

## DOS USOS TURÍSTICOS DO PATRIMÔNIO ALIMENTAR: ELEMENTOS PARA PENSAR O DESENVOLVIMENTO LOCAL NA CIDADE DE GOIÁS

TOURISM USES OF FOOD HERITAGE: ELEMENTS FOR THINKING ABOUT LOCAL DEVELOPMENT IN THE CITY OF GOIÁS

LOS USOS TURÍSTICOS DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO: ELEMENTOS PARA REFLEXIONAR SOBRE EL DESARROLLO LOCAL EN LA CIUDAD DE GOIÁS

Filipe Augusto Couto Barbosa<sup>1</sup>

### RESUMO

A pesquisa analisa as apropriações do patrimônio alimentar para fins de turismo cultural na Cidade de Goiás, primeira capital do estado de Goiás, Brasil, cujo Centro Histórico foi reconhecido como Patrimônio Cultural Mundial pela UNESCO em 2001. O estudo foca nos sujeitos dedicados à produção e comercialização de comida típica, como proprietários de estabelecimentos alimentícios, cozinheiros e doceiras, buscando compreender como o patrimônio alimentar se torna emblemático da cultura local e é mercantilizado nas relações de turismo cultural. Utilizando uma abordagem etnográfica, com observação participante, entrevistas em profundidade e registro fotográfico, a pesquisa revela a diversidade dos fluxos culturais que atravessam a cozinha goiana, destacando o papel do poder na subalternização de determinados patrimônios e na construção de uma imagem híbrida e harmoniosa, favorável ao *merchandising* turístico. Constata-se que esses sujeitos, muitos deles herdeiros de patrimônios historicamente subalternizados, reproduzem estrategicamente elementos emblemáticos conforme a demanda do mercado turístico, ao mesmo tempo em que fortalecem matrizes culturais marginalizadas na formação da cidade. Ingredientes locais, como pequi e gueroba, e objetos culinários, como fogão a lenha, são utilizados para criar mercadorias que se tornam signos da cultura tradicional. Conclui-se que o patrimônio alimentar constitui um recurso simbólico crucial, por reforçar a identidade cultural e dinamizar a economia local por meio do turismo, devendo sua preservação ser compreendida como um processo dinâmico, que envolve a gestão cotidiana dos sujeitos e pode impulsionar o desenvolvimento local. Entretanto, alerta-se para os riscos de uma mercantilização excessiva, que pode levar à conversão dos patrimônios em simulacros desvinculados da identidade local.

**Palavras-chave:** consumo; desenvolvimento local; Goiás; patrimônio alimentar; turismo cultural.

<sup>1</sup> Doutor em Sociologia (2021), mestre em Antropologia Social (2015) e licenciado em Ciências Sociais (2010) pela UFG, onde foi também Pesquisador Visitante (2022) e Professor Temporário (2022-2024), hoje, é Professor Temporário (2025-) na Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – Unidade de Paranaíba. E-mail: [scientificfil@gmail.com](mailto:scientificfil@gmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4578-8562>

## ABSTRACT

The research analyzes the appropriation of food heritage for the purposes of cultural tourism in the City of Goiás, the first capital of the State of Goiás, Brazil, whose Historic Centre was recognized as a World Cultural Heritage Site by UNESCO in 2001. The study focuses on those involved in the production and marketing of typical food, such as food establishment owners, cooks and confectioners, seeking to understand how food heritage becomes emblematic of a local culture and is commodified in cultural tourism relations. Using an ethnographic approach, with participant observation, in-depth interviews and photographic records, the research presented reveals the diversity of cultural flows that cross Goiás cuisine, highlighting the role of power in the subalternization of certain heritages and in the construction of a hybrid and harmonious image, favourable to tourist merchandising. These individuals, many of whom are heirs to subalternized heritage, strategically reproduce emblematic elements according to the demands of the tourist market, while at the same time strengthening their cultural matrices, subalternized in the historical formation of the city. Local ingredients, such as *pequi* and *gueroba*, and culinary objects, such as wood-burning stoves, are used to create goods that become emblematic signs of traditional culture. It is concluded that food heritage is a crucial symbolic resource, reinforcing cultural identity and activating the local economy through tourism, and that preservation should be seen as a dynamic process, involving the day-to-day management of subjects and promoting local development. However, it warns against the risks of extreme commercialization, which could lead to heritage being converted into simulacra.

**Keys-words:** consumption; local development; Goiás; food heritage; cultural tourism.

## RESUMEN

Esta investigación analiza la apropiación del patrimonio gastronómico con fines de turismo cultural en la ciudad de Goiás, primera capital del estado de Goiás (Brasil), cuyo centro histórico fue reconocido como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 2001. El estudio se centra en los actores involucrados en la producción y comercialización de alimentos típicos, como propietarios de establecimientos gastronómicos, cocineros y pasteleros, con el objetivo de comprender cómo el patrimonio gastronómico se constituye en emblema de la cultura local y se mercantiliza en el contexto del turismo cultural. Mediante un enfoque etnográfico, que incluyó observación participante, entrevistas en profundidad y registros fotográficos, la investigación revela la diversidad de flujos culturales que atraviesan la cocina de Goiás, destacando el papel del poder en la subalternización de ciertos patrimonios y en la construcción de una imagen híbrida y armoniosa, favorable a la comercialización turística. Estos actores, muchos de ellos herederos de patrimonios subalternizados, reproducen estratégicamente elementos emblemáticos, como el uso del *pequi*, la *gueroba* y objetos culinarios, como la estufa de leña, en respuesta a las demandas del mercado turístico, al mismo tiempo que fortalecen sus matrices culturales históricamente marginalizadas. Se concluye que el patrimonio alimentario funciona como un recurso simbólico crucial para reforzar la identidad cultural y activar la economía local a través del turismo, y que su preservación debe entenderse como un proceso dinámico, gestionado cotidianamente por los sujetos y promotor del desarrollo local. No obstante, se advierte sobre los riesgos de una comercialización extrema, que podría conducir a la conversión del patrimonio en simulacros.

**Palabras clave:** consumo; desarrollo local; Goiás; patrimonio alimentario; turismo cultural.

## **INTRODUÇÃO: APRESENTAÇÃO E CONTEXTO DE PRODUÇÃO DA PESQUISA**

Este relato de experiência, elaborado na forma de ensaio, se refere à minha pesquisa de mestrado desenvolvida junto ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS) da Faculdade de Ciências Sociais (FCS) da Universidade Federal de Goiás (UFG), entre 2013 e 2015. O projeto que deu origem à pesquisa teve início no curso da disciplina de *Antropologia da Alimentação e Patrimônio*, ministrada em 2013 pela Prof.<sup>a</sup> Dra. Janine HelfstLeicht Collaço (in memoriam), minha orientadora à época. A pesquisa foi desenvolvida, também, no âmbito do Grupo de Estudos em Consumo, Cultura e Alimentação (GECCA), grupo de pesquisa da UFG coordenado pela mesma docente e do qual faço parte.

Na dissertação, intitulada *Dos usos turísticos do patrimônio alimentar: formação cultural e os mercados de comida típica na Cidade de Goiás*<sup>1</sup>, busquei investigar as apropriações do patrimônio alimentar local para fins de turismo cultural na Cidade de Goiás, antiga capital do Estado de Goiás, cujo Centro Histórico foi reconhecido como Patrimônio Cultural Mundial pela UNESCO, em 2001. O estudo concentrou-se na cultura local e nas relações que envolvem sujeitos dedicados à produção e comercialização de comida típica e/ou tradicional, tais como proprietárias, gerentes e cozinheiras de docerias, lanchonetes e restaurantes considerados representativos das cozinhas local, regional e/ou tradicional. Meu objetivo principal foi compreender o processo que tornava o patrimônio alimentar emblemático das culturas local, regional e/ou tradicional, bem como analisar sua mercantilização no contexto das relações de consumo promovidas pelo turismo cultural.

