

Cláudia Araújo de Menezes Gonçalves Martins

UMA FLORESTA DE SABORES DA GASTRONOMIA DO AMAZONAS E SEU PAPEL NO INCREMENTO DO TURISMO

2025



Cláudia Araújo de Menezes Gonçalves Martins

UMA FLORESTA DE SABORES
DA GASTRONOMIA DO
AMAZONAS E SEU PAPEL NO
INCREMENTO DO TURISMO

EDITORA PASCAL

2025

Editor Chefe: Patrício Moreira de Araújo Filho

Edição e Diagramação: Eduardo Mendonça Pinheiro

Edição de Arte: Marcos Clyver dos Santos Oliveira

Bibliotecária: Rayssa Cristhália Viana da Silva – CRB-13/904

Revisão: Cláudia Araújo de Menezes Gonçalves Martins

Conselho Editorial

Dr^a Camila Pinheiro Nobre

Dr. Diogo Guagliardo Neves

Dr^a Aurea Maria Barbosa de Sousa

Dr^a Anali Linhares Lima

Dr. José Ribamar Neres Costa

Dr^a Ivete Furtado Ribeiro Caldas

Dr^a Marina Bezerra Figueiredo

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

M386u

Martins, Cláudia Araújo de Menezes Gonçalves

Uma floresta de sabores da gastronomia do Amazonas e seu papel no incremento do turismo / Cláudia Araújo de Menezes Gonçalves Martins — São Luís: Editora Pascal, 2025.

95 f. : il.:

Formato: PDF

Modo de acesso: World Wide Web

ISBN: 978-65-6068-140-8

D.O.I.: 10.29327/5550926

1. Gastronomia no Amazonas. 2. Alimentos. 3. Pesquisa científica no Amazonas. 4. Turismo. I. Martins, Cláudia Araújo de Menezes Gonçalves. II. Título.

CDU: 641.5:001.891+338.48(81-2AM)

Qualquer parte deste livro poderá ser reproduzida ou transmitida, sejam quais forem os meios empregados: eletrônicos, mecânicos, fotográficos, gravação ou quaisquer outros, desde que seja citado o autor.

PREFÁCIO

É com imensa satisfação que apresento esta obra que convida o leitor a mergulhar nos aromas, cores e sabores da floresta amazônica, revelando a riqueza da culinária do Amazonas não apenas como expressão cultural, mas como um valioso ativo para o fortalecimento do turismo na região. Em *Uma Floresta de Sabores da Gastronomia do Amazonas e seu Papel no Incremento do Turismo*, somos guiados por um percurso que começa na contextualização histórica do estado, percorre a construção identitária de seu povo e chega à singularidade de seus pratos típicos.

Ao longo dos capítulos, o leitor encontrará reflexões sobre a relação entre cultura, identidade e gastronomia, além de análises da atividade turística no estado e da força da cozinha amazonense como elemento diferencial na promoção do destino Manaus-AM. O Mapa Gastronômico do Amazonas, apresentado com cuidado e sensibilidade, destaca as delícias únicas de cada região.

Como coroamento dessa jornada sensorial, a obra nos brinda com receitas icônicas como tambaqui na brasa, tacacá, pirarucu de casaca, vinagrete amazônico e jaraqui frito — verdadeiras expressões da alma amazônica servidas à mesa.

Este livro é um convite ao reconhecimento da gastronomia como ponte entre saberes ancestrais e desenvolvimento sustentável, entre tradição e inovação. Uma leitura saborosa e instigante, para estudiosos, profissionais do turismo e todos que desejam descobrir os encantos do Amazonas por meio de sua culinária.

Boa leitura — e bom apetite!

Prof. Eduardo Mendonça Pinheiro

Doutor em Agroecologia

Universidade Estadual do Maranhão

AUTORA



Cláudia Araújo de Menezes Gonçalves Martins

Doutora em Turismo e Hotelaria (2022), Mestre em Gestão de Negócios Turísticos (2002), Turismóloga (1998). Professora Adjunta da Universidade do Estado do Amazonas do Curso de Turismo, sendo responsável pelas disciplinas de Teoria Geral do Turismo I e II, Planejamento Turístico Regional e Planejamento e Organização do Turismo, sendo orientadora de projetos de pesquisa na área de Planejamento e Organização do Turismo, Eventos e AB/ Gastronomia e Pesquisadora da área de Eventos desde 1998 e hoje aliando a Gastronomia do Amazonas. Coordenadora Pedagógica do Curso de Pós-graduação Lato Sensu em Gestão e Produção de Eventos da UEA(2012-2022). Coordenadora Geral Lato Sensu da Escola Superior de Artes e Turismo (2018-2022). Membro Docente do Conselho Universitário da Universidade do Estado do Amazonas - UEA (2022-2023/2024-2025). Coordenadora do Núcleo de Eventos (PROEX) da Universidade do Estado do Amazonas. Coordenadora Geral do Curso de Tecnologia em Alimentos - Presencial Modular - Manicoré, Eirunepé, Rio Preto da Eva e Boca do Acre..

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1.1 Contextualização do Tema	9
1.2 Definição do problema da Pesquisa.....	11
1.3 Objetivos.....	11
1.3.1 Objetivo Geral.....	11
1.3.2 Objetivos Específicos.....	12
1.4 Justificativa	12
REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1. Identidade, Cultura e Gastronomia e as investigações científicas	15
2.2 Identidade e Identidade gastronômica.....	18
2.3 Cultura e Patrimônio Cultural Imaterial.....	19
2.4 Gastronomia como elemento diferencial para o turismo	20
2.5 Identidade, Cultura e Gastronomia do Amazonas.....	23
2.6 Amazonas – Contextualização histórica.....	24
2.6.1 A atividade turística no Estado do Amazonas – Fatos relevantes na história da Gestão Pública do Turismo.....	24
2.6.2 Mapa Turístico do Amazonas.....	31
RESULTADOS.....	37
3.1 Síntese dos Resultados	38
3.2 Resultados quanto aos objetivos.....	42
3.2.1 Conhecer a formação identitária gastronômica e os pratos típicos e regionais do estado do Amazonas.....	44
3.2.2 Análise junto aos stakeholders – Agentes de Viagens, Meios de Hospedagem, Guias de Turismo e Operadores da Gastronomia do Amazonas como elemento cultural na formação do produto turístico do Amazonas.....	45
3.2.3 Identificação da potencialidade da gastronomia do Amazonas como lemento diferencial na oferta turística do destino Manaus- AM.....	51
4.2.4 Mapa Gastronômico do Amazonas – Regiões e seus sabores.....	53

CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
<i>Reflexões sobre as não-respostas</i>	59
REFERÊNCIAS	61
RECEITAS IDENTITÁRIAS DA GASTRONOMIA DO AMAZONAS	71

Uma floresta de sabores da gastronomia do Amazonas e seu papel no incremento do turismo



INTRODUÇÃO

*“Chega a dar água na boca
quando eu começo a lembrar
de uma boa caldeirada
de branquinha, de cará,
de bodó, acari-pedra,
tucunaré, tamuatá.
Ainda na caldeirada
o gostoso tambaqui,
a pescada no salpreso,
a joaninha, o jaraqui
só com farinha e pimenta
malagueta ou murupi...”*
CELDO BRAGA, Peixes

Nesta seção, será contextualizado o tema, apresentada a motivação do problema de pesquisa, os objetivos, geral e específicos, bem como a justificativa, que revela o ineditismo da investigação científica. Apresenta-se o estado da arte da temática e se desvelam os mais variados segmentos e possibilidades em que a atividade turística, relacionada à gastronomia, pode ser explorada comercialmente.

1.1 Contextualização do Tema

Conectados com as transformações da atualidade, o Turismo e a Gastronomia estão crescentemente mais vinculados aos comentários, indicações, sugestões e recomendações disponíveis em redes sociais, a partir das avaliações e experiências locais relatadas por seus usuários, não mais apenas por relatos diretamente pessoais sobre os espaços e as ofertas gastronômicas.

Dentre os fatores que contribuem para a concretização de uma viagem turística, está a cultura local. Conhecendo a realidade de uma localidade, pode-se identificar as raízes culturais dos antepassados que ali também viveram e a maneira como se desenvolveram até os dias atuais.

A atividade turística, cada vez mais segmentada, exige que o destino ofereça diferenciais de qualidade nos produtos ofertados. Os turistas, de modo geral, buscam experiências em função de seus interesses, o que não é diferente para o turismo cultural que, por sua vez, visa a diversos segmentos, tais como: os patrimônios históricos, as artes, as visitas aos museus, templos religiosos, os festivais e, sobretudo, as atividades vinculadas às indústrias culturais e criativas, como o turismo artesanal, o cinematográfico, o turismo de idiomas, turismo literário e o turismo gastronômico (BARBOSA, 2016).

Como afirma Coelho-Costa (2009), o turismo cultural compreende viagens de busca: de conhecimento através do legado cultural; interação com comunidades e lugares; das curiosidades de um povo (lendas, mitologias, costumes, receitas típicas etc.) que mostram a identidade cultural do local em visita.

Além disso, Marujo (2005) aponta o Turismo, em sua complexidade e multiplicidade, afetar as pessoas e os locais de um país ou região. Portanto, ele envolve a localidade e

busca contemplar a sua população, com a melhoria da qualidade de vida. Por ser um dos setores mais importantes da economia mundial, gerador de emprego e renda, oportuniza novos negócios e incrementa a produção de bens e serviços.

O movimento de pessoas amplia as possibilidades de desenvolvimento nos lugares pelos benefícios proporcionados, tanto aos turistas, quanto à população de origem. Assim, fomenta maior envolvimento entre a região e seus atrativos, assim como a efetiva oferta turística.

No Amazonas, ainda é incipiente o estudo da cultura, em relação à identidade local e à gastronomia, não sendo conhecido o real impacto dessa atividade para o Turismo. Nesse contexto, ressalta-se que no aspecto econômico nacional, segundo Oliveira (2019), o setor gastronômico representa 7,9% do Produto Interno Bruto (PIB) e é responsável por 6,59 milhões de empregos. Os quais estão alocados nos mais variados tipos de serviços e produtos utilizados e consumidos pelos turistas nos destinos escolhidos para a viagem.

Entre janeiro e setembro de 2019, o turismo brasileiro ultrapassou a marca de R\$ 112 bilhões em faturamento, o que representou um aumento de 3,9% em comparação com o mesmo período do ano anterior. Os dados foram levantados pela Fecomércio SP, em parceria com o IBGE, e revelados durante a primeira edição do *Travel & Lifestyle Summit*, realizado em São Paulo (BUONO, 2019).

A partir do mesmo levantamento, aponta-se que os setores envolvidos no Turismo são: transporte de passageiros, agências de viagens, cultura e lazer, hospedagem e a alimentação, sendo o último responsável por 67% de participação e com geração de 1.981.951 empregos formais.

Segundo a Empresa Estadual de Turismo do Amazonas (Amazonastur), houve um incremento de 2,95% no volume de turistas em 2019, quando comparado ao primeiro semestre de 2018, em que o estado recebeu 335 mil turistas (MOTA, 2019).

A cadeia produtiva, integrada à atividade turística, envolve vários elementos conectados à oferta de produtos e serviços de qualidade. Mas, para que esses números sejam favoráveis para a economia local, é necessário que o destino esteja devidamente preparado para receber os turistas, movimentando e conectando os segmentos que a cidade oferece.

Nessa direção, o planejamento de atividades de forma ordenada e o suporte de políticas públicas que favoreçam o desenvolvimento dessa modalidade são fundamentais. Por conseguinte, a organização dos produtos turísticos locais, de forma a complementar a oferta do destino, só vem a contribuir para o incremento do sucesso e da qualidade dos serviços.

Ciente de que apenas a cultura de mercado não dá conta de apreender a essência do fenômeno turístico – especialmente porque a relação visitantes e visitados “exerce uma pressão crescente sobre a produção da subjetividade social, o ecossistema, o modo estético, a herança cultural, existentes nas localidades, gerando agenciamentos possíveis de resignificação junto à realidade [...]” (BENI; MOESCH, 2017) –, considera-se o Turismo como processo humano capaz de ultrapassar o mero entendimento em função de um sistema econômico.

Há, no conjunto das atividades, processos singulares que resignificam as sociedades, quanto a aspectos culturais e ao modo de vida. Desse modo, esta tese abordou questões sobre a identidade, a cultura e a gastronomia do estado do Amazonas, sob a ótica de que esses três elementos integrados, de forma planejada e estratégica, estruturam bases socioantropológicas diferenciais ao Turismo brasileiro.

1.2 Definição do problema da Pesquisa

Existem poucos estudos desenvolvidos no âmbito da relação entre Turismo e Gastronomia como atrativo, recurso ou elemento turístico, sendo esse um dos aspectos menos estudados e que tradicionalmente ocupava lugar secundário para os profissionais das referidas áreas.

Do ponto de vista acadêmico, ao abordarem a gastronomia como um assunto, os estudos geralmente omitem os aspectos culturais e sociais dessa importante questão econômica e comercial. De maneira similar, o mesmo ocorre quanto à área de alimentação, em específico. Nesse contexto, ainda hoje, a relação entre turismo e gastronomia permanece periférica (MEDINA XAVIER; TRESSERAS, 2018).

Analisando as teses produzidas, não foram encontradas produções científicas que abordem a gastronomia do Amazonas, o que implica terreno amplo de pesquisa, tendo em vista a riqueza de sabores que existem no referido estado. Portanto, há uma floresta gastronômica a ser conhecida, pois foi pouco experimentada como um dos elementos diferenciais para a composição do seu produto turístico.

As pesquisas acadêmicas em Turismo observam a gastronomia como um fator motivacional ou de atratividade diferencial para um destino ou localidade turística. Além de explorá-la como um elemento do sistema turístico, que pode contribuir para a experiência do turista, quando agregada à cultura.

A gastronomia tem, portanto, um papel particularmente importante a desempenhar, não apenas porque a comida é um dos elos centrais na experiência do turista, mas porque se tornou uma relevante fonte de informação da identidade nas sociedades pós-modernas (RICHARDS, 2002).

Assim, o problema de pesquisa está centrado no desafio de responder ao seguinte questionamento: Como evidenciar a gastronomia do Amazonas como elemento identitário cultural, agregado ao produto turístico amazonense?

A gastronomia envolve questões de identidade da cultura local que, organizada como produto, pode complementar e diferenciar o destino, ou localidade turística, tal como a natureza, o modo de vida e os patrimônios históricos.

Desse modo, as localidades devem ter atrativos autênticos e diferenciados para motivar o turista a fazer a viagem, conhecendo a cultura local, sua hospitalidade, oferecendo sua beleza natural ou artificial, mas sem descuidar dos preceitos da sustentabilidade e da qualidade, que englobam a geração de emprego e renda para a população local.

A diversificação, intensificação e articulação desses produtos podem ser basilares para a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos destinos. No entanto, não foram encontradas pesquisas no Amazonas relacionando Gastronomia e Turismo, enquanto elemento diferencial para a diversificação do produto turístico, complementando os atrativos locais, de forma a contribuir para a gestão do destino Amazonas.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Correlacionar a identidade e a cultura amazonenses com sua culinária, como base de uma oferta gastronômica diferenciada para o turismo local.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Relacionar identidade, cultura e gastronomia no Amazonas, como diferencial para a atividade turística do lugar;
- Identificar as matérias-primas utilizadas nas preparações culinárias e que representam os sabores do estado do Amazonas;
- Propor um mapa gastronômico como aporte para o produto turístico do Amazonas.

1.4 Justificativa

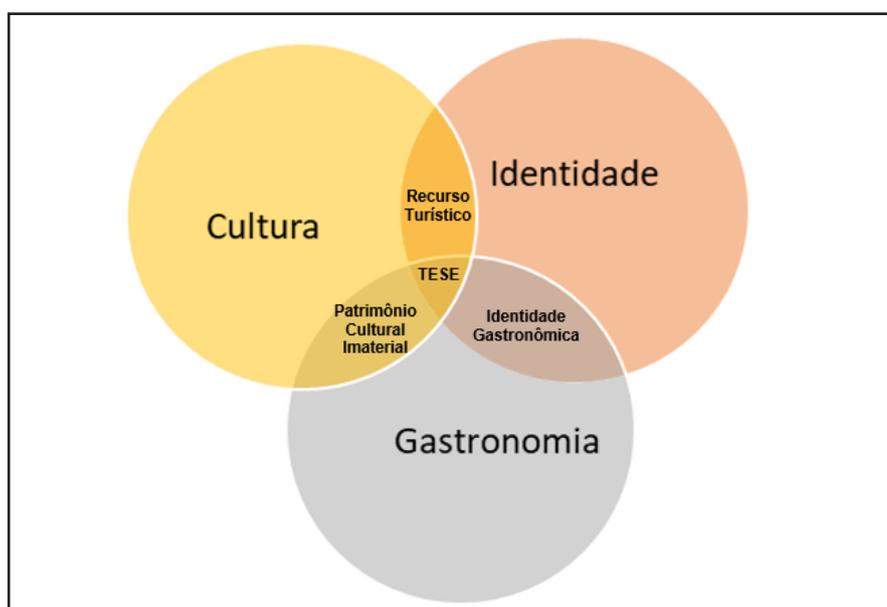
A Amazônia é um lugar cujas potencialidades para o Turismo ainda são pouco exploradas, o que instiga o imaginário das pessoas. O estado do Amazonas detém a maior extensão territorial da floresta amazônica, evidenciando uma ampla possibilidade de atividade turística, que, no entanto, ainda precisa desenvolver o aproveitamento equilibrado do seu potencial.

Em relação ao planejamento turístico do destino Amazonas, não se tem até o momento um real diagnóstico das potencialidades de cada setor, que descreva detalhadamente o sistema turístico, a fim de incrementar a atividade no estado. No que tange à Gastronomia, não há uma comida tipicamente manauara, mas sim uma comida regional, que agrega vários insumos dos mais diversos lugares, resultado da imigração de povos longínquos que aportaram aqui e formaram a sociedade local.

A tese é que a gastronomia do Amazonas é rica em sabores, mas pouco explorada como um dos elementos culturais que compõem sua atividade turística. Entretanto, as pesquisas acadêmicas em Turismo observam a Gastronomia como um fator motivacional ou de atratividade de uma localidade e não como um elemento do sistema turístico que pode contribuir positivamente para a experiência do turista, quando agrega a Cultura e o Turismo.

A contribuição deste trabalho visa à inter-relação entre Turismo, Cultura e Gastronomia no Amazonas, tendo em vista o número limitado de pesquisas com tais delimitadores. A Figura 1 apresenta um esquema das contribuições que se pretende estruturar.

Figura 1 – Contribuição da Teses



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

O mercado turístico, com sua personalização de serviços para atender diferentes gostos e aspirações, inclui a Gastronomia entre os atrativos. A qual é vista como um produto/atrativo que legitima a representação da identidade local, por meio dos seus alimentos e bebidas típicas (COELHO-COSTA, 2009). Para tanto, o mercado local deve estar estruturado para a oferta gastronômica como um real produto turístico.

A junção das áreas Identidade, Cultura e Gastronomia são tomadas como categorias principais para a compreensão das subáreas – Identidade Gastronômica, Patrimônio Cultural Imaterial e Gastronomia como elemento turístico – pesquisadas em bases nacionais e internacionais.

Dessa forma, a presente pesquisa torna-se inédita, não apenas para o setor da Gastronomia, mas para o setor de gestão do Turismo, especialmente no planejamento turístico do destino em foco, o estado do Amazonas.

Neste sentido, a gastronomia amazonense será caracterizada com vistas a apresentar um setor que é pouco visto na gestão do turismo local, evidenciando sua importância para a atividade turística no estado. A proposta será o centro da contribuição teórica da tese, que visa à facilidade da aplicação em outras localidades e, conseqüentemente, o fortalecimento do elemento gastronomia no sistema turístico local.

A escolha para aprofundar os estudos sobre a gastronomia do Amazonas, como um elemento cultural e recurso turístico, considerou as lacunas encontradas acerca do adensamento do tema. Pesquisas iniciais ressaltaram que há muitos trabalhos sobre a gastronomia como atrativo, sobre a percepção e motivação de viagens como elemento cultural que atrai visitantes (LOPEZ-GUZMAN et al., 2018), mas poucos consideram-na um elemento do sistema turístico.

As percepções em relação ao tema serão aprofundadas com a discussão do referencial teórico, mas de antemão se constata que “A gastronomia, sem dúvida, está ganhando terreno como atração, tanto para residentes como para turistas. Não só nutre o corpo e o espírito, mas faz parte da cultura dos povos” (SCHLÜTER, 2003, p. 89).

Aclarar sobre a riqueza cultural pela ótica da gastronomia contribuirá para o incremento da experiência turística no Amazonas e, conseqüentemente, o produto turístico do estado será potencializado. O território do estado do Amazonas está contido dentro da grandiosidade da floresta amazônica, presente em todos os 62 municípios que o compõem, irrigada com a maior bacia hidrográfica do mundo. Com vistas a representar tais características, ao intitular a tese, trouxemos a linguagem poética, a nossa floresta de sabores.

Uma floresta de sabores da gastronomia do Amazonas e seu papel no incremento do turismo



REFERENCIAL TEÓRICO

*“Cuiú-cuiú no guisado
é um prato especial.
Melhor só pirarucu
que não conhece rival,
assado, frito, cozido,
é o peixe preferido,
fresco ou curtido no sal.
Feito de várias maneiras,
piramutaba, bacu,
pirarara, peixe-lenha,
braço-de-moça, jejú;
sarapó, só bem assado;
e se for bem preparado
há quem coma até muçu...”*
CELDO BRAGA, Peixes

Neste capítulo, apresentamos os estudos que inspiraram e deram apoio para a investigação. Apresentaremos o levantamento realizado sobre Identidade, Cultura e Gastronomia como objetos de pesquisa, para elaborar o estado da arte. Na sequência, apresenta-se o resultado das pesquisas relacionadas com a identidade gastronômica. Em seguida, apresentamos uma discussão a respeito dos estudos acadêmicos relacionados às práticas do turismo cultural e seu patrimônio cultural imaterial. Por fim, será feito um debate a respeito dos principais aspectos relacionados à gastronomia como um atrativo e recurso turístico e sua relação com a atividade turística.

Finalizando a segunda parte deste capítulo, será realizada uma discussão a respeito das pesquisas relacionadas à culinária e a gastronomia do Amazonas, a formação do estado, bem como as contribuições dadas pelos povos que o escolheram como lugar de morada.

2.1. Identidade, Cultura e Gastronomia e as investigações científicas

Serão apresentados os principais resultados da pesquisa empreendida em busca de trabalhos científicos que tratam dos temas Identidade, Cultura e Gastronomia. A partir disso, busca-se uma discussão acerca dos referidos assuntos.

Para iniciar, foram verificadas as compatibilidades com os termos em língua portuguesa. Buscou-se o aprofundamento em outros vocábulos de mesmo significado em língua inglesa, *“identity”*, *“culture”* e *“gastronomy”*, para que houvesse maior compreensão acerca das publicações científicas. Dessa forma, para o termo *“Identity”*, elencou-se o subtermo *“Gastronomic Identity”* ou *“Gastronomy Identity”*, proporcionando assim maior amplitude de resultados, bem como o termo *“Tourist Resource”*, na base de dados EBSCO.

Foram realizadas também quatro buscas distintas, combinando os termos *“identity”* AND *“gastronomy identity”* OR *“gastronomic identity; “culture”* AND *“intangible cultural heritage”*. Todos foram pesquisados como palavras-chave da busca booleana, conforme demonstrado com o Quadro 3.

