos estatísticos e análise de conteúdos, uma vez que, de acordo com Abreu (2007), esses são os métodos utilizados para analisar resultados de pesquisas quantitativas e qualitativa, respectivamente.

### **Apresentação e Análise dos Resultados**

O perfil dos turistas encontrado na pesquisa foi:

- a) dentre os turistas entrevistados, 57% foram homens e 43% foram mulheres;
- b) a maior parte dos entrevistados foi de pessoas advindas da Região Sudeste (47%), principalmente do Estado de São Paulo (26%), enquanto que as regiões Norte e Sul foram as que menos enviaram turistas (12% cada);
- c) percebeu-se que grande parte dos turistas entrevistados estão na faixa de 21 e 40 anos.

Ao serem questionados se conheciam a gastronomia amazonense, 38% turistas responderam que não tinham nenhum tipo de informação e 62% responderam que sim, que já tinham conhecimento da gastronomia. Os turistas que afirmaram conhecer a gastronomia local apontaram como principais justificativas as informações obtidas por meio da indicação de amigos (20%) e de visitas anteriormente realizadas (19%). Alguns ainda citaram que o conhecimento prévio deu-se a partir da mídia (17%), conclusões próprias (7%) e pela família (2%) que já visitou ou reside no Amazonas.

Das respostas dadas a respeito da fonte utilizada para conhecer a gastronomia local, observa-se uma deficiência da mídia em geral com relação ao destaque que é dado ao assunto, já que apenas 17% afirmaram ter obtido a informação por meio dessa.

Ao serem questionados sobre o prato regional que consideram ser o mais característico/marcante do Amazonas, 25% responderam ‘tambaqui’. A segunda refeição mais votada foi o peixe ‘pirarucu’ (15%), empatando com ‘peixes regionais’. Essa última resposta foi dada por 15% que apresentaram dificuldade para lembrar o nome dos peixes do

Amazonas, justificando que as espécies possuem nomes bastante exóticos, o que dificulta a memorização.

Outros pratos citados foram o bodó, a caldeirada de peixe regional, o bolinho de pirarucu e o sanduíche de tucumã com queijo-coalho. Podem-se destacar ainda duas respostas equivocadas dadas para a pergunta: o baião-de-dois (originário do Ceará) e o bacalhau (peixe tipicamente norueguês).

O cupuaçu foi a fruta que teve mais destaque na pesquisa, sendo apontada por 45% como ‘a mais amazonense’. Poucos desses entrevistados afirmaram não ter apreciado o sabor do cupuaçu, apesar de terem citado o mesmo. Já a maioria revelou que, apesar da acidez, o sabor da fruta é marcante e agradável. O cupuaçu, de acordo com Carvalho, García e Farfán (2008), destaca-se por ser um dos frutos amazônicos mais intensamente divulgados no Brasil. Em 2007, um estudo realizado pela Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica (Sect/MEC) aponta que somente no Amazonas há mais de 8 mil produtores de cupuaçu, empregando cerca de 20 mil profissionais, direta e indiretamente. A referida pesquisa mostra ainda que, cultivado em 70% dos municípios amazonenses, o cupuaçu tem sua polpa exportada para vários Estados brasileiros, principalmente para os que compõem a região Sudeste.

A segunda fruta mais votada foi o tucumã, sendo eleito por 19% dos entrevistados. Algumas frutas, como o araçá-boi, o buriti, o guaraná e a pupunha foram pouco lembradas, compondo a coluna ‘outros’. Desses elementos também pode-se citar a banana pacovã, fruto bastante utilizado em pratos típicos do Amazonas, mas que foi citado por apenas 1%.

Quanto a bebida regional, 33% dos entrevistados disseram que o guaraná batido é a bebida mais marcante do Amazonas e 20%, o suco de cupuaçu. Alguns mencionaram os refrigerantes de guaraná (5%), além de outros produtos industrializados, como a cerveja (1%), o refrigerante de cola (1%) e a cachaça (1%), sendo que esses três últimos não são tipicamente amazonenses. Durante esse diagnóstico, os turistas apontaram o desinteresse em conhecer novas culturas e a falta de informação local quanto ao que é ou não típico como as principais justificativas para o não consumo das bebidas regionais.