Para isso, utilizei uma abordagem de inspiração etnográfica, com observação participante das relações de turismo entre sujeitos locais e visitantes, complementada por entrevistas em profundidade (com mercados locais), registros fotográficos e pesquisa bibliográfica e documental. Esta última incluiu levantamento historiográfico, análise de documentos e consulta a sítios eletrônicos relacionados à atividade turística na cidade. A partir da experiência em campo e da pesquisa bibliográfica e documental, pude perceber – e refletir criticamente sobre – a diversidade de fluxos culturais que atravessaram a

cozinha goiana desde o período colonial (e mesmo antes, considerando dados arqueológicos relativos aos grupos que povoavam o Brasil Central antes da chegada das bandeiras). De uma perspectiva crítica, evidenciei o peso das relações de poder na consagração de certos patrimônios e na subalternização de outros, bem como na construção de uma imagem híbrida e harmoniosa, favorável ao *merchandising* turístico.

A pesquisa aqui relatada teve como objetivo geral elucidar os processos de reapropriação social do patrimônio alimentar para fins turísticos: do peso da história e das políticas patrimoniais, o desejo pelo autêntico, pelo bucólico e pelo nostálgico por parte dos turistas, e, por fim, o trabalho dos mercadores de comida típica. Um dos objetivos específicos principais foi compreender como esses “mercadores de comida típica” – entre cozinheiras, doceiras e empreendedores –, articulando-se às forças conjunturais e contextuais mencionadas, utilizam seu patrimônio alimentar para criar mercadorias turísticas e torná-las emblemáticas da cultura local.

Minha pesquisa de campo foi realizada em três visitas à Cidade de Goiás, entre 2013 e 2014, cada uma com duração aproximada de uma semana, totalizando vinte e um dias de convivência, com cerca de seis meses de intervalo entre elas. As visitas foram descritas em três capítulos específicos da dissertação, cada qual permeado por digressões teóricas e diálogos com a bibliografia especializada. Além desses, da introdução, da conclusão e do anexo contendo o texto da minha fala de defesa, a dissertação inclui ainda três capítulos adicionais, voltados ao debate metodológico, ao diálogo teórico e à exposição de dados arqueológicos e historiográficos, totalizando seis capítulos de desenvolvimento.

Quanto aos três capítulos dedicados à apresentação do trabalho de campo, tem-se o seguinte: no primeiro capítulo, abordo a primeira visita, na qual me infiltrei como “turista cínico” para observar o consumo de comida típica; no segundo, a partir de conversas informais com sujeitos locais, exploro os elementos culturais, sociais e políticos que influenciam o mercado de turismo cultural, bem como o ponto de vista dos produtores e detentores do patrimônio alimentar da cidade; por fim, no terceiro capítulo, analiso as entrevistas realizadas com mercadores de comida típica – doze entrevistados,

sendo seis mulheres e seis homens –, destacando, de forma mais detalhada, a influência das heranças culturais, das histórias de vida e das posições sociais em suas visões de mundo.

No texto, dialoguei com especialistas, intelectuais e outras figuras de destaque na esfera local, regional e nacional – grandes conhecedores das questões brasileiras, goianas e vilaboenses –, buscando expandir a reflexão para um debate internacional, com o intuito de pensar a mercantilização do patrimônio cultural de forma mais ampla, em seu desvio dos circuitos tradicionais para o mercado, ou seja, na conversão de bens culturais em mercadorias turísticas.

Com base nesse repertório teórico, foi possível elaborar conceitos próprios, a partir de uma constelação de referências e perspectivas, com o intuito de superar a “ideologia” que opõe tradição e modernidade. Ao compreender a mercadoria como valor de troca e, simultaneamente, como signo, em um contexto que conecta fluxos locais, regionais, nacionais e globais, torna-se possível compreender como patrimônios alimentares são convertidos em elementos emblemáticos de uma cultura local, sendo consumidos ora pelo nativo, que afirma sua identidade; ora pelo turista regional saudosista, que busca rememorar tradições; ora pelo turista cosmopolita, que deseja simplesmente experimentar a diferença.

Mais do que simples mercadorias, esses produtos adquirem valor simbólico ao se tornarem signos, isto é, demarcarem expressões do que é considerado típico e tradicional no mercado de turismo cultural. Ao aplicar essa perspectiva à investigação do processo de produção de mercadorias típicas e tradicionais baseadas em patrimônios alimentares locais, foi possível identificar, para além das determinantes econômicas, as forças hegemônicas e as relações de poder que influenciam os regimes de valor que selecionam e legitimam certas referências culturais como autênticas, evidenciando as dimensões políticas e simbólicas do consumo.

## PATRIMÔNIO CULTURAL E GASTRONOMIA

A noção de patrimônio cultural emerge em um contexto no qual a etnicização e a tradicionalização dos mercados globais (e também nacionais) de bens culturais derivam, em grande parte, de uma preocupação mais ampla expressa na “retórica da perda”, que permeia discursos oficiais, como coloca José Reginaldo Gonçalves<sup>2</sup>. Essa noção também deriva da angústia de etnólogos que manifestaram seu “pessimismo sentimental” diante da possível extinção de seu “objeto” – a cultura tradicional – ou, mais precisamente, da extinção das alteridades modernas, como aponta Marshall Sahlins<sup>3</sup>.

Diante desse quadro de discursos apocalípticos, tanto por parte de estudiosos quanto do próprio Estado e de organismos internacionais, os patrimônios culturais das sociedades ditas tradicionais passam a ser concebidos como bens escassos e valiosos, necessitando de esforços de salvaguarda e resgate. Nesse processo, suas cozinhas tradicionais assumem papel central na consolidação da Gastronomia em sua forma atual.

Janine Collaço<sup>4</sup> explica que essa perspectiva:

[...] se acentuou a partir dos anos 1980, quando as cozinhas, e consequentemente a gastronomia, ganharam maior atenção gerada pela preocupação em torno da dissolução cultural de pequenas comunidades que sofreriam os efeitos corrosivos da globalização, decompondo suas características autênticas.[...] Neste contexto, em algumas situações foram recuperados elementos esquecidos de cozinhas que uma vez organizados são instrumentos utilizados para a manutenção de uma suposta tradição, além de intensificar movimentos em torno de identidades locais. A ideia de autenticidade ganha corpo e adquire um novo sentido na dinâmica contemporânea, especialmente no sentido de criar a gastronomia, isto é, um corpo não só de conhecimentos do comer, mas também de cozinhas que revelam ao mundo as diferenças. Estas podem ser consumidas e, de certa forma, controladas.

O projeto de uma cozinha tradicional vilaboense (como se denominam os nativos da Cidade de Goiás) expressa esse controle e resulta da sobreposição de três reapropriações diferentes do patrimônio cultural. Em um primeiro momento, o patrimônio se corporifica como patrimônio cultural intangível, sujeito às “trocas sociais” e à “dinâmica da vida”, das quais depende sua transmissão – única e encarnada em cada indivíduo – em relação ao grupo e



às suas “representações miméticas”, presentes tanto na “performatividade ritual” quanto nas “práticas sociais” cotidianas, como analisa Wulf<sup>5</sup>.

Em um segundo momento, os produtos do patrimônio cultural sofrem um desvio de seus circuitos tradicionais, alcançando um estado similar ao descrito por ArjunAppadurai<sup>6</sup>, em diálogo com Igor Kopytoff<sup>7</sup>, ao adquirirem “status de mercadoria”. Esse processo não se restringe às “coisas”, mas alcança as várias formas imateriais, como saberes, performances, ritos, arte popular, música, poesia e, especialmente, a cozinha.

Por fim, os produtos desse mercado podem assumir uma forma que evoca o “simulacro” de Baudrillard<sup>8</sup>, particularmente perceptível no mercado turístico e nas ações do órgão nacional de curadoria do patrimônio cultural no país – o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) – em suas políticas de preservação e restauração dos monumentos do centro histórico da Cidade de Goiás. Soma-se a isso a influência de determinados grupos locais que reinventam a cidade e sua história com o objetivo de criar um cenário para produtos tradicionais e seus consumidores visitantes, conformando o mercado de turismo cultural.