Quadro 3 – Total de artigos pesquisados na base de dados EBSCO

APLICAR ASSUNTOS EQUIVALENTES		Identity AND Gastronomic/ Gastronomy Identity	Culture AND Intangible Cultural Heritage	Gastronomy AND Tourism Re- source	Gastronomic Identity AND Intangible Cul- tural Heritage AND Tourism Resour- ce
LIMITADORES	Texto completo	58	308	41	0
	Revistas Acadêmicas (Analisadas por Especialistas)	40	275	40	0
	Periódicos Científicos	33	193	36	0
	Periodização	2000-2019	2010-2019	2002-2020	0
	Período 2010-2020	38	158	31	0

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Após o levantamento realizado, determinou-se as variáveis a serem analisadas na base de dados: ano de publicação e assunto. A respeito da primeira, foi verificado tanto o período de produção sobre o tema, como a quantidade de publicações, determinando um período de 10 anos (2010-2020). Vale destacar que alguns termos apresentaram publicações somente após 2011 e outros somente até 2019.

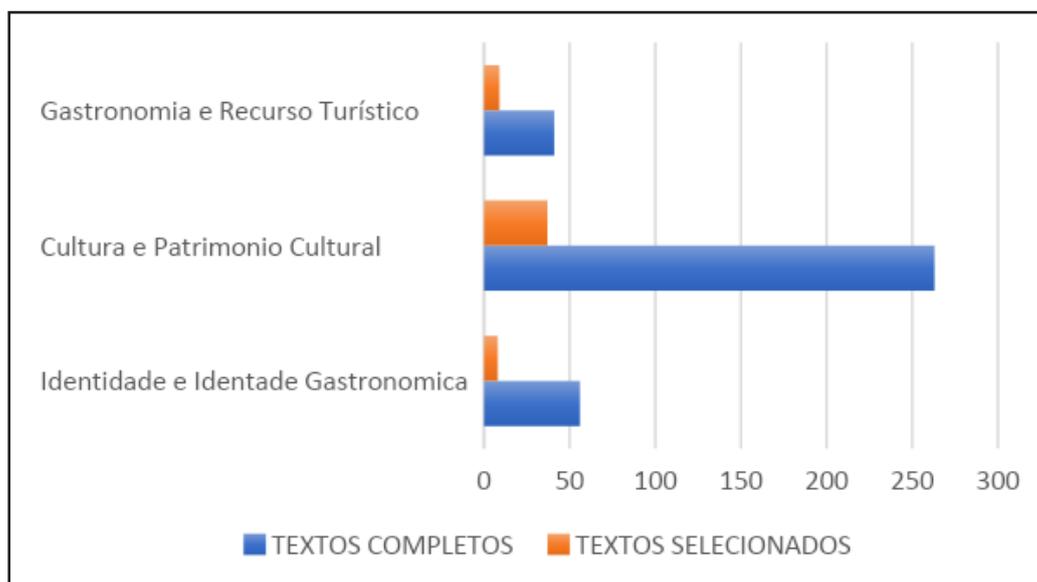
No que se refere aos termos Identidade e Identidade Gastronômica, a busca resultou em 58 textos completos, distribuídos em diversos tipos de documentos, dentre eles: revistas acadêmicas, periódicos científicos, publicações comerciais, revistas, notícias e livros. Com o intuito de limitar a pesquisa a fins científicos, optou-se pelas revistas acadêmicas (analisadas por especialistas), resultando em 8 artigos, dos quais 7 produções são específicas ao tema do trabalho. Tais artigos foram analisados em relação direta com os objetivos, a metodologia proposta e os resultados esperados, bem como utilizados neste referencial teórico.

Sobre a combinação dos termos Cultura e Patrimônio Cultural Imaterial, obteve-se o resultado de 263 textos completos, distribuídos em diversos tipos de documentos, dentre eles: revistas acadêmicas, periódicos científicos, publicações comerciais, revistas, notícias e livros. Para atender aos objetivos científicos da pesquisa, também se optou pelas revistas acadêmicas, resultando em 193 artigos. Devido a esse número elevado, refinou-se a busca através da análise do Thesaurus, chegando-se a 37 trabalhos acadêmicos relacionados ao estudo. Após a análise desses, verificou-se que dois estavam escritos em mandarim, o que impossibilitou a tradução e leitura, implicando a eliminação de ambos.

Quanto à análise das publicações sobre Gastronomia e Recurso Turístico, o resultado da pesquisa foi de 41 textos completos, distribuídos em diversos tipos de documentos, dentre eles: revistas acadêmicas, periódicos científicos, publicações comerciais, revistas, notícias e livros. Optando-se pelas revistas acadêmicas, chegou-se ao resultado de 40 artigos, dos quais apenas 9 têm relação com o tema geral da tese.

Diante da busca e da posterior análise dos resultados obtidos, apresentamos o Gráfico 1:

Gráfico 1 – Levantamento bibliográfico das categorias de análise



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

No Quadro 4 estão listados os autores, apresentando-se os principais que balizaram esta pesquisa e que estão em conformidade com os temas relacionados da seguinte maneira: identidade, cultura; gastronomia; identidade gastronômica; patrimônio cultural imaterial; recurso turístico.

Quadro 4 – Temas abordados nos artigos científicos e principais autores

TEMAS	PRINCIPAIS AUTORES
Identidade e Identidade Gastronômica	BOND e FLAK (2013); HOOGENDOORN e VISSER (2012); LIBERATO, MENDES e LIBERATO (2020); MARINE-ROIG(2015); RABIROWSKA (2009); BARBOSA (2016); BONA (2013); FERNÁNDEZ-POYATOS, AGUIRREGOITIA-MARTINEZ e RÁBAGO (2019); FERREIRA e OLIVEIRA (2019); HARRINGTON (2005); JORCANO (2019); KESIMOGLU (2015); MARINE-ROIG, FERRER-ROSELL, DARIES e CRISTOBAL-FRANSI (2019); MARTINS e RAMOS (2017); DE SOUZA MONTEIRO et al. (2019); NICOLOSI; LAGARA; CORTESE e PRIVITERA (2018); OJO(2018); ONDIEKI, KONUT, GATOBU e WAMBARI(2017); RIBEIRO, ANDRADE e BRAGHINI (2014); KORMANN DA SILVA, GOULART ROCHA e AMARAL(2015); SILVA, FRANCISCO e THOMAZ (2010); SMARANDA (2017); VIVEIROS, MONIZ e MENDES (2017); YOUN e KIM(2017); ONDIEKI, KOTUT, GATOBU e WAMBARI (2017); VASILESKA (2010).
Cultura e Patrimônio Cultural Imaterial	ELLIS, MCCULLOUGH, WALLENDORF e TAN (1985); MENEZES, (s.d.); YILMAZ, ONCEL e YOLAL (2018); BLAPP, MITAS (2018); CAMPOS(2013); CERAMELLA (2012); DE LA PUENTE, MARTINES e SPITALE (2012); GABRIELLI e SANTOS (2015); KOHYAMA (2015); MADARIAGA e ASECIO (2019); MULLER, AMARAL e REMOR (2011); NYAUPANE e ANDERECK (2014); PUSTINA (2016); QUI, ZHENG, XIANG e ZHANG (2019); RADOSAVLJEVIC e CULAFIC (2019); RICHARDS(2002); RKHALID CHOWDHURY(2017); SANTILI (2015); SHI, ZHU e YANG; LI (2015); SIMOES e VOISIN (2011); TRESSERRAS (2013); VILLACIS-MEJÍA, TORRES-MATOVELLE, PONS-GARCIA e TANDA-GARCIA (2016); VIVEIROS, MONIZ e MENDES (2017); XAVIER MEDINA (2017); HUSSAIN, LEMA e AGRUSA (2012); MORAIS(2011); PALMER, COOPER e BURNS (2010); SANTOS e OLIVEIRA (2017).

Gastronomia e Recurso Turístico	BARRÉRE, BONNARD e CHOSSAT (2014); BELTRAN, LOPES-GUSMAN e SANTA-CRUZ (2016); BERBEL-PINEDA, PALACIOS-FLORENCIO e RAMIREZ-HURTADO (2019); BROKAJ (2014); CHANG e MAK (2011); CHOE e KIM (2018); COHEN e AVIELI (2004); COSTA e SANTOS (2015); COUGHLAN e SAAYMAN (2018); CRUZ, CARRION e CRUZ (2017); ALONSO, KOK e O'BRIEN (2018); FERIA-VELAZQUEZ e CALZADA-LLANOS (2017); FERRO (2013); FRANCO, FRANCO, MEJIA e LÓPEZ (2017); FRANZONI (2016); FUSTÉ-FORNÉ e CERDAN (2020); GAMBUS (2015); GARCIA e PEREA (2019); GREY e NEWMAN (2018); GUZEL, e APAYDIN (2016); HARRINGTON e OTTENCACHERS (2010); HENDERSON (2009); HENRIQUES e CUSTODIO (2010); HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, DI-CLEMENTE e LOPES-GUZMAN (2015); HU (2010); JIMÉNEZ-BELTRÁN, LÓPEZ-GUZMÁN e SANTA CRUZ (2016); JUNQUEIRA, ANJOS e GONZALEZ (2019); KISS, SZIVA e KISS (2017); KLINE, LEE e KNOLLENBERG (2018); KOZLOWSKA (2019); KRAUSE e BAHLS (2013); LANDA (2018); LEME (2019); LÓPEZ-GUZMÁN; DI-CLEMENTE e HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN (2014); LÓPEZ-GUZMÁN e JESUS (2011); LÓPEZ-GUZMÁN, LÓPEZ; GÁLVEZ e ÁLVAREZ (2017); LOPEZ-GUZMAN, NARANJO e PEREZ-GALVEZ (2018); FORGAS, MAJÓ e MUNDET (2020); FRANCO, FRANCO; MEJIA e LÓPEZ (2017); FRANZONI (2016); FUSTÉ-FORNÉ e CERDAN (2020); GAMBUS (2015); GARCIA e PEREA (2019); GREY e NEWMAN (2018); GUZEL e APAYDIN (2016); HARRINGTON e OTTENCACHERS (2010); HEGARTY (2011); HENDERSON (2009); HENRIQUES e CUSTODIO (2010); HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, DI-CLEMENTE e LOPEZ-GUZMAN (2015); JIMÉNEZ-BELTRÁN, LÓPEZ-GUZMÁN e SANTA CRUZ (2016); MARUJO (2017); MARTINS, GURGEL e MARTINS (2016); MEDEIROS e PASSADOR (2010); MELO (2015); MINASSE (2020); MOLINA (2016); MULLER (2010); NEBIOGLU (2020); NEILL, POULSTONS, HEMMINGTONS, HALL e BLISS (2017); NETO (2011); OLIVEIRA e KATO (2015); OLIVEIRA e KATO (2018); OTTENBACHER, HARRINGTON, FAUSER e LOEWENHAGEN (2016); GIMENES-MINASSE (2015); RACHAO, BREDÁ, FERNANDES e JOUKES (2018); RIBEIRO (2014); RICHARDS (2018); RINALDI (2017); RUBIM e REJOWSKI (2013); SÁNCHEZ-CANIZARES e LÓPEZ-GUZMAN (2011); SANTILLI (2015); SANTOS e BASTOS (2016); FORGAS-SERRA, FERNANDEZ e CERDAN (2019); SARI e NAZLI (2019); SCARPATO (2002); SCARPATO (2020); SOLUNOGLU (2019); SOROKINA (2016); STASIAK (2015); SYMONS (2002); TITIL, KPCATEPE e OPAR (2017); TRENTIN e MARTINS (2017); TORRES (2017); TRESSERAS e XAVIER MEDINA (2007); TRICARICO e QUAGLIASGANZETTA (2018); RIBEIRO-MARTINS, e SILVEIRA-MARTINS (2018); VALDEZ e FONTECHA (2017); WONG, LIU, LI, WU, LU e LAW (2019); WU; LIN, WALL e XIE (2020); YUN, HENNESSEY e MACDONALD (2011); ZHANG, LI, YANG e ZHANG (2018); ZORAN e COELHO (2011).
------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Adaptado pela autora, a partir da Base de Dados EBSCO, 2020.

Após a pesquisa na base de dados EBSCO, verificou-se que as produções relacionadas às temáticas referidas são provenientes de países como Espanha, África do Sul, Peru, Itália e Brasil. Em sua maioria, não estão associadas à metodologia qualitativa, a qual visa a uma maior interpretação dos pesquisadores acerca da relação da Gastronomia com o meio onde está inserida.

2.2 Identidade e Identidade gastronômica

As tradições e costumes de um povo retratam sua identidade, a qual pode apresentar elementos agregados, por ser formada pelos nativos e também por imigrantes, que em novas paragens aportam. Da mesma forma que as características fenotípicas e de vestimenta podem identificar as pessoas de uma localidade, a culinária se apoia em elementos ambientais e culturais do povo, composta por uma “combinação de cores, aromas, texturas e sabores, que possam surgir a partir de técnicas e tecnologias culinárias originalmente estabelecidos [e] na produção textual de livros de receitas” (AYORA-DÍAZ, 2010, p. 399).

Neste mesmo sentido, a gastronomia é o refinamento do cânone culinário regional pelos restaurantes, como uma tradição cunhada regionalmente com uma disposição cosmopolita, um fenômeno essencialmente contemporâneo (AYORA-DÍAZ, 2010).

Gândara (2009, p. 180) entende identidade como uma representação do meio social, cuja formação de cada ser – somada entre si e recebendo influências do ambiente –, proporciona memórias coletivas, tradições, hábitos, costumes, fazeres rotineiros e demais manifestações imateriais que identificam e diferenciam um grupo do outro (2009, p. 180).

Assim, o modo de agir, de vestir, de falar e de se alimentar corresponde ao modo de ser de um grupo social e representa sua identidade, aqui entendida como uma particularidade da cultura de uma comunidade e de suas representações, identificando-a e individualizando-a.

Hall (2006) sugere que toda identidade é móvel e pode ser redirecionada, indicando a possibilidade de se utilizar o termo “identificação” ou a expressão “processo identitário” para compreender de maneira mais significativa as representações que formam (e transformam) as culturas, os sujeitos e os espaços. Dentre as inúmeras concepções de identidade, consideramos, para efeito de discussão, a identidade territorial (cultural).

Em relação à identidade gastronômica, Montanari (2008) faz uma analogia entre comida e linguagem, quando trata da identidade de um povo. Assim como a língua falada, o sistema alimentar contém e transporta a cultura de quem a vivencia, é depositário das tradições e da identidade de um grupo. Constitui, portanto, um extraordinário veículo de autorrepresentação e de troca cultural: é um instrumento de identidade, mas também a primeira maneira de entrar em contato com culturas diversas, uma vez que comer a comida dos outros é mais fácil – pelo menos aparentemente – que decodificar sua língua.

A alimentação, organizada como uma cozinha, torna-se um símbolo de uma identidade, atribuída e reivindicada, por intermédio da qual as pessoas podem se orientar e se distinguir. Mais do que hábitos e comportamentos alimentares, as cozinhas implicam formas de perceber e expressar um determinado “modo” ou “estilo” de vida particular de um determinado grupo (MACIEL, 2004).

2.3 Cultura e Patrimônio Cultural Imaterial

A alimentação, enquanto uma das representações culturais da sociedade relacionada ao seu espaço, faz parte dos aspectos capazes de demarcá-lo como seu território. Como observa Claval (2001, p. 109): “maneiras de se alimentar, de comer, se sentar, de vestir, ritmos e horários integram um leque de códigos que caracterizam uma cultura”.

O turismo cultural é motivado por esta busca de conhecimento, de interação com outras pessoas, com costumes, tradições e hábitos diversos encontrados em seu local de destino. Como observa Fagliari (2005), o turista também busca na refeição realizada fora do ambiente doméstico uma fonte de prazer e de relacionamento com a localidade visitada, uma forma de interação cultural.

O Turismo utiliza a alimentação regional como um dos elementos em suas atividades (CORNER, 2003). A alimentação se mostra um elo fundamental na prática da atividade, tanto com relação ao ato convencional de se alimentar, cujo objetivo é a nutrição do visitante, quanto pelo fato de oferecer produtos alimentares regionais como parte integrante do patrimônio cultural dos povos (FAGLIARI, 2005; SCHLÜTER, 2003).

Em ambas as maneiras de se atender ao turista, o setor de alimentação se destaca,

graças à sua importância na geração de recursos para a comunidade e na prestação de serviços ao turista (MASCARENHAS; GÂNDARA, 2015).

Interessante destacar que os processos de homogeneização cultural e da alimentação costumam encontrar resistências, movimentos de afirmação da identidade que, no terreno alimentar, podem concretizar-se na recuperação das variedades de pratos típicos locais e com sabores específicos.

Assim, surge a consciência da tradição culinária, a revalorização dos sabores tradicionais, as recuperações dos produtos e pratos em processo de desaparecimento ou que já desapareceram, juntamente com o reconhecimento de que a cozinha constitui um patrimônio cultural importante e deve ser preservada por razões ecológicas e culturais (HERNANDEZ, 2005).

Inicialmente, o patrimônio esteve concentrado em bens materiais, sobretudo no patrimônio arquitetônico. Porém, a partir da década de 1970, passa-se a abranger o patrimônio cultural outro conceito mais amplo e intangível, que levou as sociedades a reconhecerem o que se entende como Patrimônio Cultural Imaterial. O qual é transmitido de geração em geração, constantemente recriado pelas comunidades e grupos, em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade, contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana (UNESCO, 2003).

Dentro desse contexto, entende-se por Patrimônio Cultural Imaterial as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – junto a instrumentos, objetos, artefatos e lugares a eles associados – cujas comunidades, grupos e, em alguns casos, indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural (COSTA; SANTOS, 2015).

2.4 Gastronomia como elemento diferencial para o turismo

Considerando a construção dessa abordagem e o contexto desta pesquisa, é necessário conceituar alimentação, comida, alimento, cozinha, culinária e gastronomia. Para tanto, busca-se aporte em Costa; Santos (2015), Barceló (2007), Lima (2005), Lody (2008) e Bahls; Añaña; Krause (2017).

A alimentação como linguagem trata materialmente de dimensões simbólicas e sociais, coloca as expressões alimentares – como as cozinhas – enquanto formas de comunicação (COSTA; SANTOS, 2015). Na esteira do simbólico, a Gastronomia é, para além de simples arte culinária, patrimônio cultural (ANTONINI, 2003). É também um importante veículo da cultura popular, ao mesmo tempo em que possibilita a percepção a respeito da forma como vivem os habitantes de cada região, numa dada época.

Falar sobre gastronomia nos leva a um mundo de sabores e saberes. Talvez não dê para separar a história da gastronomia da própria história do ser humano (CHIACHIRI FILHO, 2008). A gastronomia faz parte da história cultural, social, ambiental, sustentável e econômica das nações e de seu povo. Isso ocorre porque revela o estilo de vida das diferentes regiões geográficas, tradições nas áreas rurais e a modernidade nas áreas urbanas, demonstrando as raízes da cultura e tradição locais. (MITCHELL; HALL, 2004).

O termo gastronomia diz respeito à culinária, às bebidas, aos materiais usados no preparo dos alimentos e aos utensílios que compõem a sua apresentação. Inclui-se também todos os aspectos relacionados à cultura, como por exemplo vestuário, músicas ou danças que acompanham as refeições. Constituiu-se como a arte de cozinhar, intimamente ligada aos prazeres da mesa; promove uma verdadeira integração dos alimentos e com isso

extraí deles o que há de melhor, uma espécie de alquimia que alia cores, odores, sabores (RIBEIRO; ANDRADE; BRAGHINI, 2014).

A gastronomia típica é definida como a junção dos saberes e sabores oriundos dos alimentos e bebidas, bem como das práticas de serviços que fazem ou fizeram parte dos hábitos alimentares de uma localidade, dentro de um processo histórico-cultural de construção dessa própria gastronomia (MULLER; AMARAL; REMOR, 2010).

Diante dessa visão, é preciso fazer uma ressalva em relação ao que é considerado como típico por um povo ou população, considerando o sentimento de pertencimento, pois é este que faz a real cozinha típica, conforme afirma Maciel (2001, p. 152).

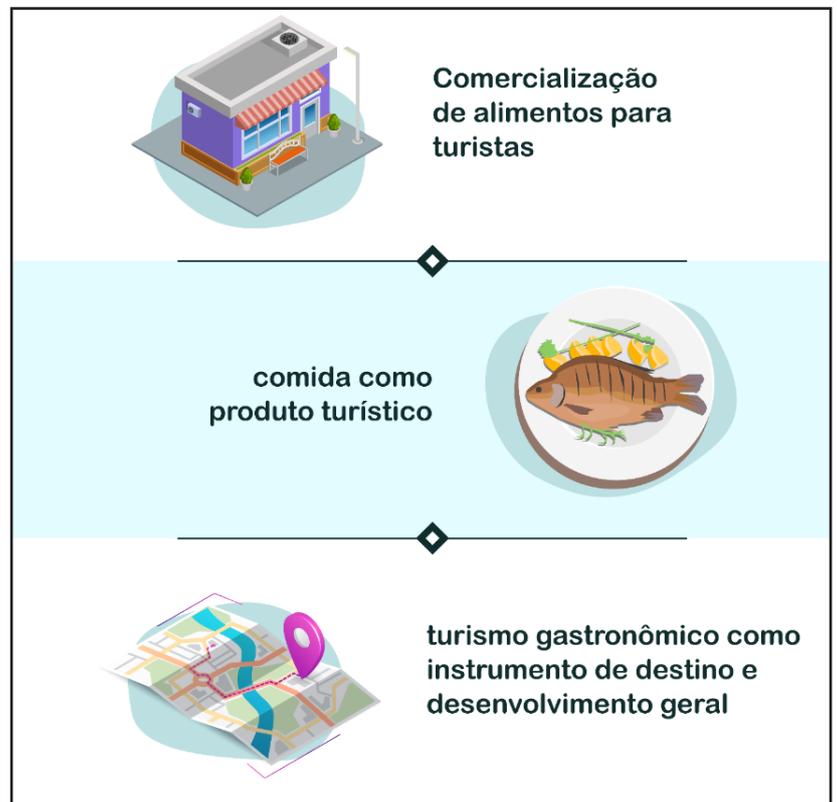
A constituição de uma cozinha típica vai assim mais longe do que uma lista de pratos que remetem ao “pitoresco”, mas implica o sentido dessas práticas, associadas ao pertencimento. Dessa forma, nem sempre um prato é considerado “típico”. Muitas vezes, aquele que é escolhido para ser o emblema alimentar da região é o de uso mais cotidiano.

Sabe-se que os alimentos locais e regionais podem agregar valor ao destino e contribuir para a competitividade da área geográfica (CROUCH; RITCHIE, 1999). Neste sentido, muitos pesquisadores destacam que cada país/região/cidade deve promover a alimentação como um centro de atração para turistas (NAM; LEE, 2011), uma vez que a gastronomia envolve uma transferência de conhecimento e informação sobre as pessoas, a cultura, as tradições e a identidade do local visitado (IGNATOV; SMITH, 2006).

Faz-se necessária a ressalva de que ainda não há uma definição clara sobre os termos Culinária e Gastronomia, quando utilizados em relação à atividade turística. Isto posto, há uma confusão em seus usos, causando alguns incômodos acadêmicos e mercadológicos. Para esta tese, entendeu-se como Culinária a arte de cozinhar, ato que atravessa a relação entre as diferentes gerações de uma sociedade, enquanto a Gastronomia como sendo a ciência que estuda a produção de alimentos, as suas técnicas de preparo, até o consumo. Essa discrepância não causa problemas somente etimológicos, mas também do ponto de vista do ensino e da abordagem mercadológica da Gastronomia, dentro do Turismo (BAHLS; AÑAÑA; KRAUSE, 2017).