Quanto a sobremesa regional, o creme de cupuaçu foi a sobremesa mais citada pelos entrevistados como a que melhor caracteriza o Amazonas. Esse resultado confirma a resposta obtida no quesito ‘fruta regional’, mostrando o quanto o cupuaçu marcou o paladar do turista.

Alguns turistas citaram a torta de banana pacovã (3%), sorvete de tucumã (3%), sorvete de tapioca (2%) e bombons regionais (3%) como sobremesas marcantes. Observou-se que o número de turistas não lembravam ou não sabiam sobre alguma sobremesa regional foi bastante alto. A partir da resposta, alguns entrevistados ainda afirmaram que não provaram as sobremesas regionais por não apreciarem esse tipo de refeição. Outros disseram que desconheciam as sobremesas características do Amazonas, devido a pouca informação obtida nos locais onde realizaram suas refeições (restaurantes, bares, hotéis, entre outros).

O Estado do Amazonas possui uma grande variedade de peixes em seus rios e lagos. De acordo com Noronha (2007, p.184), “[...] o ambiente natural do Amazonas apresenta uma malha hidrográfica com 45 km<sup>2</sup> e mais de 2,5 mil espécies de peixes”. Sendo assim, no formulário aplicado aos turistas foram elencados as espécies de peixes mais consumidas entre a população local.

E o tambaqui foi o peixe mais provado, sendo selecionado por 83% dos turistas entrevistados. Em segundo lugar ficou o pirarucu e em terceiro o tucunaré. Comparando esses dados, sobre o prato regional que é considerado ‘a cara do Amazonas’, os peixes da região são os elementos gastronômicos mais degustados e lembrados pelos turistas, especialmente o tambaqui. Além disso, outro fator que confirma essa conclusão é apenas 3% dos entrevistados não comeram nenhum tipo de peixe.

Dentre as opções de pratos regionais contidas no questionário, a mais citada pelos entrevistados foi o tambaqui na brasa, degustado por 64% dos entrevistados. O segundo prato mais citado foi o tacacá, provado por 62%. Grande parte dos turistas que provou o prato achou o gosto peculiar, destacando também a sensação ‘diferente’ de dormência que o jambú (folha presente no tacacá) proporciona. Dos 100% entrevistados, 18% marcaram a opção ‘outros’, complementando o questionário com pratos não listados, como a costela de tambaqui, a tapioca com tucumã, pirarucu ao molho de camarão e o bolinho de piracuí (farinha de peixe).

Quando foi questionado se recomendariam a gastronomia amazonense, 97% turistas disseram que recomendariam a gastronomia amazonense para outras pessoas e apenas 3% entrevistados, afirmaram que não recomendariam, alegando não terem apreciado muitos pratos regionais e não terem achado os sabores agradáveis.

Além de serem questionados se recomendariam a gastronomia local, os entrevistados ainda responderam quanto à pretensão de degustar mais elementos gastronômicos do

Amazonas. Um total de 77% dos turistas gostariam de ter mais oportunidade para experimentar, 7% responderam que se pudessem teriam consumido mais peixes regionais, 3% citaram as frutas e 3%, as sobremesas.

Já dos 23% dos entrevistados que demonstraram não ter interesse em provar mais da gastronomia amazonense, 3% afirmaram que não apreciaram o sabor dos elementos utilizados, por isso a falta de interesse em explorar mais o universo gastronômico regional. Esses 3% dos entrevistados foram os mesmos que responderam negativamente à pergunta feita em relação a recomendação da gastronomia local para outras pessoas (resultado apresentado anteriormente).

A última pergunta do formulário não era obrigatória; o entrevistado podia ou não dar sugestões ou fazer algum comentário em relação as experiências gastronômicas que vivenciou no Amazonas. As principais observações feitas foram em relação ao preço da gastronomia local, de como essa está sendo divulgada e do sabor dos elementos utilizados.