Nesse cenário, a nostalgia é simbolicamente ativada. Entre moradores, manifesta-se na renovação de aspectos da época áurea da cidade; entre visitantes e turistas, traduz-se na promessa de garantia de imersão na arquitetura colonial e na paisagem cultural da cidade – com seus espaços e tempos próprios –, no caminhar pelas ruas irregulares calçadas em pedra e na contemplação de catedrais, chafarizes e edifícios históricos, muitos dos quais têm abrigado museus de diferentes tipologias. Atualmente, fenômenos associados ao turismo cultural incentivam economicamente a mobilização dos patrimônios considerados tradicionais, dando origem a um mercado pujante cuja produção transita das formas artesanais à microindústria. Esse movimento é evidente tanto no mercado gastronômico vilaboense quanto nas expressões de arte folclórica e nas festas religiosas – que atraem grande número de turistas e significativa atenção midiática – com produção robusta e incentivo do poder público em diversas instâncias. É o caso da Procissão do Fogaréu, uma encenação da caça dos farricocos a Jesus Cristo, realizada na Semana Santa,

que mobiliza todo o Estado de Goiás e atrai peregrinos e turistas de diferentes regiões do país.

De maneira geral, a encenação nas cozinhas não se apresenta como uma máscara do teatro – em que a performance se situa em um espaço liminar do jogo entre atores e plateia –, mas como autêntica e verdadeira, uma vez que o que ali se performa são variações e representações de si mesmos. Contudo, essas representações são vendidas como expressões de um passado persistente e, por isso, não escapam à simulação, que ganha sentido e se manifesta por meio da nostalgia, no sentido que afirma Baudrillard<sup>8</sup>:

Quando o real já não é o que era, a nostalgia assume todo o seu sentido. Sobrevalorização dos mitos de origem e dos signos de realidade. Sobrevalorização de verdade, de objetividade e de autenticidade de segundo plano. Escalada do verdadeiro, do vivido, ressurreição do figurativo onde o objecto e a substância desaparecem. Produção desenfreada de real e de referencial, paralela e superior ao desenfreamento da produção material [...].

Partindo desse argumento, as relações entre sujeito local (produtor) e sujeito turista (consumidor) são mediadas por simulacros – cenários de consumo compostos por símbolos cuja referência viva teria se perdido no passado. A construção desse simulacro, dessa realidade “referencial”, resulta de uma reapropriação social do patrimônio cultural que retroalimenta a nostalgia e a memória. É importante, contudo, considerar que, nesse contexto, reapropriar-se de um patrimônio radicado na tradição local para produzir uma simulação histórica pode constituir mercadoria desejável, pois assegura autenticidade, demanda e valor de mercado aos produtos tradicionais. Esse fator introduz dimensões econômicas e políticas ao debate: a nostalgia não compreende-se apenas como patologia da modernidade, mas pode expressar busca por etnicidade/identidade (no caso de visitantes goianos), intensificação<sup>(3)</sup> cultural em diálogo com o capitalismo tardio e com o sistema-mundo, ou ambas, tendências articuladas como estratégias do mercado turístico, da educação patrimonial e do desenvolvimento local.

Segundo Jacinthe Bessière<sup>9</sup>, o patrimônio se constitui no conflito entre forças políticas contrapostas: de um lado, a Tradição – continuidade, permanência, estabilidade e reprodução –, uma ideologia da conservação; e de outro, a Modernidade – ruptura, dinamismo, construção e criação –, uma



ideologia da adaptação a novas situações e inovação. Contudo, tratar modernidade e tradição como pólos dicotômicos (quando, muitas vezes, operam de forma dialógica) é uma simplificação persistente nos debates sobre patrimônio e cultura popular. Esse discurso articula tanto perspectivas modernistas quanto tradicionalistas, convergindo para um mesmo ponto comum: o esforço conservador de garantir a persistência da cultura popular. Gonçalves<sup>10</sup> observa que essa persistência é concebida como resultado de uma ideologia da perda e que:

Embora essa intervenção seja evidentemente importante, não podemos esquecer que as chamadas “culturas populares” têm suas próprias razões para permanecer ou desaparecer. Não dependem inteiramente das intervenções do Estado. [...] Podemos pensar que essa ideologia da “perda” já foi suficientemente problematizada e superada. Mas na verdade ela é muito presente e parece informar obsessivamente os discursos de preservação, que costumam ser sobretudo discursos da “perda”.

Segundo tais discursos, no limite, seria necessário manter inalterado tudo aquilo considerado autêntico e tradicional. Entretanto, esse posicionamento ortodoxo radical opõe o mito de uma modernidade revolucionária, corrosiva e universal ao mito das tradições em vias de extinção, fadadas a viver apenas no registro histórico. Nessa perspectiva, Maciel<sup>11</sup> observa que uma tradição é concebida como:

[...] resíduo de um passado que teria chegado e seria mantido no presente por determinados grupos (do “povo”). Essa concepção está ancorada na idéia da existência de uma sociedade “tradicional” (em geral, camponesa), capaz de manter uma “pureza” original, não contaminada pela modernidade, pelo presente. Essa “pureza” se traduziria como “autenticidade” e, dessa forma, seria capaz de revelar a “identidade” de um povo naquilo que ele teria de mais próprio. Essa perspectiva, porém, implica procurar o exótico e/ou o arcaico, em suma, aquilo que aparece como “pitoresco” (no sentido de diferente) para servir como expressão de uma identidade.

Edson Carneiro<sup>12</sup> alerta que essa concepção do tradicional ou popular é preocupante, pois decorre de uma incompreensão, por parte de autoridades, engajados e mesmo pesquisadores, acerca da “dinâmica do folclore”, que está sempre a incorporar novas demandas. Os sujeitos não recorrem ao passado em si, mas ao patrimônio cultural transmitido e mantido vivo nas memórias e

práticas cotidianas. Ele ressalta essa preocupação ao abordar o uso descuidado de conceitos como “tradicional” ou “popular”:

O inadequado dos conceitos do tradicional e do popular no folclore leva freqüentemente o pesquisador a situações muito embaraçosas. Como considerar tradicional a diversão coletiva que transmite a opinião popular sobre fatos do dia, numa constante readaptação às novas formas assumidas pela sociedade? Ou, ainda, como considerar tradicional o dado folclórico que, nascido de certas condições sociais, permanece, ao mesmo tempo que permanecem, inalteradas, essas condições? A riqueza de imaginação, a força criadora e a sede de justiça do povo não pesam no balanço geral para os tratadistas. O povo é apenas um depositário de tradições... Mais curiosa, e às vezes mesmo ridícula, é a caracterização do popular no folclore. Figura-se o povo, não numa situação transitória, mas em repouso. Ora, se encararmos o folclore na sua dinâmica, veremos que os fenômenos do populário têm não apenas a marca do passado, mas o sinal do presente – e do futuro.

EleneEspeitx<sup>13</sup>, propõe que, em tese, todo elemento constitutivo de uma cultura integra seu patrimônio. Assim, embora a cozinha da Cidade de Goiás não figure entre os bens oficialmente tombados como “patrimônio alimentar”, isso não significa que ela esteja dissociada das forças atuantes no mercado de entretenimento turístico. Ao contrário, o mercado seleciona determinados elementos que, por um lado, se vinculam a uma “tradição” – enquanto conexão com gerações passadas e com o lugar –, e, por outro, devem estar plenamente adaptados à modernidade do “mercado do ócio e da diversão”. Nesse contexto, a cozinha e a comida convertem-se em produtos de grande valorização e demanda, impulsionando a mobilização do patrimônio alimentar.

## **PATRIMÔNIO ALIMENTAR, TURISMO CULTURAL E DESENVOLVIMENTO LOCAL**

Para fins de definição, considera-se que o patrimônio alimentar pode ser entendido como um conjunto de saberes e práticas – e, portanto, de conhecimentos e técnicas – relacionados à apropriação de espécies e subprodutos alimentares de origem animal, vegetal e mineral, constituindo parte de um repertório cultural. Trata-se de um patrimônio transmitido de

geração em geração por processos tradicionais de educação informal e que desempenha papel essencial na formação da identidade cultural de um grupo.

Na Cidade de Goiás, assim como em outros destinos turísticos que buscam vender suas características autênticas, típicas ou tradicionais, o patrimônio alimentar é reapropriado para fins mercadológicos, transformando-se em mercadoria oferecida aos turistas como signo emblemático da cultura local (e/ou regional) e tradicional. Ainda que esse processo ocorra por variados motivos e seja vivenciado de formas distintas por sujeitos com diferentes níveis de inserção na cultura local e tradicional, tais mercadorias são consumidas tanto por turistas e visitantes quanto por moradores, que buscam experienciar a alteridade ou a identidade, reviver o passado, experimentar a diferença ou preservar tradições.