A Gastronomia como elemento do sistema de Turismo de uma localidade pode incrementar a experiência. Esse recurso pode ser trabalhado no destino, como sugere Henderson (2009), quando se encontra a relação entre eles: 1) comida como produto turístico; 2) comercialização de alimentos para turistas e 3) turismo gastronômico como instrumento de destino e desenvolvimento geral. Abaixo, a Figura 4 destaca essas relações.

Figura 4 – Teoria de Henderson (2009) da relação entre Turismo e Gastronomia

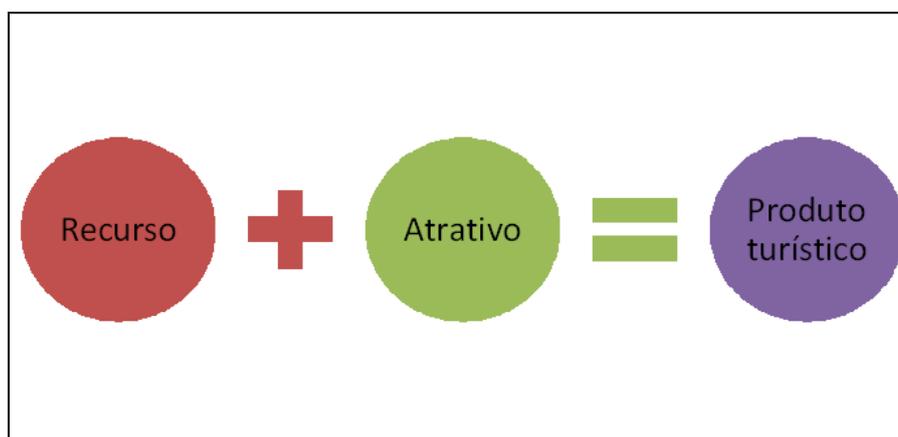


Fonte: Baseado em Henderson (2009), elaborado pela autora, 2020.

No estado do Amazonas, a conexão entre Identidade, Cultura, Gastronomia e Turismo embasa a proposta de fomentar a atividade turística, a fim de reforçar os ingredientes locais, a aprendizagem, a valorização e a importância do seu próprio consumo (IGNATOV; SMITH, 2006).

Mas para que haja a conexão nas localidades em relação às suas riquezas, faz-se necessário ter o entendimento geral de que um destino turístico necessita ter os seus atrativos e recursos turísticos organizados como um produto turístico, conforme apresentamos com a Figura 5.

Figura 5 – Componentes da destinação turística



Fonte: Adaptado de Müller; Silva (2011).

Para facilitar o entendimento em relação à pesquisa, refletimos sobre os conceitos dos termos “atrativo” e “recurso turístico”, tendo em vista o uso às vezes confuso dos dois, a depender do autor, além de porque entendemos que, no estado do Amazonas, a gastronomia não é ainda um produto turístico e sim um recurso, devido à sua falta de conexão com o sistema turístico estadual.

Quadro 5 – Definições de Atrativo e Recurso Turístico

AUTOR	ANO	ATRATIVO	RECURSO
Altés Machín	1995	-	São aqueles «atrativos que, no contexto de um destino, podem gerar interesse junto do público, determinar a escolha e motivar o deslocamento ou visita» e retoma a ideia de que são recursos turísticos, “a base sobre a qual a atividade turística é desenvolvida”.
Boullón	2006	Os atrativos turísticos constituem a matéria-prima que permite o funcionamento da planta turística (equipamentos e instalações), dando-lhes uma função mais ampla e uma necessidade de já se ter uma formatação para ser consumida. As características do ponto de vista do visitante são chamadas de atrações turísticas, porque são elas que atraem e chamam sua atenção. Do ponto de vista da região visitada, esses atrativos fazem parte dos recursos turísticos, pois constituem o que pode ser oferecido ao visitante.	-

Domínguez de Nakayama	1994	-	Recurso turístico como “elementos de valor suficiente, atrativos, adequados e disponíveis, nos quais uma comunidade pode basear sua atividade turística”.
Organização Mundial de Turismo (OMT) Sancho	1998	-	“Todos os bens e serviços que, através da atividade do homem e dos meios de que dispõe, tornam possível a atividade turística e satisfazem as necessidades da procura”.
Zimmerman	1957	Atrativos são os elementos naturais, objetos ou fatos culturais que, por meio de uma atividade humana adequada e racional, podem ser usados como causa suficiente para motivar o deslocamento turístico. Denota-se, nesse caso, um elemento que por si só atrai os olhares ou a vontade dos turistas para conhecê-lo e que já tem uma estrutura, já é um produto turístico acabado, que pode ser “consumido” pelos turistas e visitantes.	-

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Para fins desta pesquisa, investiga-se a Gastronomia como um recurso turístico, uma vez que ela ainda não está devidamente conectada com os demais elementos que compõem o sistema turístico amazonense.

2.5 Identidade, Cultura e Gastronomia do Amazonas

Abordar a identidade do amazonense requer pesquisa detalhada sobre os autores locais, buscando perceber os diversos sujeitos que tecem a história do maior estado brasileiro em extensão territorial.

Há um imaginário coletivo que sombreia a história do povoamento da Amazônia, enchendo-a de mistérios e obscuridade sobre a sua ocupação, conforme Souza (2019, p. 29):

Desde o início, o tema da especulação, a origem do homem na Amazônia foi cercado de muitas fantasias e teorias imaginosas. Tal qual a tentativa de explicar a presença humana no Novo Mundo, as marcas deixadas pelos homens na Amazônia suscitaram inúmeras hipóteses.

Muitos relatos de viajantes narram o encontro com os silvícolas. Para Benchimol (2009):

As matrizes culturais do povo amazônico foram sendo formadas por justaposição, sucessão, diferenciação, miscigenação, competição, conflito, adaptação, por diferentes levas e contingentes de diversos povos, línguas, religiões e etnias. O primeiro encontro dos dois mundos se deu a partir de 1542 e 1637, quando Orellana, Pedro Teixeira e seus sucessores se estabeleceram na região: portugueses, na calha centro do rio Amazonas/Solimões, de jusante a montante, e seus afluentes, e espanhóis, na periferia cisandina, nas bordas do planalto da “Cuenca”.

O reflexo dessa miscigenação é verificado na formação da população atual dos municípios amazonenses. É evidente essa influência nos costumes, cultura, tradições, saberes e fazeres que complementam o produto turístico Amazonas.

A pouca produção literária sobre os costumes alimentares do estado é quase exclusivamente de autoria de Mário Ypiranga Monteiro, com duas obras: Cozinha Amazonense (2014) e Comidas e Bebidas Regionais (2001), as quais retratam não apenas as comidas, mas também as receitas dos pratos tradicionais da cozinha local, destacando-se a originalidade. O Professor Dr. Renan Freitas Pinto, na apresentação do segundo livro de Monteiro (2001) destaca:

A Amazônia, como notadamente assinala o presente texto de Mário Ypiranga, tem resistido solenemente aos processos de padronização da culinária e da gastronomia, estabelecendo uma convivência relativamente tranquila entre a comida inconfundivelmente regional com as demais tradições de cozinhas como a árabe, japonesa e italiana, norte-americana e outra de presença menor. Na realidade o que podemos inferir a partir das informações aqui reunidas é que não apenas permanece essa cozinha regional com seus sabores inconfundíveis e tão singulares que não da preparação numerosa casta de peixes, até os personalíssimos frutos da terra dos quais se ontem indescritíveis sucos, sorvetes e sobremesas finas.

Toda esta riqueza de aromas e sabores da gastronomia do Amazonas pode contribuir ao enriquecimento da experiência turística dentro do estado, razão de precisar ser trabalhada com maior eficácia, objetivando o incremento do produto turístico Amazonas e uma maior visibilidade para a cultura e a identidade locais.

2.6 Amazonas – Contextualização histórica

2.6.1 A atividade turística no Estado do Amazonas – Fatos relevantes na história da Gestão Pública do Turismo

Buscando conhecer o histórico da atividade turística no estado do Amazonas, várias fontes foram consultadas, com a finalidade de se elaborar uma linha do tempo no que tange à gestão pública, seus desdobramentos e resultados práticos para o seu desenvolvimento. A Imprensa Oficial do Amazonas, que é responsável pela emissão do Diário Oficial do Amazonas, criado em 31 de agosto de 1892, no governo de Eduardo Ribeiro, tem seu acervo físico desde então, o qual também passou a ser disposto em formato eletrônico a partir de janeiro de 1956, facilitando assim o acesso às informações necessárias para que se pudesse elaborar este subtópico.

O primeiro registro sobre Turismo nos acervos consultados trata da Lei nº 100, de 20 de dezembro de 1956, que cita a mudança do texto do Ato nº 1.682, de 4 de agosto de 1932, da Interventoria Federal que criou o Fundo do Turismo e Propaganda (Amazonas, 1956). Nesta lei se determina que o custeio dos serviços educacionais e a assistência médica no interior do estado, assim como a propaganda intensiva no país e no estrangeiro, será custeada pela taxa de 1% sobre o valor oficial da produção amazonense e dos produtos ingressantes nos portos. A arrecadação será efetuada pela Secretaria de Economia e Finanças.

Interessante estar na lei que se o estado fosse convidado a participar de exposições e certames de natureza comercial ou industrial, em solo nacional ou internacional, o custeio

dessas despesas saíam dessa taxa. Outro fato interessante versa sobre o rateio da taxa e onde serão gastos: 30% para o Fundo de Educação, 40% para o Fundo de Assistência e Saúde e os 30% restantes, para o Fundo de Turismo e Propaganda. Revogada a Lei nº 154, de 3 de dezembro de 1952, entrando em vigor a partir de 1 de janeiro de 1957. Neste registro, verifica-se a preocupação por parte do poder público em relação ao custeio da atividade turística, com a divulgação do estado, bem como a difusão de suas riquezas.

Nos governos do senhor Plínio Ramos Coelho (31 de janeiro de 1955 – 31 de janeiro de 1959/31 de janeiro de 1963 – 27 de junho de 1964), ocorreu a promulgação da Lei nº 6, de 29 de janeiro de 1959, que cria o Departamento de Imprensa, Turismo e Propaganda do Estado do Amazonas (DITPEA) (Amazonas, 1959). Mas na verdade, estava sendo feito um desdobramento do Fundo de Turismo e Propaganda, pois este é responsável pela operacionalização da atividade turística, com a seção denominada Divisão de Turismo e Propaganda (DTP), que teve como incumbências: Instituir e organizar o Museu do Estado incorporado à Seção de Numismática; promover e patrocinar comemorações cívicas, orientar iniciativas culturais e prestar assistência técnica a festejos populares, que merecem o amparo do Governo.

No governo de Artur César Ferreira Reis (29 de junho de 1964 – 31 de janeiro de 1967), estando no exercício do cargo o senhor Ruy Araújo, há uma publicação no Diário Oficial do Estado do Amazonas que publiciza a regulamentação da Comissão de Desenvolvimento Econômico do Estado do Amazonas (CODEAMA), que em sua estrutura administrativa tinha como órgão subordinado o Departamento de Turismo e Propaganda (DEPRO) e a extinção do DITPEA/DTP (Amazonas, 1965).

Entre as atribuições gerais da Comissão, o que tange ao Turismo, tinha-se: Promover contatos com os investidores interessados no desenvolvimento econômico da região; organizar conferências, cursos e palestras, estimulando a visita de professores, industriais, administradores e técnicos para orientar, participar e discutir, através de seminários e debates de nível técnico, os problemas econômicos do Amazonas; organizar e superintender, através do Departamento Especializado, planos de Turismo e de promoção do estado, datado de 31 de agosto de 1965.

Em 21 de setembro de 1965, houve a publicação do Decreto nº 296, de 20 de setembro de 1965, que regulamenta o Fundo de Turismo e Propaganda, instituído com a Lei nº 100, de 20 de setembro de 1956 (Amazonas, 1965). A taxa permanece com a mesma porcentagem, sendo alterada a sua distribuição: 50% da arrecadação do Fundo é destinada às atividades do Departamento de Turismo e Promoção e 50% destinado ao funcionamento da Secretaria de Imprensa e Divulgação do Gabinete do Governador do Estado. Para que pudessem ser gastos os valores, fazia-se necessária a elaboração de um Plano de Aplicação, que deveria ser aprovado e ter a anuência do Coordenador, juntamente com o Secretário da Fazenda.

Uma curiosidade encontrada durante a pesquisa foi o Termo de Contrato de Locação de Serviços da Empresa Luiz Augusto Mendes - Produções Cinematográficas, para realizar um documentário cinematográfico, versando sobre as atrações turísticas do estado do Amazonas, em cinema *soope* ou lente similar e em cores, com a duração aproximada de 15 minutos de projeção (Amazonas, 1965). Requisitava-se a melhor qualidade, de acordo com a técnica da época, com o prazo de 60 dias. Obrigatoriamente, rodado no estado do Amazonas e previamente aprovado pelo senhor Glauber Rocha. Uma surpresa, por ser este cineasta considerado um dos maiores e mais renomados diretores de cinema brasileiro, destacando a qualidade do material que fora produzido.

Nos anos restantes da década de 1960, o DEPRO não promove muitas ações para o

real incremento da atividade turística no estado do Amazonas, resultando apenas em publicações sobre a movimentação do Fundo de Turismo e Propaganda.

A partir de 6 de julho de 1970, há uma mudança na gestão pública do Turismo no Amazonas, com a publicação da Lei nº 935, de 6 de julho de 1970 (Amazonas, 1970), que define a política estadual do Turismo, transforma o DEPRO em Empresa Pública, nascendo a Empresa Amazonense de Turismo (EMAMTUR), a criação do Conselho Estadual de Turismo (CETUR) e organiza a estrutura administrativa do órgão. Em 31 de julho do mesmo ano, é aprovado o Estatuto da EMAMTUR, corroborando sua consolidação (Amazonas, 1970).

Com a criação da EMAMTUR, o Turismo teve uma pasta que pensava exclusivamente a atividade, fazendo com que fosse contratado o historiador Mário Ypiranga Monteiro para a elaboração de trabalhos sobre o Teatro Amazonas, a História de Manaus e o Folclore Amazonense, com a finalidade de divulgação da nossa cultura (Amazonas, 1972).

Em dezembro do mesmo ano, o governador publica a Lei nº 1.062, de 14 de dezembro de 1972, definindo a política estadual de Turismo, criando o Conselho Estadual de Turismo (CONTUR), presidido pelo Secretário de Indústria e Comércio e, nos seus impedimentos, pelo presidente da EMAMTUR, composto por oito representantes de órgãos federais, estaduais e municipais. Estabelece sobre os recursos financeiros da empresa e cria a taxa de Turismo, com fins de melhorar os serviços turísticos.

Dessa vez, diferente da forma anterior, a taxa foi cobrada dos hotéis de classe turística do estado, com o percentual de 5% das diárias pagas. Para os restaurantes, boates, bares, confeitarias e lojas de classe turística, o valor cobrado era mensal *per capita* de 1/5 do salário-mínimo regional, que começou a ser recolhido a partir de 10 de janeiro de 1973. (Amazonas, 1972). Ao longo da década de 1970, a EMAMTUR passa a organizar sua estrutura interna com a publicação do Estatuto e posteriormente do Regimento Interno (Amazonas, 1973).

Na década de 1980, a EMAMTUR passa por uma reestruturação, obtendo um aporte orçamentário, contrata a empresa de Processamento de Dados do Amazonas S.A. (PRO-DAM), para que desenvolvesse um sistema de Dados e Emissão de Relatórios de Pesquisa de Turismo Receptivo (Amazonas, 1986). Promove concurso público para os cargos de técnico, datilógrafo, recepcionistas e promotores de Turismo, tendo sido aprovados apenas dois para a área de técnico de planejamento. (Amazonas, 1986).

Com o intuito de realizar a promoção de Manaus e arredores no Caribe, a EMAMTUR firmou um contrato com a Fundação Rede Amazônica (afiliada da Rede Globo) para a produção de 34 filmes de sete minutos em VT, 2 filmes documentários de quinze minutos cada em VT, por meio da Portaria EAT nº 061/86-PR (Amazonas, 1986). Além disso, promove a articulação entre a EMAMTUR e a Secretaria Especial de Promoção e Desenvolvimento Econômico do Amazonas em São Paulo, com “o intuito de divulgar as potencialidades turísticas do Amazonas, no principal mercado emissor, ou seja, São Paulo” (Amazonas, 1986). Bem como dá autorização para os diretores promoverem o Amazonas em feiras no exterior. Por fim, cria o convênio da EMAMTUR com a Aliança Francesa, a partir do qual os funcionários do órgão poderiam se matricular e aprenderem o idioma francês, com desconto de 30% (Amazonas, 1986).

Sobre os dirigentes dos órgãos criados para realizarem a gestão do Turismo no Amazonas, não necessariamente tinham formação na área, muitas das vezes tinham experiência por serem proprietários de agências de viagens, jornalistas ou por indicação política. Mas a empresa teve um Diretor de Planejamento que contribuiu muito para fortalecer o turismo em Manaus e no Amazonas, o senhor Silvio Barros II. Paranaense, iniciou sua carreira profissional em Manaus, trabalhou como Coordenador do Núcleo de Preservação do Meio Ambiente, da Comissão de Desenvolvimento Econômico do Amazonas (CODEAMA),

em 1979.

Foi o Coordenador Logístico da Expedição do Oceanográfico Jacques Cousteau, feita à Amazônia durante os anos de 1982 e 1983, o que deu uma imensa visibilidade da Amazônia ao mundo, bem como “inspirou” os empresários locais à preocupação com o meio ambiente, com as propostas sustentáveis e até os hotéis de selva, os primeiros que foram instalados às margens dos rios, explorando o turismo ecológico.

Em 1985, é nomeado Diretor de Planejamento e posteriormente Presidente da EMAMTUR, quando ajudou a desenvolver vários produtos turísticos do Amazonas, incrementando a oferta estadual. Nos anos de 1991 e 1992, torna-se Secretário de Turismo do Estado do Amazonas e, anos mais tarde, seria o consultor responsável pela implantação do Amazonas Convention Bureaux (BARROS, 2021).

Quanto a alguns esforços no caminho da capacitação, a EMAMTUR buscou o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) para a organização de um curso de Guia de Turismo, destinado a uma turma de 62 alunos (AMAZONAS, 1986), voltando a ser ofertado em 1991 (AMAZONAS, 1991). Outro registro encontrado, ainda em 1986, foi a realização de um Festival de Gastronomia e Artesanato do Amazonas em São Paulo-SP, de 9 a 20 de julho do mesmo ano, utilizando-se dos sabores para promover o estado (AMAZONAS, 1986).

No início de 1987, é publicado um relatório das atividades realizadas pela EMAMTUR no ano de 1986, descrevendo todas as atividades detalhadamente, com ênfase à promoção realizada em vários países e demonstrando que grande parte do orçamento era destinado ao patrocínio de festas populares. Também é citada, dentro do referido relatório sumário, a construção e inauguração para o ano de 1987 de um hotel-escola, visando amenizar a falta de mão-de-obra qualificada para os hotéis da cidade de Manaus, que registravam lotação total de suas dependências (Amazonas, 1987).

Em 12 de março de 1987 é publicada a Portaria nº 0024/87-GS/SIC, que trata do Regimento Interno da Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo (SIC), à qual a EMAMTUR é subordinada. Tendo a função de definir uma política que norteie a atividade turística no estado do Amazonas, cria o Departamento de Desenvolvimento do Turismo (DDT) e o Serviço de Marketing e Estatísticas Turísticas, que em seus artigos 17 e 18, trata das suas atribuições, quais sejam:

Art. 17 – Ao DEPARTAMENTO DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO compete analisar as potencialidades turísticas do Estado, avaliar os resultados até agora alcançados nessa área, elaborar estudos com vistas a propor medidas que visem a promoção, fortalecimento e expansão do turismo doméstico e internacional para o Amazonas, sem em estrito relacionamento com a Empresa Amazonense de Turismo – EMAMTUR bem como dá orientação técnica e creditícia aos empresários do setor.

Art. 18 – Ao SERVIÇO DE MARKETING E ESTATÍSTICAS TURÍSTICAS compete:

I – Manter esquema de coleta de informações sobre o fluxo turístico no Amazonas que possibilite análises e avaliações de seu comportamento.

II - Elaborar série turísticas sobre o comportamento do turismo receptivo e emissivo no Amazonas.

III – Elaborar propostas de divulgação das potencializadas turísticas do Amazonas.

Em 16 de março de 1987 é publicado o regulamento relativo ao imposto sobre serviços de qualquer natureza, que aborda as atividades turísticas em sua seção IV, determinando

quem e como devem ser repassados os valores relativos aos serviços prestados (AMAZONAS, 1987).

Em 16 de dezembro de 1987, há duas publicações de dispensa de licitação: uma para a elaboração de um documento informativo e motivacional, apresentando a Política Estadual de Turismo e o Plano de Ação e a outra dispensa é curiosa, pois se destina a um salão de beleza, com a seguinte justificativa:

A estética é essencial e necessária para o quadro receptivo da EMAMTUR, pois deve apresentar um visual distinto e elegante, ao recepcionar os turistas nos postos de informações, ao participar de eventos, seminários, encontros, chegadas de autoridades civis e militares, congressos, etc. (AMAZONAS, 1987).

A EMAMTUR recorre outra vez ao SENAC, para a realização do curso de “Pratos da Cozinha Regional e Internacional, Técnicas de Serviços de Restaurante e Aperfeiçoamento para Maitre D’Hotel” com professores vindos de São Paulo-SP, sinalizando o interesse do poder público de capacitar os trabalhadores do setor, para ofertar de maneira mais profissional a culinária local (AMAZONAS, 1987).

O Quadro de Pessoal da Empresa passa por reestruturação, publicada em 22 de julho de 1988, por meio do Decreto nº 11.292, de 21 de julho de 1988, adequando os salários e os cargos, com a justificativa de que era responsável pelo Plano Estadual de Turismo, que até então só era citado, mas não concretizado (AMAZONAS, 1988).

No ano de 1989, há a publicação do Relatório Sumário das Atividades da EMAMTUR em 1988, que aborda o Plano Estadual de Turismo – 1987-1990, o qual será desenvolvido ao longo de 1989, o que causa confusão de compreensão, conforme recorte do Diário Oficial do Amazonas, de 22 de março de 1989:

Figura 6 – Relatório Sumário de Atividades da EMAMTUR em 1988

No alcance desses resultados, a ação da EMAMTUR em 1988 foi direcionada no sentido de operacionalizar dois programas fundamentais que constituem o Plano Estadual de Turismo 1987 - 1990:

- a) Desenvolvimento da Infra-Estrutura e de Serviços Turísticos; e
- b) Promoção Turística do Estado do Amazonas

Na realização das atividades que servem de suporte técnico e administrativo ao alcance do objetivo maior da Empresa - promover o desenvolvimento do turismo na Amazonas, considerando o empreendimento de ações por cada área de atuação da EMAMTUR, na promoção e operacionalização do turismo, no planejamento e administração. Dentre essas ações, destacam-se:

- Elaboração e lançamento do Plano Estadual de Turismo 1987 - 1990 que representa as diretrizes e programas consolidados das expectativas conjuntas do Governo e da classe empresarial.

Fonte: AMAZONAS, Diário Oficial do Estado, de 22 de março de 1989, Relatório Sumário das Atividades da EMAMTUR em 1988.

A publicação deixa a dúvida sobre se o plano existia de antemão ou se iria ser elabora-

do em 1989, o que causa inquietação, tendo em vista que terá apenas um ano de vigência, até 1990. Outro destaque do relatório é o aumento em 62% do número de turistas que visitaram o Amazonas, em relação ao ano anterior, bem como informa que o órgão foi procurado por vários empresários nacionais e estrangeiros sobre o investimento na construção de empreendimentos hoteleiros na cidade de Manaus (AMAZONAS, 1989).