O tema 'preço' foi o assunto mais citado pelos entrevistados, sendo considerado alto por 23% e acessível por 20%. Dos dois comentários o que mais gerou justificativas foi o preço alto, pois os entrevistados questionaram o porquê do valor elevado atribuído principalmente aos peixes regionais, já que o Estado oferece uma grande variedade e quantidade de peixes. O segundo ponto mais abordado referiu-se a divulgação da gastronomia do Amazonas. A carência de propagação da gastronomia local para outros Estados foi explicitada por 17% dos turistas, que alegaram não ter obtido informações sobre o assunto em seu lugar de origem. Além disso, 11% dos turistas afirmaram que há pouca informação na cidade sobre a gastronomia, tanto nos Centros de Informação ao Turista (CATs) quanto nos principais pontos turísticos. Somente 2% dos entrevistados alegaram que a gastronomia regional é intensamente divulgada pela população amazonense.

Alguns entrevistados mencionaram como característica positiva da gastronomia local a diversidade dos elementos (3%) e a ampla variedade de restaurantes regionais (8%). Já como pontos negativos foram citados ainda a falta de higiene e atendimento qualificado nos restaurantes regionais (2%), e a pouca variedade de pratos regionais oferecidos nos hotéis da cidade (2%).

## **Considerações Finais**

A pesquisa aplicada com turistas objetivou identificar quais elementos, pratos ou bebidas caracterizam o Amazonas, na visão dos turistas brasileiros. Por meio da análise desses dados, foi possível perceber que muitos turistas entrevistados, independente do local de origem, compartilham de opiniões parecidas em relação à gastronomia do Estado.

Basicamente, os resultados obtidos foram: apesar de ser pequena a diferença, pode-se afirmar que a maioria dos turistas que freqüentam o estado é do sexo masculino; a maior parte dos turistas é advinda da região sudeste; a faixa etária predominante é de pessoas com idade entre 21 e 40 anos; a maioria dos entrevistados, 62% dos turistas, já conhecia a gastronomia amazonense; o prato regional considerado como a ‘cara do Amazonas’ foi o tambaqui; a fruta regional escolhida como a ‘cara do Amazonas’ foi o cupuaçu; a bebida indicada como a ‘cara do Amazonas’ foi o guaraná batido; a sobremesa regional considerada a ‘cara do Amazonas’ foi o creme de cupuaçu; o tambaqui foi o peixe mais degustado pelos turistas; o prato regional “tambaqui na brasa” foi o mais provado entre os turistas; 97% dos entrevistados recomendariam a gastronomia amazonense para outras pessoas; 77% dos turistas responderam que gostariam de ter degustado mais da gastronomia amazonense; foram feitas observações negativas quanto aos preços dos serviços gastronômicos (considerados altos) e a divulgação dessa gastronomia, dentro e fora do Amazonas, foi considerada deficiente; e foram feitas observações positivas: a diversidade de elementos da gastronomia do estado e a quantidade satisfatória de restaurantes.

A pesquisa apresentada oferece informações relevantes sobre a gastronomia do Amazonas, visto que a participação do universo pesquisado (turistas brasileiros) é essencial para que a cultura amazonense torne-se conhecida. Com a elaboração do trabalho, pretende-se estimular o governo e a sociedade em geral a preservarem e divulgarem a identidade da gastronomia amazonense, despertando nos turistas a curiosidade de apreciá-la. Além disso, a pesquisa procura beneficiar acadêmicos de Turismo e profissionais da área, uma vez que serve como fonte bibliográfica para fundamentar os estudos a respeito da gastronomia local, tema esse que não é freqüentemente discutido e explorado.

Mediante os resultados obtidos com a pesquisa, faz-se necessária a proposição de sugestões a fim de melhorar os pontos sugeridos como negativos, intensificando assim as características favoráveis da gastronomia amazonense.