Em minhas observações, percebi que grande parte dos sujeitos envolvidos no comércio de comidas típicas e tradicionais são herdeiros de patrimônios subalternizados, nem sempre reconhecidos, que foram incorporados e hibridizados ao longo do tempo em suas relações históricas com as classes dominantes. Por vezes, esses sujeitos reproduzem, de forma estratégica, elementos que lhes são estranhos – isto é, produtos elaborados em conformidade com a demanda das elites, do mercado e das políticas patrimoniais –, ao mesmo tempo em que introduzem produtos baseados nos patrimônios alimentares com os quais, de fato, se identificam e dos quais são detentores legítimos, fortalecendo matrizes culturais historicamente subalternizadas na formação da Cidade de Goiás.

Pude observar que o patrimônio cultural na Cidade de Goiás já se expressava por meio de um verdadeiro projeto de gestão da identidade voltado ao desenvolvimento local. Assim, o engajamento dos herdeiros desse patrimônio constitui evidência de que a cultura local se movimenta em diálogo constante com os fluxos globais. A noção de que o patrimônio cultural é herdado e, sobretudo, essencial para o desenvolvimento local reforça que ele atua como agente de mudança, contrariando visões saudosistas. Portanto, em vez de tutela preservacionista, o patrimônio demanda uma gestão orientada ao desenvolvimento local em seus múltiplos sentidos. Em grande medida, isso decorre de um investimento integral dos vilaboenses na gestão de seu

patrimônio cultural como uma espécie de capital étnico, o que vai de encontro com o que afirma o consultor em museologia e desenvolvimento Hugues de Varine<sup>14</sup>:

Esse capital é herdado, o que significa que os herdeiros devem administrá-lo: conservar no sentido físico do termo não é suficiente. É preciso fazê-lo viver, produzir, transformar-se, para permanecer útil. Isso significa uma profunda tomada de consciência, de geração em geração, não apenas de conteúdo do patrimônio, mas também das exigências de sua gestão.

Destarte, o patrimônio cultural não constitui uma herança imóvel. À medida que é gerido com vistas a desenvolver e produzir uma realidade localmente endossada, opera na criação de novos signos e pode mobilizar valores diversos – estéticos, afetivos, históricos, identitários, econômicos, entre outros. Quanto mais amplo o espectro de valores evocados, maior o alcance do patrimônio cultural e maiores as possibilidades de desenvolvimento local. O tombamento e o registro de patrimônios culturais pelos órgãos oficiais brasileiros e pela UNESCO são extremamente relevantes para sua valorização; contudo, sua gestão cotidiana e integral independe desses processos, pois o verdadeiro patrimônio cultural é imaterial e reside nos sujeitos e em seus laços sociais e suas ligações com o lugar, com o passado ancestral. Cabe principalmente a esses sujeitos implementar medidas para fazer prosperar, e não somente preservar, seus patrimônios. Ainda assim, não se pode desconsiderar o papel das forças estatais, do mercado e da própria modernidade nesse processo, conformando uma dinâmica multivetorial de poderes e agentes.

Conforme observa Tamaso<sup>15</sup>, “torna-se cada vez mais um valor [...] que ‘moderno é ser antigo’ [...]”, de modo que, ao contrário do que se propagava, o “desenvolvimento pode ser buscado por causa do patrimônio. Se antes o patrimônio funcionava como obstáculo do desenvolvimento, agora ele é fundamento deste”. Entretanto, apesar do aspecto *benefactor* da patrimonialização da cultura, segundo a mesma autora, é preciso atentar para um fator muitas vezes presente nas disputas em torno do que será consagrado como emblemático:

Os laços sociais existentes nesses lugares tornam-se valores irrelevantes se comparados ao poder econômico e político que entra em cena, quando os lugares transformam-se em patrimônios. Além disso, muito embora constituam “patrimônios” nacionais ou mundiais, e isso remete à propriedade cultural coletiva e global, o patrimônio é quase sempre acionado pelas elites, que freqüentemente inclina-o para fins específicos e nem sempre democráticos. <sup>(15)</sup>

Canclini<sup>16</sup> também ressalta que esse elitismo é uma herança das primeiras concepções e políticas patrimoniais, que “privilegiava os bens culturais produzidos pelas classes hegemônicas – pirâmides, palácios, objetos ligados à nobreza ou à aristocracia”. Contudo, observa-se uma mudança conceitual, cada vez mais consolidada, que amplia a noção oficial de patrimônio e inclui “produtos da cultura popular: música indígena, textos de camponeses e operários, sistemas de autoconstrução e preservação de bens materiais e simbólicos elaborados por todos os grupos”. No caso brasileiro, esse movimento deveu-se mais aos “agentes folcloristas”, que “encomendavam pesquisas sobre a cultura popular”, do que aos “agentes preservacionistas”, voltados à proteção de “monumentos representativos das classes dominantes” e elementos da “cultura erudita”<sup>15</sup>.

Para além da crítica ao caráter classista e elitista do patrimônio oficial, é necessário considerar as particularidades da “ação privada” sobre o patrimônio, que não é necessariamente exclusivista – muito embora, frequentemente, processos de “exploração voraz da especulação imobiliária” em áreas tombadas sejam, de fato, excludente. Nesse sentido, Canclini<sup>16</sup> destaca que, assim “como não há um só tipo de capital, tampouco existe uma só estratégia privada em relação ao patrimônio”; portanto, não se deve generalizar a “ação privada” como motivada exclusivamente por “interesses mercantis”.

Quando se discute a mercantilização do patrimônio cultural, especialmente em seu uso por atividades turísticas privadas, tende-se a associar tal processo à deterioração de sua forma e sentido. Contudo, é importante reconhecer que a inserção das sociedades periféricas no mercado turístico antecede os processos formais de patrimonialização, e que uma política de resguardo tardia pode não fazer sentido. Por que falar em preservação quando se trata de revigorar as culturas locais e suas relações mercantis, já inseridas no mercado e capazes de concorrer? Em consonância

com Canclini<sup>16</sup>, Tamaso<sup>15</sup> ressalta “[...] a ‘ambivalência’ dos efeitos da mercantilização nas culturas populares tradicionais”, pois “se, por um lado, têm seus produtos artesanais [...] deteriorados pela inserção do valor de troca, têm também suas tradições produtivas e culturais reativadas [...]” pelo “mercado turístico”.

Essa reativação – o que Sahlins<sup>3</sup> define como “intensificação cultural”, uma força de resistência ao *meltingpot* da globalização e à decadência de economias tradicionais – pode ser compreendida como o estabelecimento de uma forma pós-colonial de diálogo com o capitalismo. Como observa Collaço<sup>17</sup>, isso nos ajuda a “entender os motivos pelos quais [...] comunidades estagnadas economicamente encontraram como recurso de sobrevivência o uso de suas tradições para oferecer ao turista uma experiência cultural”, bem como o interesse de investidores turísticos na “preservação do patrimônio cultural”.

Nesse sentido, para estabelecer uma relação sólida entre preservação patrimonial e desenvolvimento local, é necessário deslocar o conceito de desenvolvimento de suas matrizes eurocêntricas e situá-las em uma perspectiva local. Conforme Stavenhagen<sup>18</sup>, o desenvolvimentismo reforçou a dualidade que considerava as tradições como entraves à modernidade; assim, a recente revalorização dos conhecimentos tradicionais de povos indígenas e comunidades camponesas abre caminho para formas de “etnodesenvolvimento”, ou seja, projetos baseados nos sentidos e cosmologias das culturas tradicionais.

Todos esses argumentos buscam esclarecer que o patrimônio cultural imaterial é uma realidade viva, que não se confunde diretamente com objetos ou paisagens naturais tomados como referências culturais. Trata-se de saberes e práticas de sujeitos vivos, patrimônio incorporado às pessoas e aos grupos que, continuamente, desenvolvem estratégias para aprimorar seus modos de vida e perpetuar suas famílias. Portanto, são expressões idiossincráticas de um patrimônio em constante transformação, que não se fixa em referências, edificações arquitetônicas ou mesmo receitas culinárias consagradas, mas se realiza na vida sociocultural dos sujeitos.