Tem-se o registro de uma dispensa de licitação para o levantamento fotográfico aéreo da região do Rio Negro, para serem apresentadas durante o Seminário de Turismo Amazônico, que ocorreu em Manaus, no período de 21 a 23 de novembro de 1990 (AMAZONAS, 1990). Na mesma edição, há o Extrato nº 10/90 do Contrato nº 10/09 da EMAMTUR, com a contratação de José Henriques Arquitetura, para a elaboração do projeto do Terminal de Turismo Ecológico de Novo Airão, sinalizando desde essa época o potencial natural do município, que continua sendo um destino turístico no estado do Amazonas e elencado em nosso recorte da pesquisa (AMAZONAS, 1990).

Em janeiro de 1991, há uma dispensa de licitação para a aquisição de fitas do documentário “Amazonas, um guia para o país das águas”, com 25 minutos de duração, com foco sobre as riquezas naturais da Amazônia, costumes, tradições e cultura de nosso povo, produzido por R.C. Publicidade (AMAZONAS, 1991).

Em março de 1991, com a mudança de governo, há a exoneração de todos os cargos de confiança e uma mudança na EMAMTUR, quando é nomeado o senhor Silvio Magalhães Barros II, que já havia sido diretor do órgão nos anos 80, para a presidência (AMAZONAS, 1991).

Publicado em 27 de agosto de 1992, o Extrato nº 08/02 e Convênio nº 08/92 entre a EMAMTUR e a Associação Comercial do Amazonas (ACA), faz um repasse financeiro para o prosseguimento do Programa de Incremento a curto prazo do Turismo e do comércio de produtos regionais, que não foi mencionado em nenhuma publicação anterior do Diário Oficial e da qual não se tem notícias em relação à proposta e aos resultados alcançados (AMAZONAS, 1992).

A criação da Delegacia de Atendimento ao Turista (POLITUR) ocorreu com a publicação da Resolução nº 003/93 – Câmara de Indústria, Comércio e Turismo (CICT), resultante da reunião realizada em 5 de abril de 1993 e autoriza firmar parceria com a Secretaria de Estado de Segurança, Justiça e Cidadania, com a finalidade de manter o policiamento ostensivo próximo a hotéis e restaurantes (AMAZONAS, 1993), sendo de grande importância para a segurança dos nossos visitantes e trabalhadores do segmento.

Ressalte-se que, ao longo de sua existência, houve modificações de nomenclatura, bem como de responsabilidades, passando alguns anos até mesmo esquecida, impactando negativamente o entorno dos estabelecimentos de Turismo.

Ainda em 1993, a EMAMTUR firma outro convênio com o SENAC, para ministrar um curso de Formação Turística para Militares, a nível de instrumentação (AMAZONAS, 1993), buscando capacitar o efetivo disponibilizado para compor a POLITUR.

Segundo Silva (2016), a EMAMTUR lançou, ao fim de 1997, a política de ecoturismo para o Amazonas, visando dar a essa atividade uma base adequada e estruturada, com linhas de conduta definidas por meio da implantação da cartilha de Turismo nas escolas da “Área de Influência” da então Estação Ecológica de Anavilhanas, firmando como grande segmento do estado a ser comercializado turisticamente e aproveitando sua vocação natural, o Ecoturismo.

A partir de 1999, há uma reestruturação do setor de Turismo no estado, deixando de existir a EMAMTUR, com a criação da Secretaria de Estado da Cultura, Turismo e Desporto

(SEC), trazendo novos ares para a atividade, com a articulação das ações estratégicas nas dimensões do Turismo e da Cultura, que possibilitou a otimização de ações e de reciprocidade de benefícios; a interlocução entre o órgão oficial e outras instituições públicas e privadas, por meio da Comissão de Turismo Integrada (CTI); a interiorização das ações, que permitiu o desenvolvimento dos programas nos municípios do interior do estado até então negligenciados, marcou o início da descentralização das políticas governamentais de Turismo, embora os programas não tivessem alcançado plenamente os objetivos propostos.

A continuidade do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) seguiu com os cinco princípios propostos como norteadores das ações do plano: descentralização, sustentabilidade, parcerias, mobilização e capacitação (Silva, 2016).

Grande parte da estruturação institucional nos municípios do interior do Amazonas que desenvolviam atividades turísticas foi organizada a partir do PNMT, a partir do qual a municipalidade se tornou protagonista dos seus produtos e pôde gerir de forma mais próxima a atividade.

A partir de 2003, houve o desmembramento da secretaria, separando a Cultura do Turismo, sendo criada a Secretaria do Estado de Cultura, permanecendo a sigla SEC e a criação da Empresa Amazonense de Turismo (AMAZONASTUR), tendo a partir de 9 de maio de 2003 como primeira presidente a contadora Oreni Campelo Braga, que buscou estruturar o órgão com a publicação de seu Estatuto, em 16 de maio do mesmo ano, além de iniciar a gestão com dispensa de licitação para a realização de um evento na capital federal, no período de 2 a 6 de junho de 2003, que teve como intuito promover a Semana do Amazonas, conforme a Figura 7:

Várias foram as ações empreendidas pela Amazonastur ao longo da gestão da primeira presidente, com o propósito de estruturar a atividade turística no estado, como contratação de empresas pra organização de roteiros turísticos, construção e manutenção de Terminais Fluviais de Atendimento ao Turista, criação de roteiros turísticos, contratação de empresa para a elaboração do Plano Estadual de Turismo do Amazonas (2006).

A municipalização do Turismo foi muito incentivada e preparada por meio da oferta de cursos de capacitação e qualificação em vários municípios turísticos do estado, que fortaleceram o desenvolvimento e incremento do setor e muitos se firmaram como destinos turísticos fortes, que utilizaram os conhecimentos ofertados para con-

Figura 7 – Portaria nº 002/2003-AMAZONAS-TUR/GP

AMAZONASTUR
Empresa Estadual de Turismo do Amazonas

PORTARIA Nº 002/2003-AMAZONASTUR/GP

A PRESIDENTE DA EMPRESA ESTADUAL DE TURISMO-AMAZONASTUR, no uso de suas atribuições legais, e

CONSIDERANDO que o art. 24, inciso IV da Lei n.º 8.666/90 proceia ser dispensável a licitação nos casos de emergência ou calamidade pública, quando caracterizada urgência de atendimento e situação que possa ocasionar prejuízo ou comprometer a segurança de pessoas, obras, serviços, equipamentos e outros bens públicos ou particulares, e somente para os bens necessários ao atendimento da situação emergencial ou calamitosa e para as parcelas de obras e serviços que possam ser concluídos no prazo máximo de 180 (cento e oitenta) dias consecutivos e ininterruptos, contados da ocorrência da emergência ou calamidade, vedada a prorrogação dos respectivos contratos;

CONSIDERANDO, que a justificativa de emergência, com possibilidade de prejuízo;

CONSIDERANDO, que o objeto da dispensa se destina tão somente a atender a situação emergencial, contratação de empresa para a aquisição de 30 passagens aéreas, a fim de deslocar os participantes do evento denominado SEMANA DO AMAZONAS, que acontecerá em Brasília/DF, no período de 02 a 06 de maio de 2003;

CONSIDERANDO, que a empresa TUCUNARÉ TURISMO é prestadora dos serviços;

CONSIDERANDO, ainda, que o preço, constante da proposta, está compatível com os preços praticados no mercado;

CONSIDERANDO, ainda, que já há disponibilidade orçamentária/financeira para custear a referida compra;

CONSIDERANDO, finalmente o que consta do Processo n.º 002/2003-AMAZONASTUR;

RESOLVE:

I – DECLARAR dispensável o procedimento licitatório, nos termos do art. 24, inciso IV da Lei n.º 8.666/90, a contratação da empresa TUCUNARÉ TURISMO para fornecimento de 30 passagens aéreas.

II – ADJUDICAR o objeto da dispensa em questão pelo valor global de R\$ 25.500,00 (vinte e cinco mil e quinhentos reais).

A consideração da Ilustríssima Sra. Presidente da Empresa Estadual de Turismo do Estado do Amazonas para ratificação.

CIENTIFIQUE-SE, CUMPRE-SE E PUBLIQUE-SE

GABINETE DO DIRETOR EXECUTIVO DA EMPRESA ESTADUAL DE TURISMO, em Manaus, 29 de maio de 2003.

JOÃO NICKOLAS CABRAL DOS ANJOS
DIRETOR EXECUTIVO

RATIFICO a decisão supra, nos termos do art. 20 da Lei n.º 8.666, de 21 de Junho de 1993, alterada pela lei n.º 8.883 de 08 de Junho de 1994, de acordo com as disposições acima citadas.

GABINETE DA PRESIDENTE DA EMPRESA ESTADUAL DE TURISMO DO ESTADO DO AMAZONAS, em Manaus, 29 de maio de 2003

ORENI CAMPELO BRAGA DA SILVA
Presidente

AFAT 3358

Fonte: AMAZONAS, Diário Oficial do Estado, de 30 de maio de 2003.

cretizar a atividade.

O Centro de Convenções Vasco Vasques foi uma meta alcançada, apesar das debilidades do prédio para a execução de eventos com excelência, incrementou o mercado de eventos na cidade, ampliando a possibilidade de captação e realização de eventos de grande porte.

Ao longo dos anos, verificou-se que a Gastronomia não foi trabalhada como um serviço complementar da atividade turística no estado do Amazonas, sendo destacada apenas a partir de 2018, com uma valorização crescente da gastronomia brasileira, especialmente a partir de uma maior midiaticização, de modo geral, com destaque aos sabores, aromas e saberes locais.

Ressalte-se que, mesmo sendo um grande setor dentro do Turismo, nem mesmo os estabelecimentos que compõem o setor de Alimentação Fora do Lar se enxergam como participantes diretos da atividade turística, como constatado na pesquisa do Cadastur realizada, a partir da qual se verificou que poucos possuem cadastro nessa ferramenta.

2.6.2 Mapa Turístico do Amazonas

O Mapa do Turismo Brasileiro é um instrumento no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo (PRT), que define a área – recorte territorial – a ser trabalhada prioritariamente pelo Ministério do Turismo, no âmbito do desenvolvimento das políticas públicas. Além disso, os municípios são categorizados, no intuito de identificar o desempenho da economia do setor nessas localidades, a partir de cinco variáveis cruzadas, em uma análise de cluster.

Elas deram origem a cinco categorias (A, B, C, D e E), diretamente relacionadas à economia do turismo: 1) Quantidade de Estabelecimentos de Hospedagem – Fonte: Relação Anual de Informações Sociais (RAIS 2017); 2) Quantidade de Empregos em Estabelecimentos de Hospedagem – Fonte: Relação Anual de Informações Sociais –(RAIS 2017); 3) Quantidade Estimada de Visitantes Domésticos – Fonte: Pesquisa de Demanda Doméstica 2012 – MTur/FIPE; 4) Quantidade Estimada de Visitantes Internacionais – Fonte: Pesquisa de Demanda Internacional 2017 – MTur/FIPE; 5) Arrecadação de Impostos Federais, a partir dos Meios de Hospedagem – Fonte: Secretaria de Receita Federal 2017 – Ministério da Economia.

O estado do Amazonas, enraizado na Floresta Amazônica, está localizado no noroeste do Brasil. Possui uma área de 1.571.000 km², com densas florestas, rios caudalosos e uma mega biodiversidade. Segundo Souza (2009), quando os europeus chegaram, no século XVI, a Amazônia era habitada por um conjunto de sociedades de alta densidade demográfica. Somente no século XVII, recebeu outras matrizes étnicas, por conta do processo de colonização europeia.

Branco e negro se somaram aos povos originários e, ao final do século XIX e início do XX, o período áureo da borracha, levas de migrantes nordestinos se embrenharam nas matas, em busca do látex da seringueira (*hevea brasiliensis*), com a esperança de superarem a escassez de água e a histórica exclusão do desenvolvimento social do sertão.

No decorrer do tempo, num movimento de resistência e resiliência, indígenas e caboclos (re)produziram e ainda reproduzem lendas e mistérios nesse lugar, onde os elementos físicos e humanos são os protagonistas das narrativas do mundo simbólico. O Amazonas, com suas especificidades culturais e modos de adaptabilidade, é um lugar singular nesse

cenário.

Localizado próximo à linha do Equador, o estado apresenta clima equatorial quente e úmido, regime de chuvas que alimentam a malha fluvial dos rios, lagos e igarapés, os quais se transformam em meios de deslocamento, cujas viagens são contadas em dias. Em termos de divisão política, o Amazonas é composto por 61 municípios, somados à sua capital, Manaus. A população total é de aproximadamente 3.483.985 milhões de habitantes, segundo dados de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Outra importante divisão é encontrada no Mapa Turístico do Amazonas, o qual abrange 24 municípios, categorizados de acordo com o Mapa do Turismo Brasileiro. Nele estão em destaque os Polos Turísticos, conforme destaques no Mapa 1:



Mapa 1 – Mapa Turístico do Amazonas



Fonte: Amazonastur (2019).

O Mapa Turístico do Amazonas foi produzido antes da Copa do Mundo de Futebol de 2014, realizada no Brasil. Tal criação foi idealizada pelo artista amazonense Euros Barbosa, que inseriu os elementos da natureza para caracterizar o estado e suas belezas naturais. Podem ser verificados os sete polos turísticos estabelecidos pela Empresa Amazonense de Turismo (Amazonastur), os quais são denominados: Alto Rio Negro, Médio Solimões, Uatumã, Saterê, Madeira, Alto Solimões e Amazônico. Em cada polo, há uma quantidade diferente de municípios agregados, totalizando 24 cidades, com suas características e produtos diferenciados. O mapa destaca alguns atrativos de natureza material, imaterial, naturais ou construídos.

Em relação aos municípios a serem pesquisados, foi realizado um levantamento nos seguintes meios digitais: 1) site oficial Cadastur, do Ministério do Turismo (MTur), no qual estão registrados os fornecedores de serviços turísticos; 2) site da Associação Amazonense dos Municípios e 3) sites oficiais das referidas cidades. Tal pesquisa resultou num diagnóstico referente à infraestrutura e aos prestadores de serviços existentes, bem como na organização dos entes públicos em relação à atividade turística.

Com esse diagnóstico, verificou-se que, dos 24 municípios, 14 deles (58,3%) não possuem um site oficial, ferramenta amplamente utilizada para a informação e divulgação da economia, das belezas, da cultura e atrativos de qualquer localidade. De igual importância no diagnóstico, 8 municípios (o equivalente a 33,3%) não possuem, na infraestrutura do poder público municipal, uma pasta responsável pela atividade turística, ainda que essa faça parte do mapa turístico do estado.

No que concerne aos serviços de Turismo nos municípios analisados, constatou-se que em 41,6% (total de 10) não há agência específica para atender ao público local ou externo. Em relação aos meios de hospedagem, serviço turístico estabelecido pelo Ministério do Turismo para categorizar um município como turístico, 45,83% das cidades possuem de 0 a 3 estabelecimentos, salientando a infraestrutura deficitária nesse aspecto. Toma-se como exemplo o município de Borba, com apenas dois hotéis registrados no Cadastur, sendo este o único prestador de serviço turístico no município.

O estado do Amazonas está incluído no Mapa de Regionalização do Turismo Brasileiro, desde o início de 2004 (MINTUR, 2004), com sete regiões/pólos, tendo sido alterado o quantitativo de municípios. Os nomes dos polos estão relacionados com a região onde os municípios se encontram ou do rio que banha as cidades. No caso do polo Amazônico, é o que mais congrega municípios localizados na região metropolitana. Eram 14 no ano de 2016, 30 em 2017 e atualmente são 24, conforme o Quadro 6:

Quadro 6 – Municípios turísticos do Amazonas por polo e categoria

NÚMERO	POLO	MUNICÍPIOS	CATEGORIA
1	Alto Rio Negro	Santa Isabel do Rio Negro	D
		Barcelos	D
2	Médio Solimões	Tefé	C
		Uarini	E
		Anori	D
		Anamá	D
3	Uatumã	Itacoatiara	C
		São Sebastião do Uatumã	D

4	Saterê	Maués	C
		Parintins	C
		Boa Vista do Ramos	D
5	Madeira	Borba	D
		Humaitá	D
		Novo Aripuanã	D
6	Alto Solimões	Tabatinga	C
		Benjamin Constant	D
7	Amazônico	Careiro	D
		Manacapuru	C
		Manaquiri	D
		Manaus	A
		Novo Airão	D
		Presidente Figueiredo	C
		Rio Preto da Eva	C
Iranduba	C		

Fonte: Ministério do Turismo, Amazonastur (2020).

Destacados em amarelo estão os municípios classificados como A e C, com o total de 10, que serão os alvos da pesquisa, mas foram inseridos dois municípios categorizados como D, Barcelos e Novo Airão, tendo em vista que a atividade turística no segmento de pesca, que acontece há vários anos fortemente, justifica a inclusão deles, totalizando doze cidades a serem pesquisadas.

A categorização é um instrumento para identificar o desempenho econômico do Turismo. Tal desempenho se refere aos municípios inseridos nas regiões expressas no Mapa do Turismo Brasileiro. A categorização foi instituída por meio da Portaria nº 144, de 27 de agosto de 2015, e pode auxiliar a tomada de decisões de gestores nos âmbitos federal, estadual, regional e municipal, mudando a forma de pensar e implementar a política pública de Turismo no Brasil (BRASIL, 2016).

Em 2019, foi realizada uma revisão da metodologia empregada e da coleta de informações atualizadas, nas quais foi introduzida a variável arrecadação de impostos federais dos meios de hospedagem, como forma de complementar os indicadores já utilizados, agregando uma variável de desempenho financeiro para a análise. A partir daí, chegou-se a cinco variáveis, que foram cruzadas em uma análise de cluster e deram origem às cinco categorias de municípios (A, B, C, D e E).

Quadro 7 – Variáveis objetivas utilizadas para categorização

Variável	Fonte de Coleta
Quantidade de Estabelecimentos de Hospedagem	Relação Anual de Informação Social – RAIS 2017, Ministério da Economia
Quantidade de Emprego em Estabelecimentos de Hospedagem	Relação Anual de Informação Sociais – RAIS 2017, Ministério da Economia
Quantidade Estimada de Visitantes Domésticos	Pesquisa de Demanda Doméstica – 2012, Mintur e Fipe
Quantidade Estimada de Visitantes Internacionais	Pesquisa de Demanda Internacional – 2012, Mintur e Fipe
Arrecadação de Impostos Federais , a partir dos Meios de Hospedagem	Secretaria da Receita Federal – Ministério da Economia

Fonte: BRASIL, 2019b.

Os dados para a categorização são alimentados pelas fontes oficiais do Governo, como: Relação Anual de Informações Sociais (RAIS)/Ministério do Trabalho e Emprego; Estudo da Demanda Doméstica e Estudo da Demanda Internacional – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE/MTur). A partir da consolidação dos dados, ocorre a identificação em categorias, de A a E. O agrupamento A geralmente se refere às capitais, que possuem maior oferta de serviços, bem como geração de emprego e renda mais alta, ao passo que os municípios que apresentam valores zerados nas quatro variáveis constituem o quinto grupo, denominado E (BRASIL, 2016).

Para o desenvolvimento do turismo no Amazonas, é urgente a conexão entre os seus atrativos, produtos, operadores e a divulgação institucional seja otimizada. O intuito disso é alcançar o futuro cliente muito antes do seu deslocamento, obtendo informações completas sobre o destino e possibilitando o incremento da experiência nos locais visitados.

Apesar da diversidade gastronômica presente no estado, ainda se percebe uma invisibilidade dos produtos, nas ações voltadas para a promoção turística. A culinária e a gastronomia, por exemplo, podem revelar traços da cultura, costumes, história, modos de vida, crenças, tabus, religião, que precisam ser conhecidos. Como afirma Gimenes-Minasse (2013):

Para pensar a relação gastronomia e turismo é imprescindível, antes de mais nada, abandonar a concepção de que se trata unicamente de garantir ao visitante a saciação de uma necessidade fisiológica. Por ser construída a partir de uma série de critérios socio-culturais (que incluem crenças, valores e símbolos), os hábitos alimentares materializam uma série de conteúdos historicamente construídos que muito podem informar sobre um determinado grupo social.

Da mesma maneira, podem também representar a identidade de uma comunidade, reconhecida como patrimônio imaterial local e, muitas vezes, serem usadas como recursos para o desenvolvimento do Turismo. Dessa forma, a culinária e a gastronomia contribuem com a valorização e manutenção de tradições culturais.

Uma floresta de sabores da gastronomia do Amazonas e seu papel no incremento do turismo



RESULTADOS

*“Dentre centenas de peixes
que a gente pode escolher,
pirabutão e pirinha
pegam tempero a valer.
Pacamão é esquisito,
mas no guisado ou no frito
é gostoso de comer.
Peixe-cachorro, traíra,
flecheira, curimatã...
A pupeca de sardinha
servida pela manhã
com café preto, pupunha,
macaxeira e tucumã.
Pirapucu, piraíba,
mojica de tambaqui,
escabeche de dourado,
pratos iguais nunca vi...”*
CELDO BRAGA, Peixes

Neste capítulo são analisadas as informações coletadas pela presente investigação, com a intenção de responder aos objetivos e às perguntas norteadoras propostas nesta pesquisa. Primeiramente, são apresentados os resultados, informações relacionadas à população e amostra dos municípios turísticos, objeto deste estudo. Na sequência, apresentam-se as informações e análise sobre a Identidade, Cultura e Gastronomia do Amazonas, fruto da pesquisa bibliográfica realizada.

Em seguida, buscando atender ao segundo objetivo específico, demonstra-se os resultados em relação à caracterização das matérias-primas, que são singulares dos sabores da gastronomia do Amazonas.

Os resultados da pesquisa que visavam ao terceiro objetivo, resultariam em uma proposta do Mapa Gastronômico do estado do Amazonas, como um instrumento de divulgação do produto turístico, sobre o qual tratará o final deste capítulo.

3.1 Síntese dos Resultados

Com base no Mapa Turístico do Ministério do Turismo, o município turístico pode propor suas políticas públicas visando ao crescimento da atividade, de forma estratégica e segura, uma vez que a metodologia foi aplicada e testada em diversas cidades.

Para que se pudesse ter uma panorama em relação à atividade turística dos vinte e quatro municípios categorizados do Amazonas, elaborou-se um diagnóstico do quantitativo dos prestadores de serviço cadastrados em todas as categorias possíveis, resultando no Quadro 8.