De acordo com os resultados da pesquisa a respeito da imagem que o turista brasileiro tem da gastronomia amazonense, observa-se a necessidade de intensificar a divulgação da

gastronomia por meio de diversos veículos de comunicação. Para tanto, propõe-se: a) veiculação de propagandas em emissoras de televisão de outros Estados (durante o comercial televisivo, seriam mostradas imagens não só da natureza e dos monumentos históricos, mas também da gastronomia local, divulgando principalmente a riqueza de espécies de peixes e frutas amazonenses); b) divulgação em eventos pelo Brasil (em eventos fora do território amazonense, como a Exposição da Associação Brasileira das Agências de Viagem (ABAV) – Feira das Américas, e o Salão do Turismo, seriam distribuídos materiais impressos e eletrônicos a respeito do Amazonas, destacando com fotos e informações também a gastronomia local. Além disso, diversos elementos gastronômicos amazonenses seriam colocados para que os interessados pudessem degustar)

É importante também divulgar a cultura gastronômica dentro do Estado, para que a população sinta-se estimulada a disseminar essa cultura e o turista tenha um contato mais intenso com a gastronomia. Por isso, sugere-se: a) realização de eventos gastronômicos.

Quanto a problemática preço, pode ser explicada, por que muitos produtos não são produzidos no território amazonense e desta forma precisam ser importados, o que requer alto custo. Sugerir melhorias para resolução dessa problemática engloba não somente o universo do Turismo, como também demais questões sociais, econômicas e políticas. Portanto, a diminuição dos preços cobrados pelos elementos regionais é responsabilidade de estabelecimentos alimentícios, fornecedores e governos, que devem procurar soluções em conjunto a fim de trazer iguais benefícios às partes envolvidas, incluindo população local e turistas.

Enfim, implantar um programa de marketing para valorização cultural da gastronomia amazonense e planejar e executar programas e projetos que incentivem e apoiem as comunidades que sobrevivem da pesca e aquicultura para que o preço do pescado possa ser reduzido e assim reduzir custos.

## **REFERÊNCIAS**

ABREU, Leonor Farias. **Metodologia do Trabalho Científico**. Manaus, 2007.

BALANZÁ, Isabel Mílio; NADAL, Mónica Cabo. **Marketing e Comercialização de Produtos Turísticos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

BARRETTO, Margarita. **Cultura e Turismo**: discussões contemporâneas. Campinas, São Paulo: Papyrus, 2007.

BELUZZO, Rosa. A valorização da cozinha regional. In: ARAUJO, Wilma Maria Coelho; TENSER; Carla Márcia Rodrigues (orgs.). **Gastronomia: Cortes & Recortes**. Brasília: Senac – DF, 2006.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 2ª ed. São Paulo: Senac São Paulo, 1998.

BRAUNE, Renata; FRANCO, Silvia Cintra. **O que é gastronomia?** São Paulo: Brasiliense, 2007.

DIAS, Reinaldo. **Turismo e Patrimônio Cultural**: recursos que acompanham o crescimento das cidades. São Paulo: Saraiva, 2006.

FERNANDES, Caloca. **Viagem gastronômica através do Brasil**; design Sylvia Monteiro – São Paulo: SENAC/SP: Estúdio Sônia Robatto, 2001.

FREIXA, Dolores; CHAVES, Guta. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: Senac, 2008.

NEVES, Berenice Abreu de Castro. Patrimônio cultural e identidades. In: MARTINS, Clerton (org.). **Turismo, Cultura e Identidade**. São Paulo: Roca, 2003.

PONTES FILHO, Raimundo Pereira. **Estudos de História do Amazonas**. Manaus: Valer, 2000.

SCHLÜTER, Regina G. Patrimônio imaterial e turismo: a gastronomia como recurso cultural. In: CAMARGO, Patrícia de; CRUZ, Gustavo da (orgs.). **Turismo Cultural**: estratégias, sustentabilidade e tendências. Ilhéus: Editus, 2009.

\_\_\_\_\_. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.