Assim como qualquer elemento do patrimônio cultural de uma localidade, sua cozinha e sua comida podem ser reapropriadas e direcionadas para enfrentar desafios colocados aos sujeitos que as produzem e transmitem. Isso inclui reintroduzi-las na própria localidade em novos formatos que dialoguem com a demanda do mercado turístico, tradicionalista ou regionalista. De certo modo, não são os sujeitos locais que, majoritariamente, se identificam como tradicionalistas ou regionalistas – mas o turismo e alguns movimentos sociais. Muitos vendedores locais ofertam apenas a comida caseira que produzem ou versões híbridas resultantes da culinária caipira; não pretendem vender comida vilaboense, goiana ou brasileira. Contudo, como o mercado demanda esses rótulos ou selos, acabam por se apropriar desses discursos identitários e/ou tradicionalistas.

O abandono gradual da inocência diante de um mercado turístico produtor de simulacros torna ainda mais atrativos os estabelecimentos alimentares rústicos e familiares, dado que o critério predominante é a busca pela autenticidade. As reapropriações, usos e produtos atuais do patrimônio alimentar enquanto mercadorias turísticas revelam que os sujeitos locais deram um passo importante rumo à integração ao sistema econômico dominante, instituindo um novo setor produtivo na sociedade local. Revelam também que tais expressões, convertidas em emblemas da cultura local (regional) e tradicional, tornam-se mecanismos de reafirmação do patrimônio alimentar frente à crescente globalização dos mercados de bens culturais, um processo que implica produzir para o outro consumir, mas em escala viável, isto é, não a da exportação, mas a do turismo.

Diante desse cenário, busquei identificar como os sujeitos locais se afirmam no diálogo com elementos considerados próprios da modernidade e, equivocadamente, opostos ao que se entende como tradicional. Nesse sentido, percebi que, tanto no âmbito das políticas de patrimonialização e do discurso técnico-oficial quanto no mercado privado voltado ao turismo cultural, os sujeitos locais não apenas se adequaram a essas políticas e demandas mercadológicas, mas se apropriaram de seus discursos. Tais discursos são mobilizados em favor de sua autonomia política e cultural, da geração de renda e da proteção de seus patrimônios. São usados na criação de mercadorias

turísticas, em estratégias de empreendimentos – desde a seleção de produtos associados à identidade local até campanhas publicitárias que recorrem a emblemas e estereótipos – e em outras iniciativas de seu interesse. Deste modo, a mercadoria turística emerge como produto do diálogo entre o patrimônio cultural local e a estrutura moderna do mercado e do Estado.

## **DOS USOS TURÍSTICOS DO PATRIMÔNIO ALIMENTAR NA CIDADE DE GOIÁS**

Reflitamos, por fim, sobre as especificidades do patrimônio alimentar e de como a comida tradicional e/ou típica pode ser apropriada de forma estratégica no mercado de turismo cultural, tanto no caso específico da Cidade de Goiás quanto de modo mais amplo. A forma como certas comidas – e seus saberes e práticas associados – se vinculam a uma identidade cultural e dão as bases para o reconhecimento patrimonial depende de esforços contínuos no sentido de dirimir tensões internas provenientes das relações entre diferentes grupos sociais. Além disso, o mundo contemporâneo, marcado por uma mentalidade cosmopolita e pela globalização, reforça a percepção de que fazemos parte de um todo, ao mesmo tempo em que acentua a diferença que nos separa. Assim, tensionam-se os limites das identidades culturais entre o local (ou regional) e o global.

Somem-se a isso as possibilidades de reprodutibilidade técnica da indústria cultural, segundo as quais um patrimônio radicado em tradições locais pode produzir uma simulação histórica estereotipada – seja em elementos tangíveis, como cenários, roupas e objetos; seja em elementos intangíveis, como na performance de festas, práticas rituais ou a própria apresentação de pratos típicos e/ou tradicionais. A mobilização desses elementos como representações da identidade cultural e o estabelecimento do que pertence ou não a um grupo ou nação, em termos patrimoniais, constituem um jogo complexo envolvendo dimensões culturais, econômicas e políticas.

O turista cosmopolita, por sua vez, busca o diferente, o distante, o exótico, muitas vezes ancorado em um imaginário estereotipado de ampla circulação. Isso implica que o valor dos produtos turísticos depende de sua

autenticidade, tipicidade e tradicionalidade, variáveis que influenciam tanto sua demanda quanto seu valor de mercado. Portanto, além de considerar o patrimônio como expressão identitária cultural e herança de um povo, é preciso compreender como exotismo, localismo e tradicionalismo operam como variáveis fundamentais na equação entre interesses culturais, econômicos e políticos – elementos cruciais para o desenvolvimento local, a gestão patrimonial e a preservação das tradições materiais e imateriais.

Nesse sentido, considerando o caso específico aqui analisado, foi necessário compreender como certos elementos do patrimônio alimentar atravessaram gerações e se tornaram constitutivos da identidade vilaboense (e goiana). Pratos que encontram ressonância no tradicionalismo, na mídia e no turismo cultural são frequentemente valorizados e consolidados. Assim, os “pratos-totem” de um grupo, cidade ou região – carregados de “valor simbólico muito peculiar, que faz deles chaves da identidade cultural”, ou “indicadores de sua especificidade e diferença” em um mundo globalizado<sup>19</sup> – são eleitos também pela influência cultural da mídia, pela força do mercado turístico e pela ação política de certos grupos.

Outro argumento importante indica que não basta reconhecer o patrimônio alimentar como elo com o passado ou essência da identidade local. Como toda culinária, as cozinhas vilaboense e goiana são entidades porosas, vivas e, sobretudo, neofágicas. A consolidação da cozinha regional goiana e da cozinha local vilaboense não decorre apenas de um ideal de resgate e revalorização –embora essa narrativa ganhe centralidade–, mas da intensificação cultural promovida pela constante atualização e incorporação de novoselementos humanos e ambientais, tal como ocorreu no passado colonial, em um movimento contínuo de fluxo de culturas e pessoas.

Tomemos como exemplo o Empadão Goiano, prato emblemático da região. Em sua forma consagrada, reúne elementos indígenas (como as fômas de barro), portugueses (a massa fina de farinha de trigo), europeus (azeitonas) goianos (queijo e linguiça), além de ingredientes nativos unidos por meio de um molho de tomate, frango e “gueroba” (ou gueirova, guariroba, palmito amargo de índio, a depender da região), temperados com alho, cebola e “cheiro-verde” (combinação de salsinha e cebolinha, e, às vezes, coentro no lugar da salsa),

além da “pimenta-de-cheiro” (espécie do gênero *Capsicum* muito apreciada e cultivada nesta região). O Empadão Goiano – nome que já expressa a forma emblemática – resulta de ingredientes, matérias-primas e técnicas que constitui um híbrido cultural que expressa a interação entre povos ameríndios e ibéricos e, ao mesmo tempo, é celebrado como símbolo da herança colonial local, tanto em sua dimensão tradicional quanto em sua dimensão turística.

Na dimensão local (e tradicional), da perspectiva dos nativos, a “empada” assume formatos e tamanhos, levando mais ingredientes conforme o tamanho e seu contexto de consumo, adequando-se a situações de comensalidade, sociabilidade e rituais específicos. Péclat<sup>20</sup> demonstra em sua tabela as relações entre tamanho, função e contexto, evidenciando a densidade sociocultural do prato:

Empadinhas	Aniversário; batizado; casamento; Folia do Divino; reuniões sociais e políticas.
Empada (10 cm)	Sociabilidade; individualização; mercadoria.
Empadão (14 cm)	Sociabilidade; individualização; mercadoria.
Empadão (20 cm)	Tradicional; identidade emblemática.
Empadão redondo (36 cm)	Natal; Semana Santa; Dia das Mães; agregação familiar e ritual de comensalidade familiar.
Empadão retangular (38 cm)	Ritual de comensalidade, agregação familiar.