Quadro 8 – Diagnóstico dos municípios do Mapa Turístico do Amazonas

MUNICÍPIO	SITE OFICIAL	SECRETARIA DE	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1. Sta. Isabel do Rio Negro	NÃO	Cultura, Turismo e Eventos	3	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Barcelos	SIM	Turismo	49	11	3	6	2	2	4	1	1	0	0	0	0	0
3. Tefé	SIM	Turismo	6	18	0	2	0	0	0	1	0	1	32	0	0	0
4. Uarini	NÃO	Não possui	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Anori	NÃO	Não possui	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
6. Anamá	NÃO	Cultura	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7. Itacoatiara	SIM	Cultura, Turismo e Eventos	4	10	0	0	0	0	2	1	1	0	0	3	0	0
8. S. Sebastião do Uatumã	SIM	Não possui	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9. Maués	NÃO	Cultura e Turismo	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
10. Parintins	NÃO	Turismo	14	26	0	0	0	0	0	1	2	0	0	7	0	0
11. Boa Vista do Ramos	SIM	Não possui	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
12. Borba	NÃO	Cultura	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13. Humaitá	SIM	Cultura e Turismo	1	2	0	0	0	0	3	1	0	1	0	1	0	0
14. Novo Aripuanã	NÃO	Não possui	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15. Tabatinga	NÃO	Não possui	3	10	0	0	0	0	0	1	0	0	4	1	0	0
16. Benjamin Constant	NÃO	Executiva de Turismo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17. Careiro	NÃO	Turismo	0	18	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
18. Manacapuru	NÃO	Turismo	4	15	2	0	0	0	1	1	0	1	2	3	0	0
19. Manaquiri	NÃO	Não possui	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
20. Manaus	SIM	Fundação	505	72	43	3	1	7	64	90	52	11	219	95	5	3
21. Novo Airão	NÃO	Indústria, Comércio e Turismo	8	13	2	0	0	0	0	1	1	0	9	2	0	0
22. Presidente Figueiredo	SIM	Turismo, Empreendedorismo e Comércio	8	17	3	1	0	0	3	2	0	0	11	2	0	0
23. Rio Preto da Eva	SIM	Meio Ambiente, Turismo, Produção, Abastecimento e Terra	1	13	0	0	0	0	1	0	0	0	2	11	0	0

24. Iranduba	SIM	Turismo	5	6	4	0	0	0	0	3	0	0	1	2	3	0	0
--------------	-----	---------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Legenda:

A. Agência de Turismo	H. Organizadora de Eventos
B. Meio de Hospedagem	I. Prestador de Infraestrutura de Apoio para Eventos
C. Prestador Especializado em Segmentos Turísticos	J. Locadora de Veículos para Turistas
D. Empreendimento de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Desportiva	K. Guia de Turismo
E. Acampamento Turístico	L. Restaurante, Cafeteria, Bar e Similares
F. Casa de Espetáculos	M. Parque Aquático
G. Transportadora Turística	N. Centro de Convenções

Fonte: Adaptado de Cadastur (2020), elaborado pela autora, 2022.

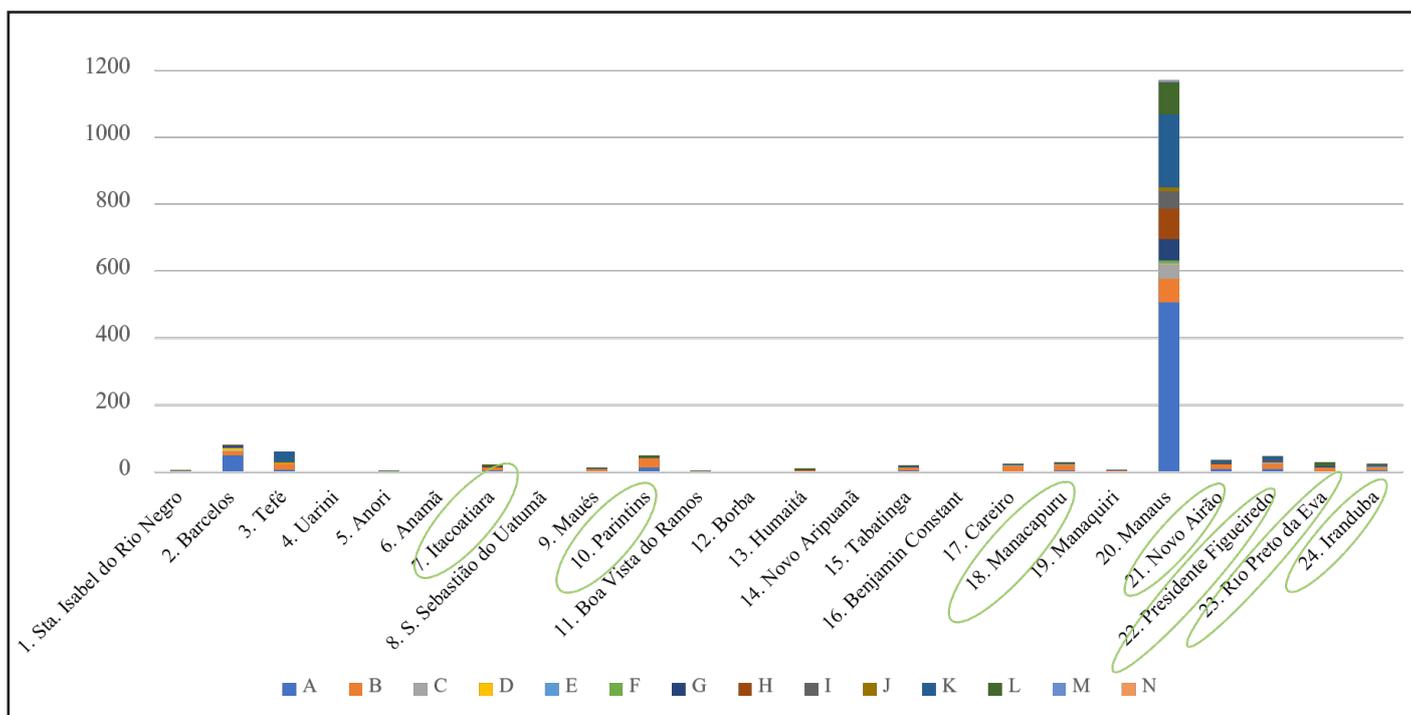
A respeito dos prestadores de serviços especializados em segmentos turísticos, só há registro em 7 municípios, os quais totalizam 59 prestadores, 72,88% instalados em Manaus. O quantitativo de Empreendimentos de Apoio ao Turismo Náutico ou à Pesca Desportiva totaliza apenas 14 registros no Cadastur, concentrados principalmente na cidade de Barcelos, onde o Turismo de Pesca constitui a dinâmica econômica do local. As transportadoras turísticas estão concentradas na capital, com 78% delas. Da mesma forma, as Empresas Organizadoras de Eventos e Prestadores de Serviços de Apoio a Eventos também estão concentradas em Manaus.

Nessa linha de concentração, vários serviços só possuem cadastrados em Manaus. Dentre eles estão: Acampamentos Turísticos (3), Casa de Espetáculos (9), Locadora de Veículos para turistas (15), Parque Aquático (5) e Centro de Convenções (3). Prosseguindo a análise dos dados coletados, quanto ao quantitativo de Guias de Turismo registrados. Do total de 283 profissionais, 251 estão na capital e apenas a cidade de Tefé aparece com outro número mais expressivo desses trabalhadores, com 32 cadastros.

Tais dados causam espanto, uma vez que a fórmula para a inserção de um município em um mapa turístico está baseada nos índices que foram elencados no Quadro 7, que também se refere à quantidade de estabelecimentos, por exemplo. Entretanto conforme pode ser verificado com o Quadro 8, há municípios nos quais não há nenhum meio de hospedagem cadastrado (Santa Isabel do Rio Negro, São Sebastião do Uatumã, Novo Aripuanã e Benjamin Constant), o que faz com que surja o questionamento de o que os possibilitou a compor o Mapa Turístico do Amazonas. Se o critério é baseado naqueles indicativos, por que eles o compõem?

Verifica-se, com o Gráfico 2, a seguir, que a maior concentração da prestação de Serviços Turísticos está na capital Manaus, sendo categorizada como A. Significando que a cidade possui todos os tipos de prestadores de serviços solicitados na categorização, destacando-se como a base para os demais municípios amazonenses.

Gráfico 2 – Diagnóstico dos municípios do Mapa Turístico do Amazonas



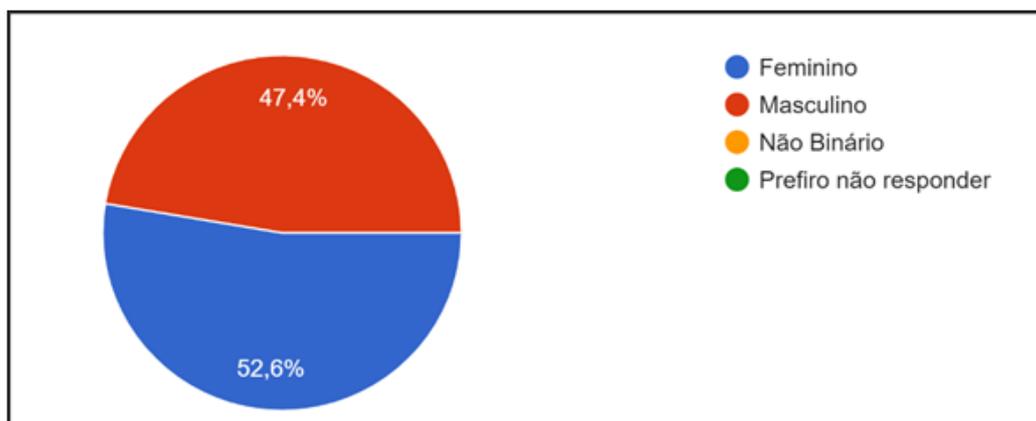
Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Verifica-se também a quase inexistência de prestadores de serviços registrados em pelo menos seis municípios, o que revela não haver atividade turística formal.

3.2 Resultados quanto aos objetivos

Para que pudéssemos conhecer os respondentes, as primeiras perguntas foram sobre o gênero, a faixa etária e o segmento. Em relação aos gêneros, tivemos 52,6% de respondentes do feminino e 47,4% do masculino, conforme representado com o Gráfico 3:

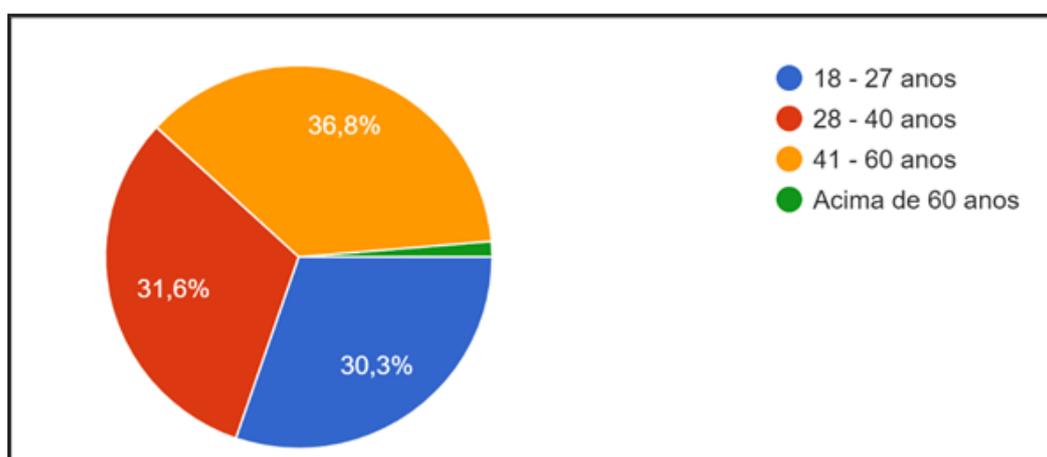
Gráfico 3 – Gênero dos Respondentes



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

A faixa etária dos respondentes foi bem representativa dos 18 aos 60 anos, ficando nos percentuais de 30,3% (23 com 18-27 anos), 31,6% (23 com 28-40 anos) e a maioria com 36,8% (28 com 41-60 anos). A faixa acima dos 60 anos correspondeu a apenas 1,3%, ou seja, apenas 1 respondente era dessa faixa etária, conforme o Gráfico 4:

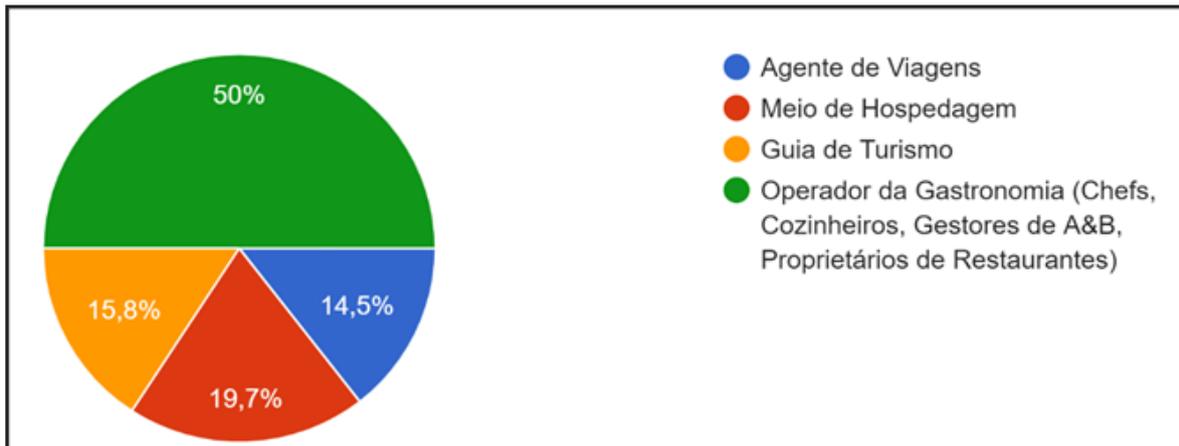
Gráfico 4 – Faixa etária dos Respondentes



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Sobre os segmentos do Turismo dos *stakeholders*, tivemos 14,5% (11) de Agentes de Viagens, 15,8% (12) de Guias de Turismo, 19,7% (15) de Meios de Hospedagem e 50% (38) de respostas dos Operadores da Gastronomia. Com essa amostra, obteve-se respostas bastante consistentes sobre as práticas desses profissionais, que trouxeram informações de quem tem, em seu dia a dia, o contato com os visitantes e busca oferecer a genuína cultura alimentar das cidades e, conseqüentemente, do estado do Amazonas. Com o Gráfico 5, podem ser visualizados os dados obtidos.

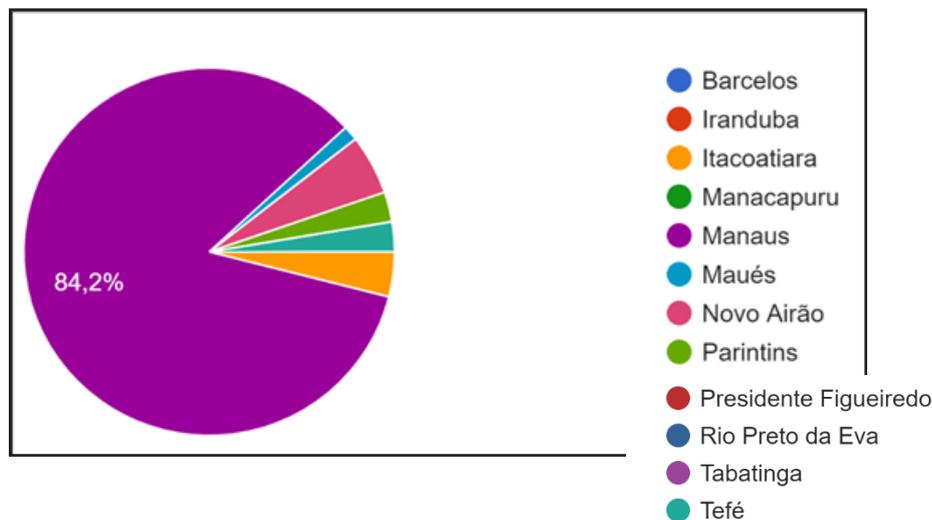
Gráfico 5 – Segmento do Turismo dos Respondentes



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Sobre as respostas das cidades-alvo da pesquisa, do universo de 24 municípios turísticos do Amazonas, fez-se um recorte para se ter apenas os municípios classificados como A e C, um total de 10, acrescentou-se mais dois, classificados como D, mas com uma tradição voltada ao turismo de pesca no estado, há pelo menos 20 anos. Foram encaminhados os formulários de pesquisa a todas as prefeituras municipais das cidades-alvo, através do Instagram, bem como por e-mail e mensagem por WhatsApp aos secretários de Turismo, sem exceção de nenhum deles. Do total de 12 cidades, obtivemos respostas de 6, quais sejam: Maués (1), Parintins (2), Tefé (2), Itacoatiara (3), Novo Airão (4) e Manaus (64), conforme o Gráfico 6.

Gráfico 6 – Municípios dos Respondentes



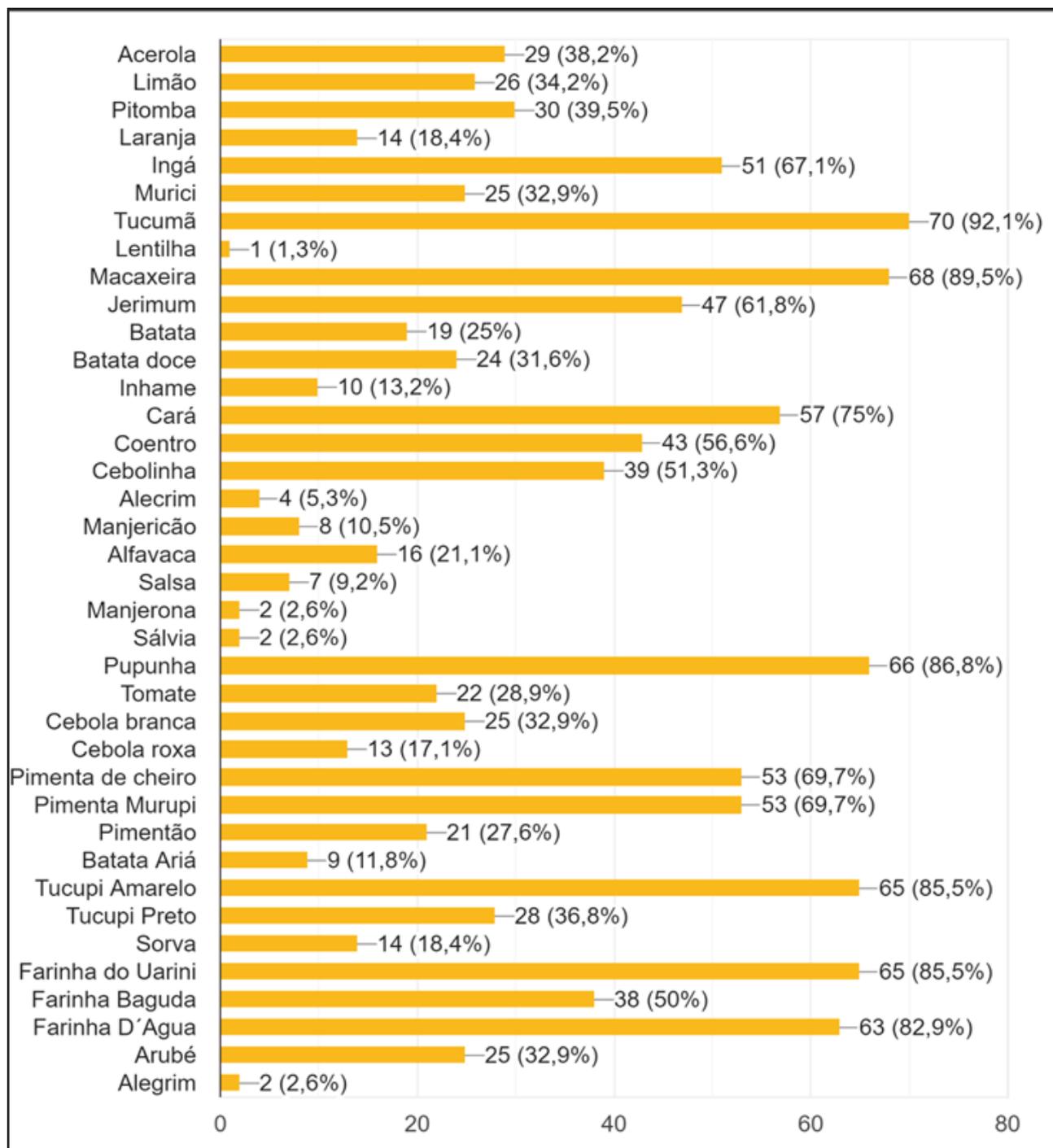
Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

É necessário fazer o registro a respeito da qualidade de conexão à Internet ofertada nos municípios localizados no interior do estado do Amazonas. Há cidades que possuem o serviço, mas de baixo alcance, mesmo sendo cobrados valores exorbitantes. Tal deficiência influenciou diretamente sobre quantidade de respondentes, revelando o descaso para com os moradores de localidades distantes da capital, que possui uma cobertura um pouco melhor.

3.2.1 Conhecer a formação identitária gastronômica e os pratos típicos e regionais do estado do Amazonas

Para obter os resultados que respondessem ao segundo objetivo específico proposto, perguntou-se dos participantes da pesquisa quais as matérias-primas identificadas como parte da gastronomia do Amazonas, de acordo com as opções dispostas e recolhidas em levantamento empírico anterior, a partir do qual se obteve o Gráfico 7.

Gráfico 7 – Matérias-primas identitárias da Gastronomia do Amazonas



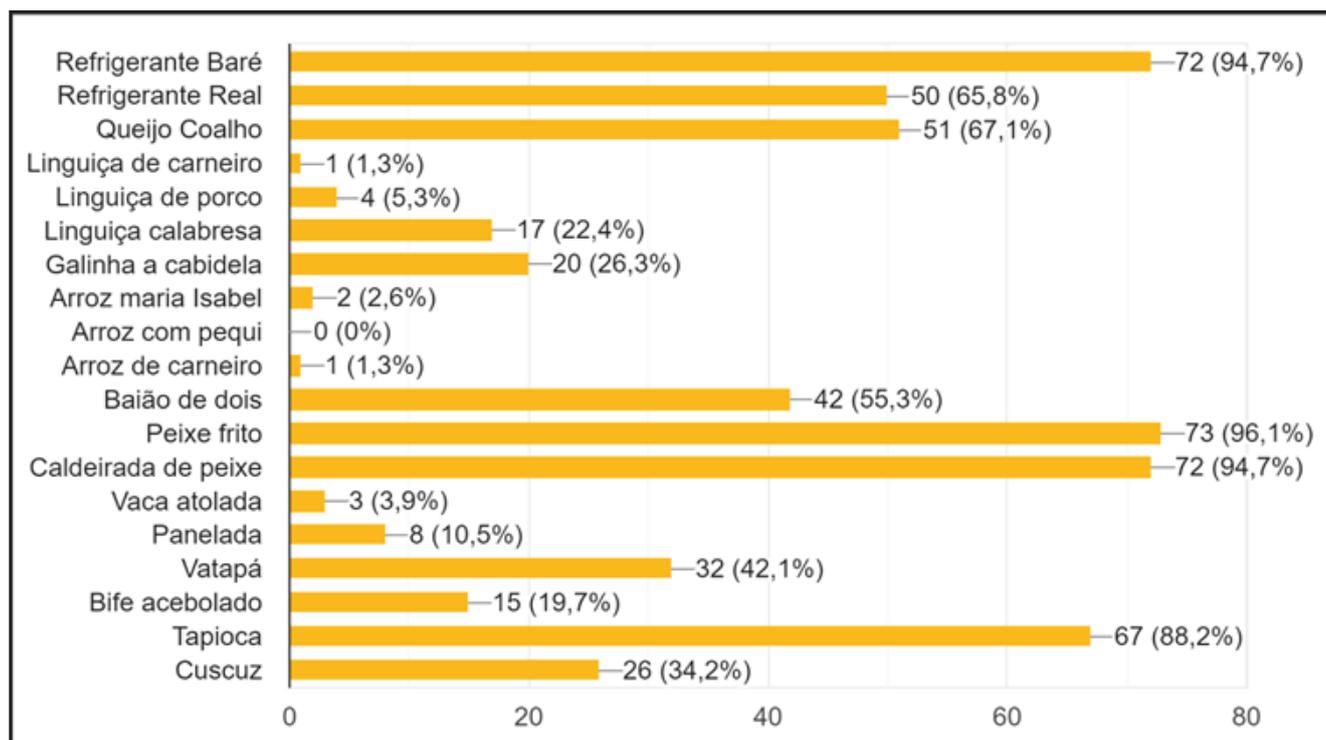
Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Sobre as matérias-primas identitárias da gastronomia do Amazonas, revelou-se produtos como tucumã (89,8%), macaxeira (87,8%), pupunha (87,7%), tucupi amarelo (85,7%), farinha do Uarini (83,7%), cará (73,5%), pimenta murupi (73,4%), pimenta de cheiro (71,4%),

ingá (65,3%), jerimum (63,3%) e coentro (53,1%), que são comumente utilizados em pratos cotidianos e oferecidos nos restaurantes regionais que comercializam a gastronomia amazense.

Em relação aos produtos que os respondentes identificaram como da cultura alimentar amazense, chegou-se ao Gráfico 8, em que se identifica o refrigerante Baré como o mais citado (94,4%), produto manauara existente desde a década de 60 e até hoje o mais consumido, modernizado ao longo dos anos (AMBEV, 2010), assim como o refrigerante Real (65,8%), também tradicional no estado do Amazonas, tendo sido lançado em 1969 e consumido até os dias atuais, em várias versões.

Gráfico 8 – Produtos identificados como parte da cultura alimentar amazense

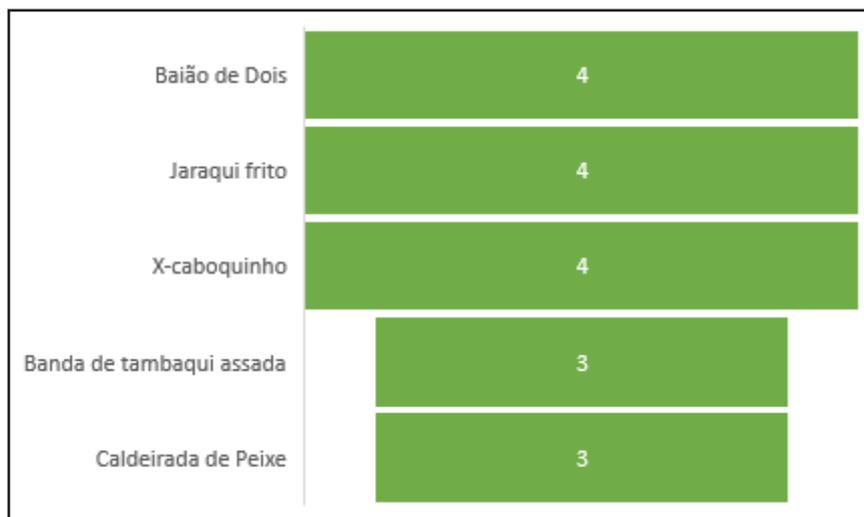


Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

O peixe frito (96,1%) e a caldeirada de peixe (94,7%) figuram como os pratos principais de quase 100% dos respondentes, corroborando outros aspectos investigados nesta pesquisa, quanto à predominância dos peixes. A tapioca (88,2%) e o queijo coalho (67,1%) são insumos utilizados e consumidos durante o café da manhã e durante os horários de merenda (lanche).

3.2.2 Análise junto aos *stakeholders* – Agentes de Viagens, Meios de Hospedagem, Guias de Turismo e Operadores da Gastronomia do Amazonas como elemento cultural na formação do produto turístico do Amazonas.

Para que se pudesse conhecer os pratos e os insumos identitários da gastronomia do Amazonas, perguntou-se para os quatro públicos-alvo da pesquisa de forma aberta: “Quais pratos são a identidade do Amazonas?”. Os resultados obtidos junto aos Agentes de Viagens estão representados com o Gráfico 9.

Gráfico 9 – Pratos Identitários - Agentes de Viagens

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Para esses trabalhadores do Turismo, houve um empate triplo na lembrança dos pratos, que foram o Baião de Dois (4), o Jaraqui frito (4) e o X-Caboquinho (4), lembrados por 4 dos 11 respondentes. Neste caso, temos o acompanhamento mais pedido quando se consome o peixe frito, o baião de dois, um marco da miscigenação que compôs a formação da sociedade manauara, os nordestinos migrantes trouxeram em suas bagagens seus costumes e cultura alimentar, que foi agregada ao cotidiano alimentar amazonense.

Em relação ao X-Caboquinho, é o sanduíche mais popular em Manaus, consumido no café da manhã e na hora da merenda, como é chamado o horário do lanche, da pausa durante a tarde para se alimentar. O famoso prato local é produzido com pão francês, recheado de tucumã (fruta popular em todo o estado), queijo coalho e banana pacovã frita, devidamente esquentado na chapa e servido quente. A receita também pode substituir o pão francês por tapioca, quando é chamada de tapioca caboquinha.

Ratificando a relação da população com o prato, a partir de 15 de outubro de 2019, a iguaria foi classificada como Patrimônio Cultural e Imaterial da cidade de Manaus, por meio do Projeto de Lei nº 202/2019, submetido pelo então Vereador Isaac Tayah (DC) e aprovado pelos vereadores da Câmara Municipal de Manaus (CMM), buscando resguardar a história e identidade do sanduíche para as próximas gerações.

Os demais pratos lembrados são feitos com peixes da região: Caldeirada de peixe (3), que é muito comum em todos os restaurantes regionais, como são chamados os estabelecimentos de AFL especializados em gastronomia local, sendo produzidas com pimenta de cheiro, tomate, cebola, batatas, ovo, cheiro-verde (composto por cebolinha, coentro e alfavaca), acompanhado de pirão de farinha branca.

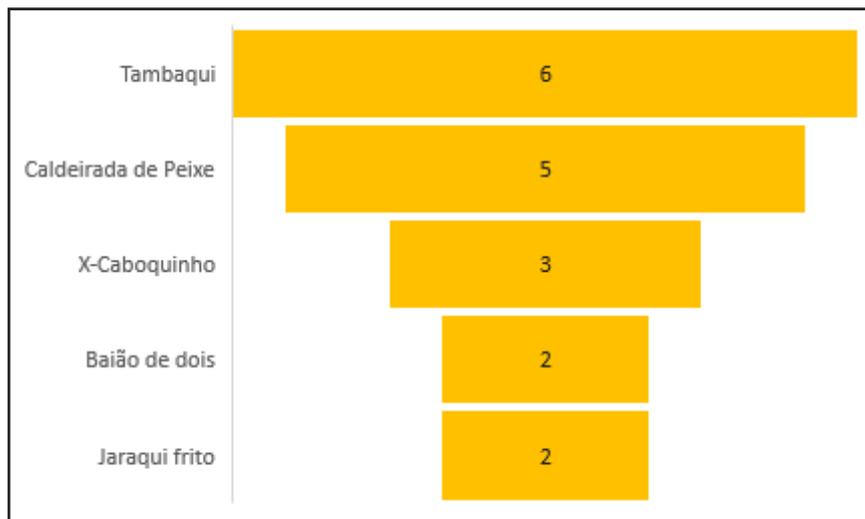
Outro prato apontado foi o tradicional Pirarucu de Casaca (3), composto por Pirarucu seco (salgado), frito e desfiado, agregado a um refogado no azeite de oliva, com batatas e cenouras cozidas e picadas, ervilhas, molho de tomate, acompanhada de farinha do Uarini torrada no leite de coco e bananas pacovã fritas. A iguaria é servida em eventos comemorativos e em barracas de comida de rua.

Outra delícia citada pelos agentes de viagens foi Tambaqui assado (3), prato tradicional dos domingos dos amazonenses, que retrata a herança indígena, tão presente na cultura local, utilizando a brasa para a cocção dos alimentos. Nos últimos 15 anos, passou a ser mais valorizado pela sociedade local, passando para os salões dos restaurantes com o mesmo preparo, popularizando ainda mais o prato.

Por último, foi citada a Farinha (3), que é um acompanhamento cotidiano da mesa dos amazonenses, com vários tipos. Derivada da mandioca, a farinha é diferenciada de acordo com o tratamento que a massa tem, ela pode ter derivações e gerar produtos diferentes. Uma das mais famosas e mais consumidas é a farinha Uarini, mesmo nome do município localizado a 570 km da capital Manaus. Produzida por comunidades ribeirinhas da região do Médio Solimões, no estado do Amazonas, é diferenciada da farinha de mandioca, comumente consumida nas regiões Norte e Nordeste do País e recebeu oficialmente o selo de Indicação Geográfica (IG) (FREITAS, 2019).

Entre os Guias de Turismo, o resultado da pesquisa foi disposto com os nove respondentes, sendo um do município de Maués e oito de Manaus, conforme o Gráfico 10.

Gráfico 10 – Pratos Identitários - Guias de Turismo

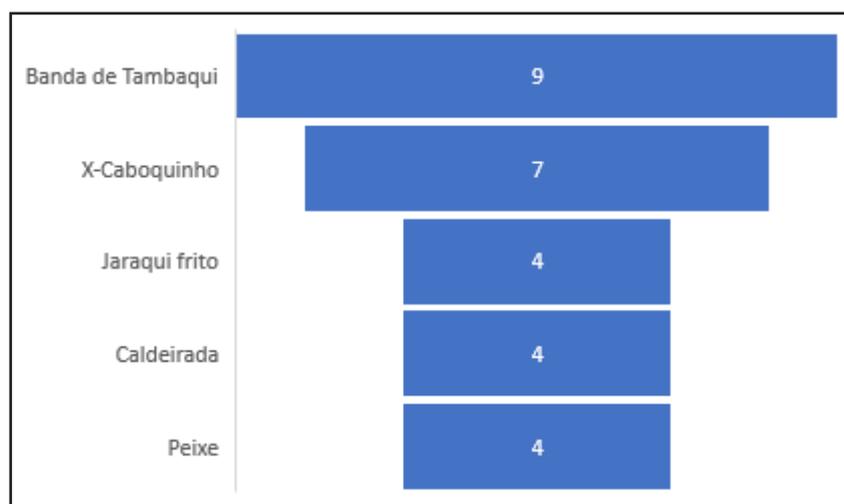


Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

É relevante destacar os peixes, como sendo os mais citados pelos Guias de Turismo, diferenciando-se apenas os preparos. O peixe Tambaqui (6) foi o mais citado, seguido da Caldeirada de Peixe (5), sem a especificação de qual tipo, tendo em vista que a bacia amazônica concentra a maior diversidade de peixes de água doce do mundo: são 2.257 espécies descritas ou 15% do total conhecido pela ciência para o hábitat de água doce em todo o planeta (OBERDRFF, 2019).

Em segundo lugar temos o X-Caboquinho (3), o sanduíche característico do estado, que foi o mais citado pelos Agentes de Viagens.

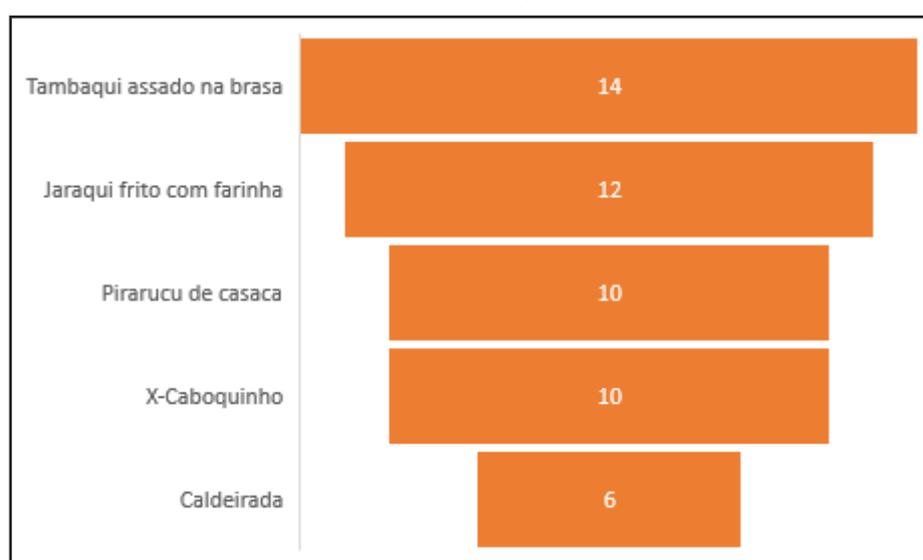
Entre os 12 respondentes dos Meios de Hospedagem, 9 foram de Manaus, um do município de Novo Airão, um de Tefé e um de Parintins, conforme o Gráfico 11.

Gráfico 11 – Pratos Identitários - Meios de Hospedagem

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Dentre eles, os mais citados foram a banda de Tambaqui (9) e o X-Caboquinho (7). Como na maioria desses estabelecimentos, oferecem aos seus clientes a opção de restaurante, então esses pratos compõem o cardápio. Ressalte-se que, excetuando o sanduíche, todos os demais são de peixes da região, confirmando a tese de a base da gastronomia do Amazonas ser os peixes de água doce.

Dentre os trinta e seis respondentes do grupo denominado para esta pesquisa como Operadores da Gastronomia, estão os Chefs, Cozinheiros, Gestores de A&B e Proprietários de Restaurantes, dos municípios de Itacoatiara (2), Manaus (31), Novo Airão (2) e Parintins (1). Por serem os profissionais com maior competência no segmento da Gastronomia, vários pratos foram citados, bem como técnicas de preparo específicas do estado do Amazonas. O Gráfico 12 apresenta os resultados.

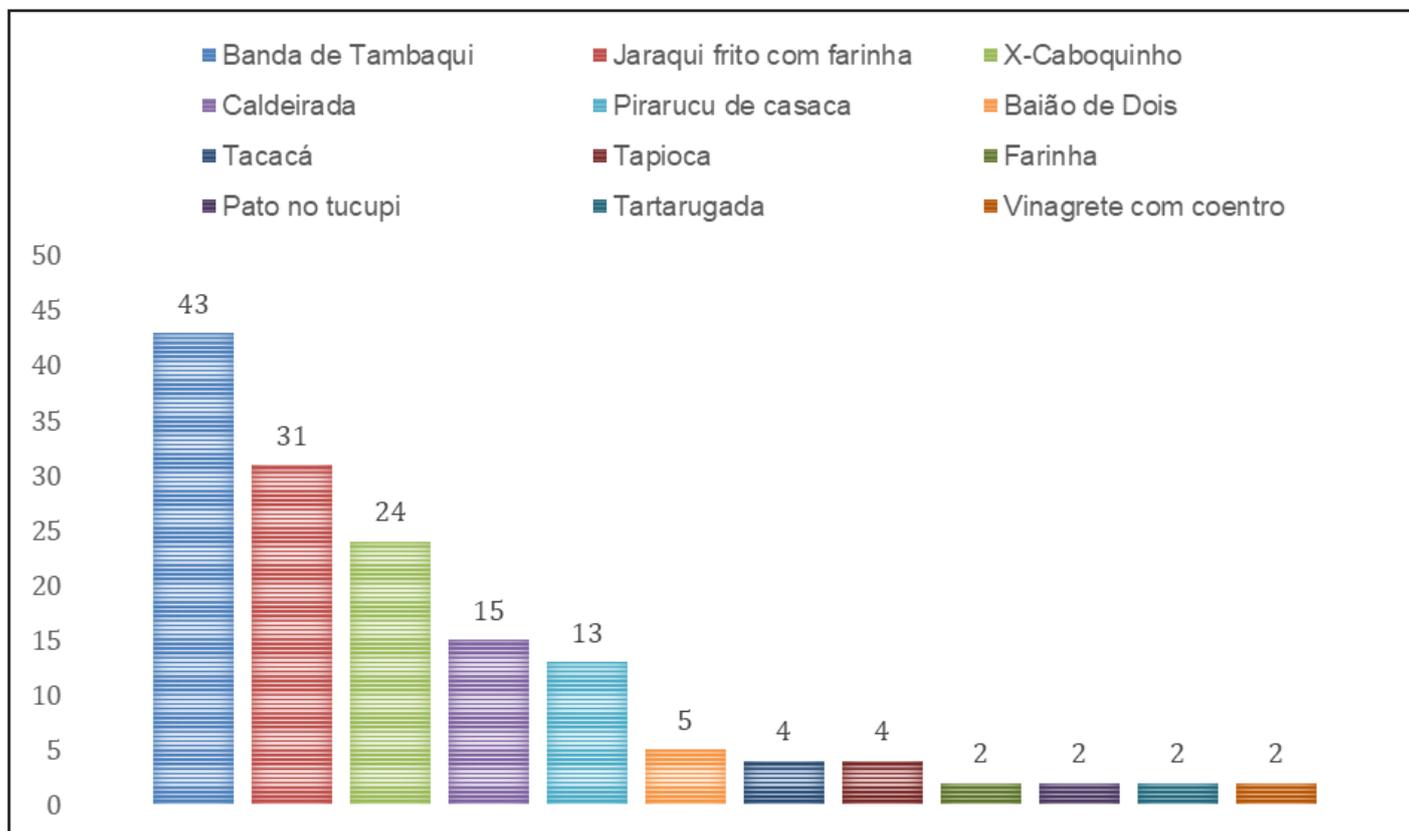
Gráfico 12 – Pratos Identitários - Operadores da Gastronomia

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Os pratos mais citados como identitários entre os operadores da Gastronomia foram o Tambaqui assado na brasa (14) e o Jaraqui frito com farinha (12), ícones da gastronomia amazonense. O Pirarucu de Casaca (10) é um prato denominado de festa, ou seja, servido quando se tem alguma comemoração familiar, principalmente.

Empatado, foi citado do sanduíche local X-Caboquinho (10), que apareceu em todas as categorias, confirmando a identidade gastronômica do prato com os operadores pesquisados. Outro citado que é tradicional do município turístico Parintins, é a Caldeirada de Bodó, comumente encontrado em cardápios dos restaurantes parintinenses e parte do cardápio de um restaurante regional de Manaus, o Tupinabarana, que abriu suas portas e inseriu em seu cardápio o prato, fortalecendo as suas raízes.

Gráfico 13 – Pratos Identitários da Gastronomia Amazonense



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

No universo de respondentes da pesquisa, obteve-se um total de 70 com formulários válidos, com informações de seis municípios, dos doze totais classificados das categorias A e C, incluídos por razões anteriormente explicitadas os municípios de Barcelos e Novo Airão, classificados como D.

Após a análise por segmento-alvo, compilou-se os dados dos *stakeholders*, obtendo-se o Gráfico 13, no qual se verifica que a Banda de Tambaqui (43) é o prato mais citado pelos respondentes, confirmando a tradição dos amazonenses de comer o prato, principalmente aos domingos. O Jaraqui frito com farinha (31) confirma o dito popular: “Quem come Jaraqui, não sai mais daqui!”. O segundo prato mais sugerido foi o sanduíche X-Caboquinho (24), conforme descrito.

Marca do cotidiano local, o peixe compõe a dieta básica dos amazonenses. Em 2020, 2,46 milhões (92,5%) de pessoas no estado consumiram peixe pelo menos uma vez na semana. Em Manaus, foram 1,39 milhão (89,3%). Tais percentuais de consumo são os maiores do Brasil, segundo a Pesquisa Nacional de Saúde 2019, do IBGE (LIMA, 2020).

A caldeirada (15) é o quarto prato mais lembrado e é um prato muito presente na cultura alimentar dos amazonidas, sendo cozinhada com quase que a totalidade dos peixes, com tomate, ovos de galinha, pimentão verde, cheiro verde, colorau e acompanhado de pirão com farinha branca. Foram citados especificamente de Bodó (2), de Tambaqui (3) e

Tucunaré (2).

O quinto prato mais citado foi Pirarucu de Casaca (13), considerado de festa, servido nos encontros familiares para a celebração de nascimentos, batizados, festividades em geral. Elaborado com o Pirarucu seco frito e desfiado, acompanhado de um molho com legumes e extrato de tomate, banana pacovã frita e a farinha do Uarini torrada no leite de coco, montado em camadas e acompanhado de arroz branco.

Peixe frito (10) foi o sexto prato mais citado, não especificando o tipo, tendo em vista o costume de ingestão do alimento pelo menos uma vez por semana da população local, ressaltando o valor mais acessível que os valores das carnes de gado, por exemplo. Um acompanhamento que revela a influência dos nordestinos no estado é o décimo mais citado, o baião de dois, que acompanha peixes e carnes nas refeições.

O nono prato citado foi o Tacacá (4), uma iguaria repleta da cultura indígena, desde a sua preparação, até o vasilhame utilizado para ser consumido. Uma conjunção de goma de tapioca, caldo do tucupi temperado, camarões frescos e folhas de jambu, servido quente numa cuia e geralmente consumido ao final da tarde ou início da noite, mesmo durante o verão amazônico.

A Tapioca (4) foi o décimo prato mais citado, comumente presente no café da manhã ou na hora da merenda, sendo consumido sozinho ou com vários tipos de recheios, dentre eles o tucumã, queijo coalho e banana frita, sendo chamada de tapioca caboquinha.

Outro prato citado foi o Pato no Tucupi (2), comum em todo o Norte do país e, assim como os peixes, tradicional em tempos de festas, como aniversários e o Círio de Nazaré, em Belém do Pará. Consiste na preparação do pato assado ao forno e depois colocado para cocção junto com o caldo do tucupi, temperado juntamente com as folhas de jambu, que promovem uma dormência na boca. Sempre acompanhado de arroz branco e farinha (2), que é um insumo com mais de 20 variedades, sendo a mais famosa a do Uarini ou ovinha, como é popularmente chamada, derivada da mandioca e tradicionalmente produzida em cidades do interior do Amazonas, sendo alimento vendido em feiras, mercados e supermercados do estado.

A Tartarugada (2) foi citada entre os pratos identitários e que era muito comum nas mesas amazonenses, mas que devido às matanças indiscriminadas, quase levando à extinção, o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) implementou o Programa Quelônios da Amazônia (PQA), há mais de 40 anos, proibindo a captura e/ou comercialização, se a tartaruga não for certificada. Na cidade de Manaus, há apenas um restaurante que oferece o prato, com os animais adquiridos de empresas devidamente autorizadas e certificadas para esse tipo de comércio.

Citado também pelos respondentes, o Vinagrete com Coentro (2) é utilizado como acompanhamento de peixes fritos e assados, sem a adição da alfavaca, que compõe o maço de Cheiro Verde (cebolinha, coentro e alfavaca) na região.

Com os pratos citados como identitários, verificou-se que a base da gastronomia amazonense está nos peixes de água doce, que se tem em abundância e nos insumos tradicionalmente da região.

3.2.3 Identificação da potencialidade da gastronomia do Amazonas como elemento diferencial na oferta turística do destino Manaus- AM

Para analisar os dados obtidos com os questionários, foi utilizada a Análise de Conteúdo, embasada em Bardin (2016), tendo em vista a necessidade de organização e compreensão por meio de um processo que sistematizasse os dados em dimensões, categorias, tendências, padrões e relações, buscando um significado. Tal análise, de acordo com a autora, está estruturada em três fases: a pré-análise, a categorização e a inferência (BARDIN, 2016).

Na fase de pré-análise, organizou-se os dados quantitativos que resultaram nos gráficos 3 a 13, acima expostos e comentados. Separou-se as perguntas abertas, para então categorizá-las, buscando as similaridades e as discrepâncias.

Depois de pesquisar sobre a gastronomia amazonense, constatou-se a pouca produção científica, bem como a ausência de uma definição sobre ela, devido a ser sempre chamada de gastronomia regional, conceito de muita amplitude. Para tentar ter uma melhor definição, inseriu-se no instrumento de pesquisa duas perguntas abertas, quais sejam: “Na sua opinião, como a gastronomia do Amazonas contribui para a experiência da viagem para o Amazonas?”, “Como a Gastronomia do Amazonas poderia ser divulgada?”. Para tanto, elencou-se as categorias baseadas nos conteúdos gerados pelos respondentes, estabelecendo:

- C 1 – Opinião sobre a Gastronomia Amazonense;
- C 2 – O diferencial da Gastronomia Amazonense;
- C 3 – De que forma a Gastronomia influencia na experiência da viagem;
- C 4 – A divulgação da Gastronomia é realizada;
- C 5 – A difusão por parte dos *stakeholders* da Gastronomia Amazonense.