Além das variações de tamanho, as empadas também apresentam variações de ingredientes conforme ocasiões, sociabilidades e ritos, como versões para atender as restrições da Semana Santa e da Quaresma, quando não se come carne vermelha ou carne de animais de sangue quente, logo são preparadas versões com bacalhau, camarão ou sardinha (enlatada). Péclat<sup>20</sup> registra ainda os ingredientes segundo suas origens naturais – animal, vegetal e mineral – ilustrando a complexidade técnica e cultural envolvida em sua produção. Primeiro, os ingredientes de origem animal, como carnes de porco (e sua banha), peixe, frango e camarão, ovos de galinha, queijo e manteiga; em segundo lugar, aqueles de origem vegetal, como alho, cebola, trigo (na forma de farinha, para a massa), azeitona (verdes, na maioria das vezes), ervilha, batata inglesa, tomate e gueroba; e, por fim, os elementos de origem mineral, como sal, argila, antiplástico (areia, mica, etc.) e ferro estanhado (reaproveitando as “latas de goiabada” e de sardinha como fôrmas).

Já na sua versão emblemática – o “Empadão Goiano” – há padronização de formato, ingredientes e procedimentos. A receita tem formato redondo, com cerca de 20 cm de diâmetro, em formas de barro ou de alumínio, com poucas variações por região, como a inclusão de batatas ou ervilhas, e de um miolo de pão no fundo, usada para prevenir que a massa se encharque de molho; soluções quanto às normas sanitárias, como a retirada do ovo cozido; e adaptações para atender ao paladar do turista, como a remoção da guero para evitar seu amargor acentuado. Ao mesmo tempo em que se preserva sua representatividade simbólica, cria-se um produto padronizado, seguro para sua comercialização e palatável para circulação no mercado turístico.

Outra questão importante, enquanto pesquisadores, é compreender a Cozinha Goiana como espaço de conflitos e disputas, e não como um híbrido harmônico derivado do passado colonial, como sugerem discursos preservacionistas oficiais e propaganda turística. Os chamados “pratos multiétnicos”<sup>21</sup>, bem exemplificados pelo empadão, embora se tornem símbolos emblemáticos de algum local ou tradição, reclamando sua autenticidade e reivindicando seu direito à patrimonialização, frequentemente ocultam conflitos presentes e passados – inclusive violências coloniais. O purismo e o monismo que permeiam as noções de autenticidade e tradição produzem uma identidade unívoca, utilizada como referência para estabelecer a quem é de direito a propriedade do patrimônio cultural.

Ao assumir o patrimônio tal como é institucionalmente consagrado ou mercadologicamente veiculado, corremos o risco de reiterar as relações de poder que sustentam tais discursos, o que nos leva a necessidade de compreendê-lo a partir dos saberes e práticas de todos os grupos de sujeitos locais, e não somente de elites hegemônicas, fazendo valer seus interesses.

A crítica de Canclini<sup>22</sup> é elucidativa ao mostrar que, desde a metade do século XX, o simulacro das monoidentidades se torna insustentável:

As políticas culturais eram concebidas até pouco tempo como conservação e administração de patrimônios históricos, acumulados em territórios nitidamente definidos: os da nação, da etnia, da região ou da cidade. O Estado discernia entre o que deveria ou não ser apoiado segundo a fidelidade das ações ao território nativo e a um pacote de tradições que distinguiam cada povo. Mas ainda: cada

Estado-nação moderno assentou as tradições diversas e dispersas de etnias e regiões para que pudessem ser expostas harmonicamente nas vitrines dos museus nacionais e nos livros de texto, que continuam sendo idênticos em todas as zonas do país.

Pensando em uma explicação nos termos propostos por Canclini<sup>22</sup> para o caso da Cidade de Goiás, observa-se que ela concentra certos “padrões de uniformidade, remodela os hábitos locais e os subordina a estilos ‘modernos’ de trabalhar, se vestir e se distrair”. Esse processo é acentuado por sua inserção nos circuitos do mercado turístico nacional e internacional. Apesar dessas forças, “a homogeneização do consumo e da sociabilidade, propiciada pelo formato comum com que esses serviços se organizam, não anula as particularidades” de suas culturas em hibridação<sup>22</sup>, mas estabelece os bens culturais que poderão ser reproduzidos no âmbito da indústria turística.

Assim, na base do patrimônio alimentar consagrado nos pratos emblemáticos das cozinhas goiana e vilaboense, subjaz uma vasta estrutura cultural formada por múltiplos sujeitos, famílias, grupos étnicos e profissionais da cozinha que carregam cada qual seu repertório cultural, potencialmente elevados à condição de um produto emblemático e possível símbolo de uma identidade local ou patrimônio. Para além dos pratos consagrados pelas elites tradicionais e pelo turismo, como o próprio Empadão Goiano – símbolo do híbrido harmônico dominado pelos traços portugueses –, o Alfenim (herança mourisca) e o Pastelinho de Goiás, elaborado a partir da herança de monges pasteleiros e de empadistas portugueses, que lembra o famoso Pastel de Nata, há um amplo universo de comida caipira, que articula elementos das chamadas três raças brasileiras, mas também dos diversos grupos que migraram para Goiás ao longo da história – mineiros, mato-grossenses, italianos, alemães, entre outros – em especial, nas zonas rurais e suburbanas.

A Cozinha Goiana e a Cozinha Vilaboense constituem, assim, um grande condensado de patrimônios alimentares que se expressam em saberes e práticas culinárias, de comensalidade e de domínio do ambiente representadas por uma grande Cozinha Caipira, que, além daquelas levas das primeiras bandeiras, missões religiosas e de tropeiros, agregam todos os *caipiras* (no sentido estrito, do *Tupi* “gente do mato”), com vivência na roça e



na vida do campo, agregando saberes e práticas às novas populações rurais e suburbanas de Goiás.

Uma noção prática do resultado dessa fusão cultural no presente, a culinária híbrida encontra exemplos marcantes em pratos à base de milho verde ou mandioca, em carnes suínas conservadas, em pratos de herança africana e em combinações típicas das zonas rurais e suburbanas. Podemos encontrar pratos tradicionais como a pamonha cozida recheada com linguiça (e lombo suíno), queijo meia cura, pamonha frita, pamonha assada, curau, bolo doce de milho e angu. Bariani Ortêncio<sup>23</sup> registrou mais de mil receitas em seu receituário de 1967, número que dimensiona a amplitude, fluidez e vitalidade desse patrimônio – que continua a se transformar.

Angu que acompanha o frango ao molho pardo (cabidela) ou com quiabo, lembrando as heranças africanas, ou com pequi, colhido logo ali, no Cerrado; arroz carreteiro (com carne seca e verduras) ou galinhada (frango ao molho de açafrão-da-terra em pó [cúrcuma]); carne de porco na panela, cozida na própria gordura, assim como *pelotas* (almôndegas) bovinas e suínas (ou ainda mistas de carne bovina e toucinho suíno) conservadas imersas em óleo ou banha; conservas de pimentas (em vários fundos: limão, óleo, cachaça, vinagre etc.); farinha torrada de mandioca ou milho; abóboras cozidas, fritas ou refogadas; folhas de couve-manteiga cortadas em tiras bem finas, cruas ou refogadas; jiló refogado ou frito; e saladas de repolho e tomate ou de palmito de gueroba, ou ainda de jiló (marinado no suco de limão, eliminando o excesso de amargor), entre outros. Essa é a base do receituário da Cozinha Goiana que se vê no cotidiano.

Tem-se ainda opções à base de mandioca: mandioca cozida com manteiga, ou cozida e depois frita, coberta com queijo ralado; “quibebe” de mandioca com carne de vaca cortada em pedacinhos (cozida e reduzida até virar um caldo cremoso) ou com jiló; acompanha arroz com pequi ou “casadinho” (que é a versão goiana do *baião de dois*, o arroz com feijão), ou o feijão tropeiro e o arroz com costelinha suína; além de linguiças caseiras de vários tipos, em sua maioria, suínas, bem temperadas (com sal, pimentas variadas, vinagre, salsinha e alho); e, às vezes, são postas para “secar no fumeiro”, onde podem ser conservadas “por muitos dias sem mudar de gosto”,

como atesta Brandão<sup>(24)</sup>; e ainda a carne-de-lata, um *confit* de pedaços nobres do porco, feito na gordura do animal. Pratos estes que compõem a Cozinha Goiana “na roça”.