Na C1, verificou-se que a gastronomia amazonense é positivamente um dos elementos que impactam, quando o visitante ou turista está no estado do Amazonas, mesmo não tendo informações antes de chegar, reforçando a necessidade de efetivamente estruturar e fortalecer a sua divulgação, assim como participar de feiras e eventos nacionais e internacionais, promovendo os produtos e pratos identitários da gastronomia local.

Na C2, foram ressaltados os temperos e os peixes que são muito utilizados na gastronomia amazonense, além das técnicas de preparo e de conservação, que são enraizadas nos conhecimentos indígenas há muitos séculos. Os sabores únicos, que são chamados de exóticos por quem chega, reforçam as diferenças de outras cozinhas, de outras culturas alimentares, revelando a falta de conhecimento sobre o que é do Amazonas. Mesmo se a sociedade amazonense é formada por portugueses, árabes, nordestinos e tantos outros povos, ainda hoje causa estranheza, exotismo, pela falta de divulgação, de profusão das raízes da comida cabocla.

Na C3, revelou-se a necessidade de maior apoio para a oferta da gastronomia amazonense, por parte dos agentes de viagens e hoteleiros, pois não há a exploração, no sentido de divulgação, antes de os turistas chegarem, fazendo com que haja uma certa frustração, devido a não se poder conhecer, em poucos dias de viagens, a culinária de forma mais aprofundada.

Por parte dos Operadores da Gastronomia respondentes, sendo os trabalhadores que menos aparecem, mas que se destacam quando do ato de comer, a contribuição para uma experiência positiva é enorme, abrindo uma lacuna para outras formas de poder experimentar, como por exemplo, colhendo os insumos, aprendendo e participando do pre-

paro dos pratos. Para os Guias de Turismo, a gastronomia certamente influencia e muito positivamente, mas ainda de forma restrita.

A C4 trouxe as formas como os *stakeholders* fazem a divulgação em cada um dos seus segmentos de trabalho na atividade turística. Para os agentes de viagens, nas interações com os clientes, buscam indicar estabelecimentos que oferecem a gastronomia amazonense, bem como fazem postagens em suas redes sociais, abordando um ou outro prato ou insumo identitário.

Para os hoteleiros, há uma facilidade nas unidades que possuem restaurantes, que oferecem em seus cardápios os pratos, facilitando também a divulgação. Para os Guias de Turismo, a divulgação se dá quando do contato com os clientes, principalmente próximo aos horários das refeições, conduzindo-os para os estabelecimentos de AFL que a ofertam. Para os operadores da gastronomia, a divulgação faz parte do dia a dia de trabalho, explorando as redes sociais e a rede de clientes, para se destacar no mercado local.

As opiniões dos respondentes em relação à C5 geraram muito interesse, por tratarem da difusão da gastronomia amazonense, visando ao incremento do Turismo no estado. Os agentes de viagens abordaram sobre os materiais de divulgação, que estão aquém da qualidade e sabores da floresta, necessitando que seja elaborado um material de alto padrão, com pormenores dos insumos, diferenciais e pratos que se destacam na oferta da gastronomia local, com vistas a despertar a curiosidade do viajante, sendo motivado não só a conhecer as belezas naturais, mas também se deliciar com a gastronomia local, quando da presença nas cidades turísticas do Amazonas.

Para os hoteleiros, a oferta de festivais gastronômicos para a população local e os turistas, em sua maioria, foi a sugestão para a difusão da gastronomia amazonense, pois poderiam apresentar desde o insumo em seu estado natural, até as mais variadas formas de preparo, uso e pratos em que pode se desdobrar.

Trazendo a teoria de Henderson (2009), que aborda o Turismo e a Gastronomia e analisando em relação ao estado do Amazonas, temos o Quadro 9.

Quadro 9 – Teoria e análise, de acordo com Henderson (2009)

TEORIA	ANÁLISE
Comercialização de alimentos para turistas	Há essa comercialização, mas o turista acaba tendo contato somente quando da sua chegada à cidade, sem conhecimento antecipado quanto aos insumos, aos pratos ou aos produtos com os quais terão contato durante a viagem. Há de se trabalhar institucionalmente a Gastronomia do Amazonas, por parte dos gestores públicos, em parceria com os empresários locais, buscando a divulgação da cultura alimentar do amazonense, que desvela a cultura do Amazonas.
Comida como produto turístico	Para que a comida amazonense seja um produto turístico, faz-se necessária a conexão entre o recurso e o atrativo. Não houve ainda esse importante passo, que resultará em que a comida seja, de forma plena, um produto turístico. Há desconexão entre os estabelecimentos de Alimentação Fora do Lar e a atividade turística no Amazonas. Sem essa parceria conjunta, não há como ampliar o potencial de oferta da comida do Amazonas aos turistas.
Turismo Gastronômico como instrumento de destino e desenvolvimento geral	Para que o turismo gastronômico possa ser estruturado no Amazonas, torna-se necessário um mapeamento conjunto de todos os atores envolvidos na cadeia de valor da gastronomia, para poder compor a oferta turística local. Conhecer-se, apropriar-se, para se potencializar.

Fonte: Adaptado de Henderson (2009), elaborado pela autora, 2022.

Corroborando com a teoria de Henderson (2009), foi lançado no Brasil, em junho de 2022, o Estudo de Tendências do Turismo Gastronômico Brasil 2030, que traz prospecções para o segmento e reafirma que, quando bem trabalhado pelos destinos turísticos, o turismo gastronômico, como se propõe, pode ser um impulsionador para produtos com potencial produtivo e de comercialização, além de para a valorização dos patrimônios, das comunidades tradicionais e para o desenvolvimento de novas experiências e negócios (NASCIMENTO, 2022).

Assim, cada vez mais deve ser integrado aos projetos, planos e propostas do setor de Turismo, para a cidade de Manaus e para o estado, a Gastronomia, a comida, a cultura alimentar, que complementam o produto turístico Amazonas.

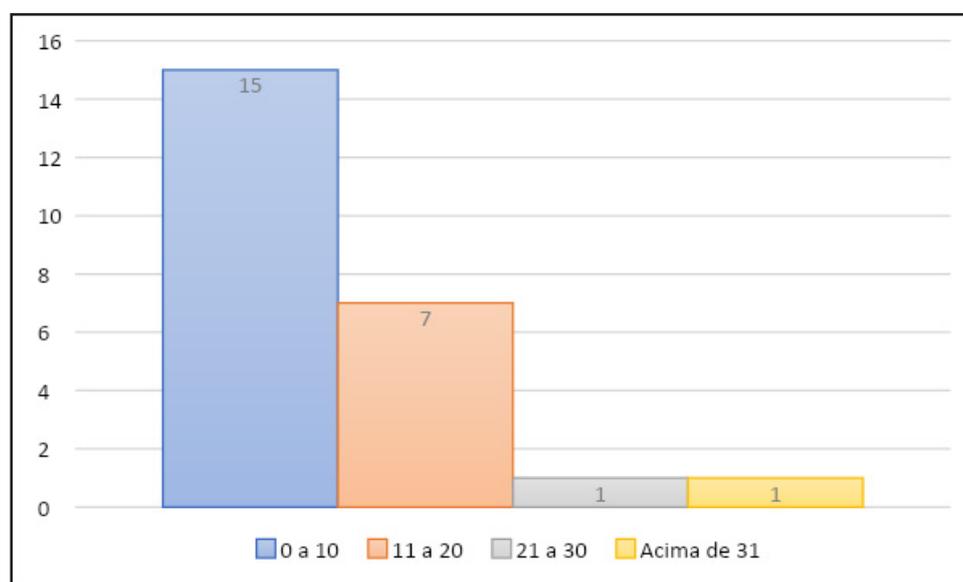
4.2.4 Mapa Gastronômico do Amazonas – Regiões e seus sabores

Para que se possa elaborar um Mapa Gastronômico de um estado, faz-se necessário um levantamento de todos os municípios que compõem o mapa turístico estadual. Este foi um dos objetivos desta pesquisa e o não cumprimento se deve às restrições sanitárias impostas por conta da Pandemia de COVID-19 no mundo e, especialmente, no estado do Amazonas.

Juntando-se a este fato, soma-se a precária rede de acesso à Internet nos municípios (excetuando-se apenas a capital Manaus, que possui uma rede de cobertura razoável) e a não disponibilidade, por parte dos poderes públicos municipais e estaduais, que foram procurados, mas apenas a prefeitura de Novo Airão e Manaus (Gestão do Prefeito Arthur Neto – 2018-2021) ajudaram a divulgar a pesquisa em suas localidades.

Do universo de 62 municípios que compõem o estado do Amazonas, 24 compõem o Mapa Turístico, mesmo sem estarem devidamente enquadrados de acordo com o estabelecido pelo Ministério do Turismo, no que tange às variáveis objetivas utilizadas para a categorização dos municípios, causando estranheza, porque aguça a pergunta: Por que foram incluídos, se não há nenhum Meio de Hospedagem cadastrado no Cadastur? Conforme apresenta o Gráfico 14.

Gráfico 14 – Quantidade de Meios de Hospedagem no Cadastur



Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

Há uma necessidade de se capacitar os *trades* turísticos locais quanto à importância da formalização dos estabelecimentos, para que se possa ter o real diagnóstico de cada localidade e fortalecer a atratividade turística, buscando apoio para o financiamento de estruturas que facilitem o acesso dos turistas, durante sua estadia.

Uma floresta de sabores da gastronomia do Amazonas e seu papel no incremento do turismo



CONSIDERAÇÕES FINAIS

*“Por isso é bom ser caboco,
por isso eu gosto daqui”.*
CELDO BRAGA, Peixes

Enfim, chegamos ao final deste estudo, com inquietações, questionamentos e possibilidades ao real desenvolvimento e incremento da gastronomia do Amazonas, dentro da atividade turística do estado. A Pandemia de COVID-19 impossibilitou maior aprofundamento em vários aspectos da pesquisa, com limitações impostas, o que instiga a uma continuidade do trabalho, em vertentes e profundidades diferentes.

Sabores, aromas, temperos, modos de preparo, insumos locais, descobertas e segredos culinários foram conhecidos ou revisitados até chegar aqui. A identidade do amazônica foi exposta e ressaltada, revelando a face miscigenada dos indígenas, nordestinos, portugueses, árabes, japoneses e demais habitantes do mundo que escolheram as terras das Amazonas para morar e viver.

Mesmo se o caboclo amazonense assimilou muitos dos costumes impostos por padrões forasteiros, nunca deixou seus hábitos alimentares de lado, sendo praticados em casa, junto aos seus. As maneiras tímidas podem ser interpretadas equivocadamente como antipatia, por parte de quem chega para nos visitar, mas também são herança dos tempos em que os “descobridores” chegaram e impuseram as suas culturas, com a intenção de apagamento das locais.

Todavia, com os olhos em direção ao futuro, há muitas iniciativas sendo apresentadas por parte da Prefeitura Municipal de Manaus (PMM), como o projeto “Nosso Centro”, que visa à instalação de um teleférico de 1,2 km, que fará a ligação do Centro Histórico de Manaus, até a orla do bairro São Raimundo, Zona Oeste da capital, e servirá de modal de transporte para a população e turistas.

Figura 8 – Imagens ilustrativas do Teleférico da Orla de Manaus



Fonte: Instagram Viva Manaus – Facebook Manauscult, acesso em 21 de fevereiro de 2022.

A promessa é de uma intervenção urbana transformadora e de alto impacto turístico, integrando outras intervenções urbanas propostas para a revitalização do Centro Histórico. Chama atenção, quando da apresentação do projeto, a fala do Diretor de Planejamento do Instituto Municipal de Planejamento Urbano (Implurb), o arquiteto Pedro Paulo Cordeiro, que destacou a intenção de proporcionar a volta da moradia ao Centro, com diversidade de usos, facilitando também a mobilidade, quando se aproxima a moradia do local de trabalho (MANAUS, 2021).

Ressalte-se a importância do discurso da autoridade citada e dos representantes municipais, ao destacarem que tal futuro equipamento turístico é para uso dos moradores locais, inserindo um espaço de destaque para a gastronomia amazonense, ação rara em nossa cidade e estado, fomentando a visibilidade necessária para o fortalecimento do segmento da nossa culinária junto à população, da qual o turista também pode usufruir, quando da sua visita a Manaus.

Outra ação divulgada pelo Governo do Estado do Amazonas e pela PMM, que pode beneficiar o Turismo e a Gastronomia em Manaus, foi a reforma de 29 feiras e de mercados municipais que receberão reformas e ampliações, com investimento de R\$ 30 milhões. Tais locais são identitários, pois comercializam a mais pura cultura alimentar de toda a localidade e podem ser equipamentos turísticos, oferecendo condições para os Guias de Turismo e moradores levarem os visitantes para conhecer e degustar a culinária-raiz.

Como destaca Beleze (2019), o desenvolvimento do Turismo no âmbito da criação de experiências autênticas com a cultura local é de grande relevância gastronômica na organização dessa atividade. Tais fatores são todos essenciais nesse segmento turístico, não só para suprir necessidades e expectativas dos visitantes, mas sobretudo para a sustentabilidade do destino. Sendo assim, as iniciativas, mesmo ainda sendo promessas, fomentam uma intenção de incremento do setor para a economia local.

De acordo com a teoria de Henderson (2009), a qual destaca que a gastronomia pode ser trabalhada pelo destino por meio da comercialização de alimentos para os turistas, no caso do Amazonas poderia ser potencializada com a conexão de setores da economia, como produção pesqueira, agricultura e gestão municipal, organizando a atividade, incrementando a cadeia produtiva local e oferecendo aos turistas a cultura alimentar, desde a sua produção, até o consumidor final.

A comida como produto turístico necessita de um maior engajamento entre os atores do setor, tendo em vista que 1/3 dos Estabelecimentos de Alimentação Fora do Lar não possuem cadastro no Cadastur, como se o setor não guardasse relação com a atividade turística, quando os custos com a alimentação em uma viagem são o terceiro prioritário, depois de passagens aéreas e hospedagem.

Com essa integração, a gastronomia local tende a se fortalecer, visando à ampliação do público, com a frequência de turistas que necessitam de atenção especial em relação ao cardápio em outra língua, atendimento bilíngue para facilitar os pedidos, bem como a explicação do que compõe cada prato, por exemplo.

No que tange ao turismo gastronômico como instrumento de destino e desenvolvimento geral, o estado carece de políticas públicas de proteção dos saberes e fazeres da comida, culinária e gastronomia locais, que possam promover e fortalecer o setor, para contribuir em prol da atividade turística nos municípios turísticos anteriores e atuais, tendo em vista o recadastramento que a Amazonastur está realizando desde o final de 2021, que continua em 2022.

Os exemplos dos estados do Rio de Janeiro, com a Lei nº 7.180, de 28 de dezembro

de 2015, que estabelece o Marco Referencial da Gastronomia como Cultura e dá outras providências; do Mato Grosso, com a Lei nº 11.417, de 14 de junho 2021, que institui a Política Estadual de Desenvolvimento da Gastronomia; do Ceará, com a Lei nº 15.002, de 21 de setembro de 2011 (Diário Oficial de 30 de setembro de 2011) e de Minas Gerais, em fevereiro de 2021, quando foi integrado ao Programa Estadual de Desenvolvimento da Gastronomia Mineira (PEGM) o “Plano Cozinha Mineira”, que propõe a implantação de políticas públicas e privadas, voltadas à gastronomia mineira. Tal plano estabelece 72 iniciativas, com o valor total estimado em R\$ 163 milhões, a serem executadas de 2021 a 2024 (CÂMARA, 2021).

Em 4 de maio de 2021, apresentamos uma sugestão de legislação pertinente à gastronomia ao presidente da Comissão de Turismo, Indústria, Comércio, Desenvolvimento Econômico, Trabalho e Renda, o vereador William Alemão, em uma audiência solicitada, vislumbrando que ele pudesse propor a lei para o município de Manaus.

Como desdobramento da visita, em 30 de junho de 2021, foi recebido o Ofício nº 101/2021 – GWA/CMM (Apêndice F), que convidava a UEA para compor a Comissão de Gastronomia do Município de Manaus, para a qual a autora foi indicada, por meio do Ofício nº 767/2021-GR/UEA, enviado em 19 de agosto de 2021 (Apêndice F), mas até a data de fechamento deste texto (julho de 2022), não foi realizada nenhum tipo de reunião, presencial ou virtual, para a discussão do tema.

Através de buscas no site da Câmara Municipal de Manaus (Disponível em: www.cmm.am.gov.br), verificou-se que, no dia 1 de abril de 2022, foi enviado para apreciação o Projeto de Lei nº 083/2022, que “Estabelece, no âmbito do município de Manaus, o Marco Referencial da Gastronomia como Turismo e Cultura e dá outras providências” (Apêndice G), sendo um resultado positivo da pesquisa iniciada nesta tese.

Após a defesa, buscaremos retomar as conversas, com vistas a contribuir para a concretização dessa importante política pública e valorização de nossa cultura alimentar, ao definir a gastronomia do Amazonas como uma cozinha que valoriza os produtos locais, tendo sua base em peixes de água doce, bem como verduras e legumes, tendo como acompanhamento farinha de mandioca em suas mais diversificadas variações, mesclando técnicas de cocção originárias dos povos indígenas, que se manifesta em pratos identitários.

Assim, para o estado do Amazonas, sugere-se o uso da Gastronomia como um produto turístico, tendo em vista que hoje ainda é um recurso com participação muito tímida quando se pesquisa, entrevista ou se questiona os gestores públicos do Turismo, da cidade de Manaus e do estado amazonense.

É preciso estimular a difusão da Gastronomia como produto turístico, que pode contribuir para a valorização e preservação do patrimônio cultural, assim como para a afirmação da identidade cultural da comunidade local, através dos alimentos, dos saberes e das técnicas utilizadas na confecção dos pratos ou no modo como são cultivados determinados produtos.

O Turismo, como vetor econômico de uma localidade, contribui muito para dinamizar a economia local, ao impulsionar a criação de novos negócios, que envolvem vários atores da cadeia produtiva, tais como: produtores, fornecedores, chefs, agentes turísticos, agências de viagens, hotéis, dentre muitos outros.

Outro desdobramento da pesquisa foi o convite para compor um grupo de trabalho, de modo a sugerir ideias que darão origem às diretrizes e ações para compor parte do plano de cultura da cidade de Manaus, que será transformado em Lei e norteará a política cultural de Manaus. A reunião foi realizada no dia 4 de maio de 2022, no Palácio Rio Branco,

presidida pelo vice-presidente do Conselho Municipal de Cultura, senhor Neilo Batista.

Como desdobramento, reunimo-nos em 9 de maio de 2022, na Casa de Comida Indígena Biatuwi, com a chef Clarinda Maria Ramos, a chef Débora Rodrigues Valente, a articuladora cultural Monik Nicoline Menezes Ventilari e o chef Saulo Zhamis Sousa Benicio, a partir do encontro, foi elaborado um documento, enviado em 11 de maio de 2022, conforme solicitado (Apêndice H).

Reflexões sobre as não-respostas

As não respostas à pesquisa refletem como estão o mercado e o setor da Gastronomia em Manaus, de modo geral. Como alguns dos respondentes enfatizaram, há cerca de 5 anos começou a ser dado maior destaque à gastronomia do Amazonas, sempre chamada de gastronomia regional, com uma conotação de que se come a mesma comida em toda a Região Norte, o que é uma falácia, tendo em vista que há peculiaridades de estado para estado.

Muitas publicações de livros de receita por Chefs de Cozinha famosos nacionalmente começaram a surgir, como Ana Luiza Trajano, Alex Atala, Janaína Rueda e o catarinense radicado em Manaus, Felipe Schaedler, que conheceram e escreveram sobre a “exótica” cozinha da Amazônia, despertaram a curiosidade das pessoas e passaram a saber um pouco mais sobre a Gastronomia Amazonense, mas ainda sem essa nomenclatura, apenas denominada como gastronomia regional.

Em contraponto, analisando os dados obtidos e realizados os cruzamentos com o Quadro 2, dos Estabelecimentos de Alimentação Fora do Lar – AFL de Comidas Regionais associados à ABRASEL-AM, nenhum respondeu à pesquisa, deixando algumas lacunas reflexivas:

Revela um distanciamento entre o mercado e a Academia, quando não atendem o chamado de uma pesquisa que é diretamente sobre o ramo do negócio;

Conduz ao pensamento de que os estabelecimentos se percebem como consolidados dentro do mercado manauara e uma pesquisa acadêmica não poderia representar incremento das suas atividades, de nenhuma maneira;

O distanciamento entre o setor de Gastronomia e o de Turismo, tendo em vista o quantitativo de restaurantes regionais cadastrados no Cadastur e os Associados à ABRASEL-AM, transparecendo que os próprios empresários não reconhecem a relação entre tais setores;

Confirma que a Gastronomia no Amazonas ainda é um recurso e não um atrativo, abrindo uma oportunidade para organizar, conectar e fortalecer o setor e o Turismo, contribuindo para a experiência de cada viajante.

No que tange à não resposta dos gestores municipal e estadual, há também outro abismo, tendo em vista a formalização do pedido de entrevista aos dois, em épocas diferentes, tendo sido flexibilizadas as medidas sanitárias da cidade em relação à Pandemia de COVID-19, o que frustra a pesquisadora, pois um dos objetivos específicos era o Mapa Turístico Gastronômico do estado, que não pôde ser concretizado, devido à ausência da entrevista com o gestor estadual.

Os desafios desta presente tese não se encerram com a sua defesa. Eles se recriam, porque conforme se revelou, a gastronomia do Amazonas passa a ter uma referência de seus sabores da floresta e impulsiona ao desdobramento para múltiplos olhares. Marcante

durante todo o percurso da pesquisa e das análises realizadas, foi a desconexão entre a História, a Geografia, a Antropologia e o sentimento de pertencimento, que todo cidadão deveria ter para com o seu local de nascimento ou que escolheu para viver.

O outro, o forasteiro, o visitante quer conhecer, quer saber mais sobre a nossa cultura, a nossa identidade que não é propagada, o que faz com que somente quando se chega às cidades amazonenses possa ser conhecida e, a partir daí, tem-se um universo a ser explorado, mas ainda sem a identificação do caboco, deixando vazia a interação do visitante com o visitado.

A necessidade de se fortalecer internamente com as descobertas, registros das receitas, dos modos de preparo, dos pratos identitários por meio das avós, merendeiras, mães, trabalhadoras e trabalhadores da gastronomia como um todo, aprimorará a base da Gastronomia Amazonense.

Conforme afirma o Chef de Cozinha Anthony Bourdain (1956-2018), “Comida é tudo o que somos. É uma extensão da sua história pessoal, da sua região, do seu bairro, da sua tribo, da sua avó”. A comida é inseparável desses valores subjetivos e coletivos, como tal, precisa estar devidamente organizada, para oferecer uma experiência positiva e completa.

Buscar respostas sobre a valorização que o outro dá à nossa vida, aos nossos costumes e ao que nós, amazonenses, por muitas vezes não damos. Ou até damos, mas não falamos, não bradamos o que é nosso, como fazem com primor nossos vizinhos paraenses. Meneses (2013) afirma que revisitar o passado, trazendo ao debate outros saberes de outras culturas, transforma-se assim numa exigência para ampliar as possibilidades de mudança, para ampliar a democracia. Conhecer-se para se valorizar.