Enfim, sua riqueza cultural é enorme e exprime bem a sua formação híbrida, com um patrimônio que, à época do primeiro registro de Ortêncio<sup>23</sup>, publicado em 1967, havia produzido mais de mil receitas, sem contar as inúmeras àsquais o solícito autor não teve acesso. Esse patrimônio local é vivo e, se de lá para cá pudemos registrar o abandono de algumas práticas e o desaparecimento de certas expressões, por outro lado pudemos também presenciar a chegada de novas pessoas e o surgimento de receitas, desdobramentos e fusões culturais.

Na relação entre patrimônio alimentar e turismo, sobressaem-se os produtos emblemáticos, elevados à condição de símbolos de identidade regional. O Empadão Goiano, novamente, é um carro-chefe, com características complexas e que transcende os limites da Cidade de Goiás, difundido para cidades turísticas como Cidade de Pirenópolis, a capital Goiânia e Caldas Novas, que atrai turistas do Brasil inteiro e estrangeiros.

Segundo memórias de sujeitos locais que entrevistei em 2014, com base nas memórias de seus pais e avós, o empadão teria se originado da reunião dos ingredientes e técnicas que compunham a alimentação cotidiana dos primeiros colonos da Cidade de Goiás, especialmente após a decadência da mineração no final do século XVIII, que levou as famílias de volta às fazendas e ao fortalecimento das práticas agropecuárias, apesar da insistência na mineração por parte de grupos poderosos<sup>25</sup>.

Outro produto emblemático no mercado turístico é o Bolo de Arroz, vendido nas lanchonetes e especialmente valorizado no Mercado Municipal, onde o Bolo de Arroz da Dona Inês alcançou grande notoriedade entre moradores e visitantes. Trata-se de um bolo doce, cuja massa é à base de fubá de arroz, com banha de porco, ovos e açúcar e, para dar aroma e sabor, erva-doce. Há toda uma magia no clima acolhedor no bate-papo matinal dos locais no mercado, mas o produto anteriormente era vendido de porta em porta e, até hoje, trata-se de uma iguaria para os turistas. Curiosamente, segundo relato de

Leninha, filha de Dona Inês, trata-se de uma receita “trazida” do Mato Grosso, revelando diálogos regionais menos mencionados nos discursos oficiais.

O Pastelinho constitui outra iguaria emblemática na Cidade de Goiás: uma massa gordurosa (menos quebradiça que a “massa podre” e a *pâtesucreé*), na forma de uma empada (aberta ou fechada, sendo a primeira forma a mais encontrada), à base de banha, farinha de trigo e leite, recheada com doce de leite cremoso e finalizada com uma pitada generosa de canela-da-china em pó. Embora alguns sugiram sua relação com o famoso Pastelzinho de Belém – o pastel de nata –, não há comprovação genealógica, e as técnicas de preparo diferem significativamente.

A Doçaria Vilaboense, muito apreciada por moradores e turistas, por sua vez, engloba doces cristalizados, em calda, licores, frutas-passas e doces cremosos, destacando-se pela utilização de ingredientes endêmicos e pelas técnicas herdadas e adaptadas ao longo do tempo. A poetisa goiana Cora Coralina, nacionalmente conhecida, contribuiu para tornar a doçaria um símbolo turístico forte (sua casa hoje é um museu), embora sua produção seja tão ampla quanto a de outras doceiras locais, herdeiras de repertórios igualmente complexos<sup>26</sup>.

Destacam-se os confeitos de Alfenim, uma massa de origem mourisca à base de açúcar, famosos pelos formatos em figuras diversas, como pombas, cisnes, flores e outras referências; trata-se de uma prática bastante difundida também em outros locais herdeiros do período colonial, como na Cidade de Pirenópolis, por exemplo. Ao que pude verificar, os Alfenins são bastante procurados pelos próprios moradores na época do Réveillon, e, na Cidade de Goiás, a referência no assunto é a família de Dona Sílvia Curado, cujo trabalho pode ser apreciado e, também, encomendado (à época da pesquisa de campo) em sua *fanpage*, na mídia social *Facebook* (sob o nome de Dona Sílvia Alfenins).

A produção licoreira na Cidade de Goiás é também muito emblemática, e os seus licores já foram comparados aos vinhos licorosos de Portugal na época colonial. Há grande variedade de licores – curtidos em frutos –, com destaque, atualmente, para a cachaça licorosa de mutamba. Alguns têm bastante circulação, tais como os de murici, cajuzinho, jabuticaba, jenipapo,

cajazinho, entre outros. Além das cachaças adoçadas, dos licores e das cachaças com fins medicinais, feitas em sua maioria da curtição de raízes, cascas e folhas, há também cachaças em sentido estrito, ou seja, com graduação alcoólica em torno de, e acima de, 40 graus, sem adição de açúcar, as quais são curtidas em madeiras da região, como o ipê, o jequitibá e a umburana, e tambémem carvalho importado (francês).

É preciso destacar ainda um produto emblemático e frequentemente associado à goianidade: o pequi (*Caryocar brasiliense*). Presente na alimentação da maioria dos grupos indígenas que habitam o Cerrado, essa fruta figura de maneiras diversas na cozinha vilaboense. Dele se faz licor, molho, creme, polpa, óleo etc., além de pratos clássicos da cozinha regional, como o pequi cozido e refogado no próprio molho, o arroz com pequi e a galinha caipira com pequi, por exemplo.

Portanto, há um enorme repertório cultural de ingredientes, práticas e saberes que compõem o patrimônio alimentar goiano e vilaboense, mas as comidas tornadas emblemáticas de uma identidade local (e/ou regional, e/ou nacional) são resultado de relações de poder entre grupos internos, agentes públicos e mercado turístico, e de um diálogo multicultural intercontinental e regional, em que seu valor de troca é determinado por discursos pautados na autenticidade, no localismo e no tradicionalismo. E, no caso estudado, há três referências que parecem reunir toda essa diversidade: a cozinha caipira, a herança colonial e os ingredientes endêmicos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao tentarmos relacionar patrimônio cultural alimentar e lugar, perceberemos que há um complexo quadro de forças, relações de conflito e interesse, hibridização de culturas e, ainda, o caráter relacional da identidade cultural em uma perspectiva cada vez mais globalizada. Trazendo essa reflexão para o âmbito da Cidade de Goiás, temos que, ao construírem signos de seu patrimônio e comercializarem sua comida emblemática, os vilaboenses disponibilizam no mercado turístico regional, nacional e global, aquilo que os

identifica – e não necessariamente pratos que expressam a totalidade de seu patrimônio alimentar.

É também no diálogo com o mercado turístico que comidas identitárias vão se tornando mercadorias emblemáticas do patrimônio alimentar vilaboense, pois é por meio delas que o outro os reconhecerá e os consumirá enquanto alteridade. Vista dessa maneira, a produção e comercialização de mercadorias turísticas não parecem uma deturpação do patrimônio ou alegoria que oculta relações entre modernidade e tradição, mas uma resposta às novas demandas políticas e econômicas na Cidade de Goiás. Entretanto, essas demandas nem sempre se mostram sustentáveis e, por vezes, se estabelecem a contragosto dos sujeitos locais, que sentem cotidianamente os efeitos deletérios da tendência expansionista do turismo, tanto enquanto política pública quanto como iniciativa privada.

São variadas, portanto, as formas de reconhecer esse patrimônio alimentar local em um complexo sistema de representações que podem nos sugerir algo em comum. Ao definir seus pratos emblemáticos, há um reforço da ideia de autenticidade que perpassa não só o imaginário local e regional, mas também o colonial, como expressão do que é verdadeiramente brasileiro, goiano e vilaboense, orientada pelas instituições oficiais encarregadas de processos de reconhecimento, como o IPHAN e a UNESCO.

Embora estejam presentes as influências de várias matrizes nessa paisagem cultural, elas acabam escondidas sob camadas de diferentes ações e esforços de preservação, que, curiosamente, privilegiam a mestiçagem e a continuidade do colonial como expressão de autenticidade – ideia que marcou as políticas patrimoniais durante muitas décadas sob o signo do “barroco”. Contudo, esse passado reavivado convive agora com o moderno, proporcionando um olhar distinto sobre a própria identidade. É verdade, ainda, que, com a intensificação progressiva do turismo como atividade voltada ao consumo de cultura local, abrem-se portas para o convívio com o diferente, embora, em certa medida, domesticado, pronto para ser postado nas mídias sociais e expor o exotismo da vida em uma cidade com heranças coloniais e rurais, contraposta à vida moderna dos centros urbanos cosmopolitas. Assim, o

cosmopolita e o local se mostram presos um ao outro, e o patrimônio alimentar da Cidade de Goiás expõe essa falsa dicotomia.

A pesquisa revelou que, na Cidade de Goiás, os patrimônios alimentares são reapropriados de diversas formas para atender às demandas do mercado de turismo cultural. Os sujeitos envolvidos no comércio de comida típica e tradicional utilizam-se de estereótipos para forjar elementos emblemáticos da cultura local e estabelecer uma comunicação que articule as expectativas de consumidores, produtores e demais interessados – incluindo elites e políticos locais e técnicos do Estado. Nesse processo, cria-se um simbolismo que harmoniza signos desejados, como ingredientes e pratos locais, bem como objetos e técnicas culinárias específicas, como a evocação de uma cozinha caipira por meio do uso do fogão a lenha e de panelas de barro, por exemplo. Assim, produzem-se as mercadorias que serão oferecidas no mercado turístico como autênticas, típicas e tradicionais.

Além disso, constatei que muitos dos sujeitos envolvidos nesse comércio são herdeiros de patrimônios subalternos que, ao longo do tempo, foram hibridizados com os patrimônios das elites – tanto em termos históricos (pela sobreposição das relações entre diferentes grupos étnicos e classes) quanto no âmbito das trajetórias individuais (marcadas por relações familiares, pessoais e de trabalho). De forma estratégica, esses sujeitos locais reproduzem elementos emblemáticos dominantes, atendendo à demanda do mercado turístico e das elites locais, mas, ao mesmo tempo, introduzem produtos enraizados em patrimônios alimentares e étnicos com os quais realmente se identificam. Dessa maneira, fortalecem e salvaguardam as matrizes étnicas historicamente subalternizadas na formação cultural da cidade.

Na dissertação, concluí que o patrimônio alimentar na Cidade de Goiás constitui um recurso simbólico e econômico de grande relevância para os sujeitos locais, pois contribui tanto para o reforço da sua identidade cultural quanto para a dinamização da economia por meio do turismo. No entanto, é necessário alertar para os riscos de uma mercantilização excessiva, que pode, gradualmente, levar à perda de autenticidade e à transformação do patrimônio em simulacros descolados da identidade local.



Argumentei, ainda, que a preservação do patrimônio cultural alimentar deve ser compreendida como um processo dinâmico, que envolve a gestão cotidiana e ativa por parte dos sujeitos locais, superando a dicotomia entre modernidade e tradição – ainda bastante presente no discurso que orienta as instituições governamentais de salvaguarda e, inclusive, parte da literatura especializada. Na prática, isso significa que, ao contrário do que se costuma afirmar, a tradição não é um empecilho ao desenvolvimento e que este, portanto, pode (e deve) ser promovido com base no patrimônio e na tradição. Desse ponto de vista, observando-se seu acionamento no turismo cultural, o patrimônio alimentar não é um capital imóvel, ancorado no passado, mas um agente de mudança capaz de impulsionar o desenvolvimento local em múltiplas dimensões.

Por fim, a pesquisa apresentada buscou contribuir para o entendimento dos processos de reapropriação do patrimônio alimentar no contexto do turismo cultural, destacando a centralidade dos sujeitos locais na gestão, valorização e ressignificação desse patrimônio. Reconheço, entretanto, que o estudo apresenta algumas limitações – como a brevidade das estadias em campo, na Cidade de Goiás, e a ausência de uma análise empírica mais aprofundada sobre a relação entre patrimônio cultural, turismo, consumo e desenvolvimento local –, aspecto que, em parte, procurei atenuar na reflexão aqui desenvolvida. Tal aprofundamento revela-se necessário não apenas para compreender as sinergias frequentemente exaltadas por seus entusiastas, mas também para evidenciar os conflitos, contradições e relações de poder que subjazem essa complexa relação.

## REFERÊNCIAS

1. Barbosa FAC. *Dos usos turísticos do patrimônio alimentar: formação cultural e os mercados de comida típica na Cidade de Goiás* [dissertação]. Goiânia: Universidade Federal de Goiás; 2015.
2. Gonçalves JRS. A fome e o paladar. In: Gonçalves JRS, editor. *Alimentação e cultura popular*. Rio de Janeiro: Funarte; 2002. p. 7-16.
3. Sahlins MD. O "pessimismo sentimental" e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um "objeto" em via de extinção (parte I). *Mana*. 1997;3(1):41-73.
4. Collaço JHL. Gastronomia: a trajetória de uma construção recente. In: *Anais da 29ª Reunião Brasileira de Antropologia*; 2014 Out; Rio de Janeiro, Brasil.

5. Wulf C. *Homo pictor: imaginação, ritual e aprendizado mimético no mundo globalizado*. São Paulo: Hedra; 2013.
6. Appadurai A. Introdução: mercadorias e a política de valor. In: Appadurai A, editor. *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Editora Universitária Fluminense; 2008. p. 15-88.
7. Kopytoff I. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo. In: Appadurai A, editor. *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Editora Universitária Fluminense; 2008. p. 89-123.
8. Baudrillard J. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água Editores; 1991.
9. Bessi  re J. Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociol Rural*. 1998;38(1):21-34.
10. Gonçalves JRS, organizador. *Seminário alimenta  o e cultura popular*. Rio de Janeiro: Funarte/CNFCP; 2002.
11. Maciel ME. A culinária e a tradi  o. In: Gonçalves JRS, organizador. *Alimenta  o e cultura popular*. Rio de Janeiro: Funda  o Nacional de Arte; 2002. p. 27-35.
12. Carneiro E. *Dinâmica do folclore*. São Paulo: WMF Martins Fontes; 2008.
13. Espe  tx E. Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *PasosRevTurPatrim Cult*. 2004;2(2):193-213.
14. Varine H. *As raízes do futuro: o patrimônio a serviço do desenvolvimento local*. Porto Alegre: Medianiz; 2012.
15. Tamaso IM. A expans  o do patrim  nio: novos olhares sobre velhos objetos e outros desafios. *Soc Cult*. 2005;8(2):13-36.
16. Canclini NG. O patrim  nio cultural e a constru  o imagin  ria do nacional. *RevPatrimHistArt Nac*. 1994;23:94-115.
17. Collaço JHL. Gastronomia: a trajet  ria de uma constru  o recente. *Habitus*. 2013;11(2):203-22.
18. Stavenhagen R. Etnodesenvolvimento: uma dimensão ignorada do pensamento desenvolvimentista. *Anu Antropol*. 1985;84:11-44.
19. Contreras J, Arna  z M. *Alimentación y Cultura: perspectivas antropológicas*. Barcelona: Ariel; 2005.
20. Péclat G. Empadão Goiano: expressão de práticas festivas e ecológicas. *RevFac Estácio São Goiás*. 2008;1(1):139-50.
21. Gabaccia D. What do we eat? In: Counihan C, editor. *Food in the USA: a reader*. Nova York: Routledge; 2002. p. 35-40.
22. Canclini NG. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais na globaliza  o*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ; 1999.
23. Ortêncio B. *Cozinha goiana: histórico e receita  rio*. Goiânia: Kelps; 2000.
24. Brandão CR. *Plantar, colher, comer: um estudo sobre o campesinato goiano*. Rio de Janeiro: Edi  o es Graal; 1981.
25. Chaul NF. *Caminhos de Goiás: da constru  o da decadência aos limites da modernidade*. Goiânia: UFG; 2010.
26. Delgado AF. Memória, trabalho e identidade: as doceiras da cidade de Goiás. *Cad Pagu*. 1999;13:293-325.