Os saberes contidos e transmitidos durante o preparo das comidas revelam a união dos ingredientes, que muitas vezes foram trazidos por pessoas de outras paragens e que, ao se juntarem aos ingredientes locais, transformam-se em uma comida identitária, um alimento que desvela a cultura.

Precisamos nos apropriar dos conhecimentos endógenos do povo amazonense para que, a partir desses estudos, pesquisas e tratados, possam ser aclarados e difundidos com mais propriedade sobre a comida, a culinária e a gastronomia do Amazonas, que é recheada de sabores identitários e inigualáveis.

REFERÊNCIAS

AMAZONAS. Lei No. 6 de 29 de janeiro de 1959. **Cria o Departamento de Imprensa, Turismo e Propaganda do Estado do Amazonas – DITPEA.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano LV, Número 18.814, Edição de 30 de janeiro de 1959, p. 1 e 2. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/978/#/p:1/e:978>

AMAZONAS. **Autorização de viagem para o presidente e assessor da EMAMTUR para abertura do Festival de Gastronomia e artesanato do Amazonas em São Paulo.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano II, Número 0334, Edição de 01 de agosto de 1986. p.3. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/8087/#/p:7/e:8087>

AMAZONAS. **Contratação do SENAC para oferecer curso de Guia de Turismo para 62 alunos.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano II, Número 0323, Edição de 15 de julho de 1986. p.24. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/8074/#/p:28/e:8074>

AMAZONAS. Convênio **da EMAMTUR e a Aliança Francesa para os funcionários.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano I, Número 0280, Edição de 14 de maio de 1986. p.23. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/8031/#/p:31/e:8031>

AMAZONAS. **Decreto de 15 de março de 1991.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano XCVII, Número 27.173. Edição de 23 de agosto de 1991. p.7. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/9206#/p:19/e:9206?find=EMAMTUR>

AMAZONAS. **Decreto No. 11.292 de 21.07.1988 que reorganiza o Quadro de Pessoal da Empresa Amazonense de Turismo.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano III, Número 0808. Edição de 22 de julho de 1988. p.10,11 e 12. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/8568#/p:10/e:8568?find=EMAMTUR>

AMAZONAS. Decreto No. 265 de 30 de agosto de 1965. **Regulamenta a Comissão de Desenvolvimento Econômico do Estado do Amazonas – CODEAMA e cria Departamento de Turismo e Propaganda – DEPRO.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano LXXI, Número 20.734, Edição de 31 de agosto de 1965, p. 1 e 2. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/2891/#/p:1/e:2891>

AMAZONAS. Decreto No. 296 de 20 de setembro de 1965. **Regulamenta o Fundo de Turismo e Propaganda instituído na Lei No. 100 de 20 de setembro de 1956.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano LXXI, Número 20.751, Edição de 21 de setembro de 1965, p. 1. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/2908/#/p:1/e:2908>

AMAZONAS. **Decreto No. 5682 Regulamento do lançamento, recolhimento, cálculo, controle e fiscalização do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza na forma da Lei No. 1697, de 20 de setembro de 1983.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano III, Número 0480, Edição de 16 de março de 1987. p.8 a 28. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/8237/#/p:1/e:8237>.

AMAZONAS. **Define a Política Estadual de Turismo, extingue o DEPRO, Cria a Empresa Amazonense de Turismo - EMAMTUR e Cria o Conselho Estadual de Turismo-CETUR.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano LXXVI, Número 22.053, Edição de 09 de julho de 1970. p. 1 e 2. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/4202/#/p:1/e:4202>

AMAZONAS. **Estatuto da Empresa Amazonense de Turismo-EMAMATUR.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano LXXVI, Número 22.071, Edição de 04 de agosto de 1970. p. 1 a 3. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/4220/#/p:1/e:4220>

AMAZONAS. **Extrato de Contato da Processamento de Dados do Amazonas S.A-PRODAM para o desenvolvimento de sistema de Dados e Emissão de Relatórios de Pesquisa de Turismo Receptivo.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano I, Número 0226, Edição de 21 de fevereiro de 1986. p.24. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/7977/#/p:24/e:7977>

AMAZONAS. **Extrato de Convênio da EMAMTUR e a Secretaria Especial de Promoção e Desenvolvimento Econômico do Amazonas em São Paulo para divulgar as potencialidades turísticas no mercado emissor de turistas para o Amazonas.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano 1, Número 02, Edição de 18 de abril de 1986. p.27. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/8015/#/p:35/e:8015>

AMAZONAS. **Extrato de Convênio SENAC, ABAV E EMAMTUR para Curso de Guia de Turismo.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano XCVIII, Número 27.283. Edição de 15 de março de 1991. p.6. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/9316#/p:30/e:9316?find=EMAMTUR>

AMAZONAS. **Extrato de Termo de Convênio No. 02/93** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano XCIX, Número 27.717. Edição de 04 de junho de 1993. p.5. Disponível em:

AMAZONAS. **Extrato No. 10/90 do Contrato NO.10/90 da EMAMTUR.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano XCVII, Número 27.147. Edição de 04 de fevereiro de 1991. p.19. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/9161#/p:25/e:9161?find=EMAMTUR>

AMAZONAS. Lei No. 100 de 20 de dezembro de 1956. **Nova redação ao texto do Ato No. 1.682 de 04 de agosto de 1932 da Interventoria Federal que criou o Fundo do Turismo e Propaganda.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano LXIII, Número 18.199, Edição de 26 de dezembro de 1956, p. 1. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/368/#/p:1/e:368>.

AMAZONAS. **Lei No. 1062 de 14 de dezembro de 1972 definindo a Política Estadual de Turismo.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano LXXIX, Número 22.661, Edição de 15 de dezembro de 1972. p.4 e 5. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/4807/#/p:4/e:4807>

AMAZONAS. **Portaria 06/73-SP da Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral – SEPLAN, que aprova o Regimento Interno da Empresa Amazonense de Turismo-EMAMTUR.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano LXXIX, Número 22.784, Edição de 11 de junho de 1973. p.5 a 12. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/4927/#/p:5/e:4927>

AMAZONAS. **Portaria EAT No. 061/86-PR que firma contrato com a Fundação Rede Amazônica (afiliada da Rede Globo) para a produção de 34 filmes de sete minutos em VT, 02 filmes documentários de quinze minutos cada em VT.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano 1, Número 0242, Edição de 17 de março de 1986. p.15. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/8009/#/p:23/e:8009>

AMAZONAS. **Portaria EAT No.016/91-PR.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano XCVIII, Número 27.128. Edição de 08 de janeiro de 1991. p.25. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/9180#/p:19/e:9180?find=EMAMTUR>

AMAZONAS. **Portaria EAT No.206/90-PR.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano XCVIII, Número 27.128. Edição de 08 de janeiro de 1991. p.25. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/9161#/p:25/e:9161?find=EMAMTUR>

AMAZONAS. **Portaria EAT No.247-A/87 PR. Dispensa de licitação para a realização de cursos de Pratos da Cozinha Regional e Internacional, Técnicas de Serviços de Restaurante e Aperfeiçoamento para Maitre D’Hotel com professores vindos de São Paulo – SP pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial-SENAC.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano III, Número 0667. Edição de 22 de dezembro de 1987. p.18. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/8428#/p:1/e:8428?find=EMAMTUR>

AMAZONAS. **Portaria EAT No.265-A/87 PR. Dispensa de licitação para elaboração da Política Estadual de Turismo, Plano de Ação e Contratação de um salão de beleza.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano III, Número 0663. Edição de 16 de dezembro de 1987. p.8. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/8424#/p:16/e:8424?find=E>

MAMTUR.

AMAZONAS. **Relatório Sumário das Atividades da EMAMTUR em 1988.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano III, Número 0968. Edição de 22 de março de 1989. p.22. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/8729#/p:39/e:8729?find=E-MAMTUR>

AMAZONAS. **Relatório Sumário das atividades da EMAMTUR no ano de 1986.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano III, Número 0470, Edição de 25 de fevereiro de 1987. p.18. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/8227/#/p:26/e:8227>

AMAZONAS. **Resolução 02-86-EAT Homologação de Concurso Público para a EMAMTUR.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano I, Número 0258, Edição de 10 de abril de 1986. p.19. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/7993#/p:19/e:7993>

AMAZONAS. **Resolução No. 003/93-CICT.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano XCIX, Número 27.681. Edição de 14 de abril de 1993. p.5. Disponível em:

AMAZONAS. **Termo de Contrato de Locação de Serviços Cinematográficos.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano LXXI, Número 20.784, Edição de 30 de outubro de 1965. p.12. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/2940#/p:12/e:2940>

AMAZONAS. **Termo de Contrato entre a EMAMTUR e MÁRIO YPIRANGA MONTEIRO para elaboração de trabalhos sobre o Teatro Amazonas, História de Manaus e Folclore Amazonense.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano LXXVI, Número 22.071, Edição de 04 de agosto de 1970. p. 14. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/4658#/p:14/e:4658>

AMAZONAS. Termo de **Convênio No. 08/92.** Diário Oficial do Estado do Amazonas: Manaus-Am, Ano XCIX, Número 27.531. Edição de 27 de agosto de 1992. p.5. Disponível em: <https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/9563#/p:31/e:9563?find=EMAMTUR>

ANTONINI, B. O. **A gastronomia típica da ilha de Santa Catarina: um elemento de importância para o turismo cultural.** Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí. 2003.

AYORA-DIAZ, S. I. **Regionalism and the Institution of the Yucatecan Gastronomic Field.** Food, Culture & Society, 13(3), 397-420, 2010. ISSN 1552-8014.

BAHL, M.; GIMENES, M.H.S.G; NITSCHKE, L. B. Territorialidade gastronômica: as cozinhas regionais como forma de mediação do homem com o meio e como atrativo turístico. **Revista Geográfica de América Central**, Número Especial EGAL, 2011- Costa Rica II Semestre pp. 1-16.

BAHLS, A.; AÑAÑA, E.; KRAUSE, R. **A Gastronomia e suas fronteiras conceituais: Revisão e proposta para futuras abordagens epistemológicas.** Anais do Seminário da ANPTUR, 2017.

BAHLS, Álvaro Augusto Dealcides Silveira Moutinho. **Modelo para validação da autenticidade de preparações culinárias tradicionais no contexto da experiência turística gastronômica.** 2019. 335p. Tese (Doutorado). Curso de Turismo e Hotelaria, Turismo, Universidade do Vale do Itajaí -Univali, Balneário Camboriú, 2019. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/%C3%81lvaro%20Augusto%20Dealcides%20Silveira%20Moutinho%20Bahls,%202019.pdf>. Acesso em: 24 ago 2022.

BAIRES, E. **Peraí que eu também estou passada! Notícia sobre o projeto de teleférico da Prefeitura Municipal de Manaus.** Manaus, 21 de agosto de 2021, Facebook Manauscult. Acesso em: 21 fev 2022.

BARCELÓ, Q. R. **Turismo y patrimonio alimentario: un análisis de conceptos.** In: ARIAS, David Lagunas (Coord.). Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo-Plaza y Valdés Editores,p. 209-226, 2007.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2016.

BARROS, Sílvio. **Sustentabilidade: curriculum resumido.** Curriculum Resumido. 2021. Disponível em: <http://silviobarros.com.br/site/perfil/1#nav>. Acesso em: 22 set. 2021.

- BELEZE, R. L.; BAHLS, Álvaro A. D. S. M.; KRAUSE, R. W. (2019). O Valor Atribuído à Culinária Tradicional: o caso do visitante do Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses – MA. **Revista Turismo Em Análise**, 29(2), 312-331. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v29i2p312-331>.
- BENCHIMOL, S. **Amazônia – Formação Social e Cultural**. 3ª. Ed. Manaus: Editora Valer, 2009.
- BENI, M. C.; MOESCH, M. A teoria da complexidade e o ecossistema do turismo. **Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica**, vol. 19 - n. 3 - set. - dez. 2017. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/11662>. Acesso em: 9 set 2020.
- BENI, M.C. Sistema de Turismo - SISTUR Estudo do Turismo face à Moderna Teoria de Sistemas. **Revista Estudios y perspectivas en turismo**, ISSN 0327-5841, ISSN-e 1851-1732, Vol. 2, N° 1 (Enero), 1993. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7398303>. Acesso em: 02 set 2020.
- BENUR, A.M.; BRAMWELL, B. **Tourism product development and product diversification in destinations**. *Tourism Management*, *Tourism Management*, Elsevier, vol. 50 (C), pp. 213-224, 2015.
- BERTALANFFY, L. v. (2010) **Teoria Geral dos Sistemas: Fundamentos, Desenvolvimento e aplicações**. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 53 p.
- BONA, F. D. Gastronomic identity in the novel Francesca e Nunziata. **Revista de Letras**, São Paulo, v. 53, n. 1, p.67-81, jan./jun., 2013.
- BOULLÓN, Roberto C. **Planificación del espacio turístico**. 4º ed. México : Trillas, 2006. 245p.
- BRAGA, Celdo. **Peixes**. 5 de janeiro de 2013. Disponível em: <https://www.franciscogomesdasilva.com.br/peixes/>. Acesso em: 2 set 2021.
- BRASIL. **Ministério do Turismo. Cartilha de Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro**. Brasília: Ministério do Turismo, 2016.
- BRASIL. **Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo cultural: orientações básicas** / Ministério do Turismo, Coordenação - Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2006.
- BRASILIA-DF. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Mapa do Turismo Brasileiro - 2004**. Disponível em: https://dados.gov.br/dataset/mapa-do-turismo-brasileiro/resource/1246551e-64eb-42fe-b646-2c-08106f8f79?inner_span=True. Acesso em: 15 set 2020.
- BUONO, M. **Faturamento do Turismo no Brasil sobe e mira R\$ 150 bilhões**. 2019. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2019/12/faturamento-do-turismo-no-brasil-sobe-e-mira-r-150-bi_169624.html. Acesso em: 3 dez 2019.
- CÂMARA, R. **Secretaria de Estado de Cultura e Turismo (org.). Cozinha Mineira**. 2021. Disponível em: <https://www.secult.mg.gov.br/programas-e-aco-es/cozinha-mineira#:~:text=O%20E2%80%9CPiano%20Cozinha%20Mineira%20E2%80%9D%20integra,executadas%20de%202021%20a%202024>. Acesso em: 4 mar 2022.
- CAÑIZARES, S.M. S., & LÓPEZ-GUZMÁN, T. Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist. **Current Issues in Tourism**, 15:3, 229-245, 2012. DOI: 10.1080/13683500.2011.589895.
- CHIACHIRI FILHO, A. R. (2008) **O sabor das imagens**.144 f. Tese (Doutorado). Curso em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.
- CLAVAL, P. **A geografia cultural**. 2.ed. Florianópolis: UFSC, 2001.
- COELHO-COSTA, E.R (2009). Mistura do dia: a gastronomia e sua contribuição para o turismo. **Revista Eletrônica de Turismo de Cultura**. Vol. 03, No. 01. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/turismocultural>. Acesso em: 16 set 2020.
- COMPOSIÇÃO INSTITUCIONAL DA FUNDAÇÃO MUNICIPAL DE CULTURAL, EVENTOS E TURISMO – MANAUSCULT**. 2020. Disponível em: <http://manauscult.manaus.am.gov.br/>. Acesso em: 4 ago 2020.
- CORNER, Dolores Martin Rodriguez. Gastronomia e Patrimônio Cultural. **Revista Eletrônica Turis-**

mo & Hospitalidade, Internet, v. 1, 2003.

CORNER, Dolores Martin Rodriguez. La gastronomía española como patrimonio cultural. Restaurantes españoles em São Paulo, Brasil. In: **Gastronomia y turismo: una introducción**. Coordinadoras Gândara, J. M. G. y SCLHUTER, R.: CIET Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2003.

COSTA, E.R.C.; SANTOS, M.S.F. Considerações sobre Cozinha Patrimonial. **Resgate – Revista Interdisciplinar de Cultura**, Campinas, v.23, n.30, p. 5-15, jul./dez. 2015 – e-ISSN: 2178-3284.

CROUCH, G.I.; RITCHIE, J. R. B. Turismo, Competitividade e Prosperidade Social. **Journal of Business Research**, 44(3), 137-152., 1999. DOI:10.1016/s0148-2963(97)00196-3. Disponível em: [sci-hub.tw/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://sci-hub.tw/10.1016/S0148-2963(97)00196-3). Acessado em 2 set 2020.

DE LA PUENTE, A. E.; MARTÍNEZ, G.; SPITALE, P. **Diagnostico De La Potencialidad Turística Del Patrimonio Cultural Inmaterial**. Estudio De Casos: Dptos. Arauco Y San Blas De Los Sauces, La Rioja - Argentina. TURyDES, [s. l.], v. 5, n. 13, p. 1-12, 2012. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=88996400&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jun 2020.

DE MEIRA BARBOSA, J. L. O turismo cultural e gastronômico contribui para o fortalecimento da identidade e competitividade dos destinos. **Caderno Virtual de Turismo**, [s. l.], v. 16, n. 2, p. 9-14, 2016. DOI 10.18472/cvt.16n2.2016.1346. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=foh&AN=119339251&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jun 2020.

DE SOUZA MONTEIRO, A. I. et al. Bodódromo: analisando a identidade gastronômica e turística de Petrolina - PE e Região através da Matriz Swot. **Revista OPARA**, [s. l.], v. 9, n. 2, p. 47-62, 2019. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=iih&AN=140447100&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 17 ago 2020.

DENKER, A.F.M. **Pesquisa em Turismo: Planejamento, métodos e técnicas**. São Paulo: Futura, 1998.

DO CARMO PEREIRA, J. K.; MAIA DE ASSIS, N. S.; DE SOUZA BRITO, T. R. Gastronomia como estratégia de promoção turística de Minas Gerais. **Revista Iberoamericana de Turismo**, [s. l.], v. 10, n. 1, p. 68-84, 2020. DOI 10.2436/20.8070.01.166. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=143697920&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jun. 2020.

DOMÍNGUEZ DE NAKAYAMA, L. **Relevamiento turístico**. Centro de Estudios Turísticos, Santa Fé, Argentina, 1994.

ECO, Umberto. *Semiótica e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Instituto Piaget (Brasil), 2000. 328 p. (TEORIA DAS ARTES E LITERATURA - Vol. 7). Tradução Maria Bragança.

FAGLIARI, G. S. **Turismo e Alimentação: análises introdutórias**. São Paulo: Rocca, 2005.

FERREIRA, H.C.H. OLIVEIRA, M. A. S. A. Memória, identidade e gastronomia: turismo como alternativa de desenvolvimento local para “populações tradicionais” em unidades de conservação. **Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR**, Penedo, Vol. 9, Número Especial, Mar., p. 170-190, 2019.

FREITAS, J. de (2019). **Farinha Uarini ganha selo de Indicação Geográfica** Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá (ed.). Disponível em: <https://www.mamiraua.org.br/noticias/farinha-uarini-amazonia-indicacao-geografica>. Acesso em: 01 fev. 2022.

GÂNDARA, J. M. G. **Reflexões sobre o Turismo Gastronômico na perspectiva da Sociedade Dos Sonhos**. Segmentação do mercado turístico: Estudos, produtos e perspectivas. São Paulo, 2009.

GIAMPICCOLI, A.; KALIS, J. H. Tourism, Food, and Culture: Community-Based Tourism, Local Food, and Community Development in Mpondoland. **Culture, Agriculture, Food & Environment**, [s. l.], v. 34, n. 2, p. 101-123, 2012. DOI 10.1111/j.2153-9561.2012.01071. x. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bai&AN=84483254&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jun 2020.

GIMENES-MINASSE, M. H. S. G. **Comida Como Cultura? Notas sobre a Patrimonialização Alimentar e sua relação com o Turismo Gastronômico**. Gest. tur., N° 19, Enero-junio.p. 41 – 56, 2013.

GOSLING, M.; MACHADO, D. F. C. (2009) **A Teoria Geral do Sistema na Ótica do Turismo: Uma Revisão dos Modelos de Sistemas Turísticos**. VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e

- Pós-Graduação em Turismo 10 e 11 de setembro de 2009. Universidade Anhembí Morumbi – UAM/ São Paulo/SP.
- HALL, S. A. **Identidade Cultural na Pós-modernidade**. 11. ed., Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro, Rio de Janeiro (RJ): DP & A, 2006.
- HARRINGTON, R. J. Defining Gastronomic Identity: The Impact of Environment and Culture on Prevailing Components, Texture and Flavors in Wine and Food. **Journal of Culinary Science & Technology**, [s. l.], v. 4, n. 2/3, p. 129–152, 2005. DOI 10.1300/J385v04n02_10. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fsr&AN=23873654&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jun 2020.
- HENDERSON, J. C. “Food tourism reviewed”, **British Food Journal**, Vol. 111 No. 4, 2009, p. 317-326, Emerald Group Publishing Limited, 0007-070X. DOI <https://doi.org/10.1108/00070700910951470>. Acesso em: 2 set 2020.
- HERNANDEZ, J. C. **Patrimônio e Globalização**: o caso das culturas alimentares. In: CANESQUI, AM., and GARCIA, RWD., orgs. **Antropologia e nutrição: um diálogo possível** [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005. 306 p. Antropologia e Saúde collection. ISBN 85-7541-055-5.
<https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/9673#/p:10/e:9673?find=EMAMTUR>
<https://diario.imprensaoficial.am.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/9709#/p:1/e:9709?find=EMAMTUR>
- IGNATOV, E.; SMITH, S. Segmentando turistas culinários canadenses. **Questões atuais no Turismo**, 9(3), 235-255, 2006. DOI:10.2167/cit/229.0. Disponível em: sci-hub.tw/10.2167/cit/229.0. Acesso em: 2 set 2020.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. **Censo 2010**. 2010. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/>. Acesso em: 24 ago 2019.
- JIMÉNEZ-BELTRÁN, F. J.; LÓPEZ-GUZMÁN, T. & SANTA CRUZ, F. G. **Analysis of the Relationship between Tourism and Food Culture**. Sustainability 8, 418, 2016; doi:10.3390/su8050418. Disponível em: www.mdpi.com/journal/sustainability. Acesso em: 12 fev 2020.
- JUNQUEIRA, L.D.M.; ANJOS, F.A.; GONZALEZ, M.V. (2019) Análise da Percepção acerca das Relações Político-institucionais do Grupo Gestor de Florianópolis/SC: Cidade Criativa Unesco Da Gastronomia. **Revista Turismo: Visão e Ação**, v21, n2, p22-45, Mai./Ago. 2019 - Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil. DOI: 10.14210/RTVA,v21,n2,p22-45.
- KRAUSE, R. W. (2011) **A gastronomia como fator de influência na escolha de destinações turísticas e a caracterização do perfil de seus consumidores**: base de estudo Balneário Camboriú nos verões dos anos de 2006 e 2011. 265 f. Tese (Doutorado em Organizações e Sociedade) - Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu. Disponível em: <https://siaiap39.univali.br/repositorio/handle/repositorio/2181>. Acesso em: 17 fev. 2018.
- LEIPER, Neil. **Tourism Managment**. Austrália: Rmit Press, 1995. 367 p.
- LIBERATO, Pedro; MENDES, Teresa; LIBERATO, Dália. Culinary tourism and food trends. In: **Advances in Tourism, Technology and Smart Systems**. Springer, Singapore, 2020. p. 517-526.
- LIMA, C. **Para uma Antropologia da Alimentação Brasileira**. Disponível em: http://www.claudialima.com.br/pdf/ANTROPOLOGIA_DA_ALIMENTACAO_BRASILEIRA., 2005. p. 1-6. Acesso em: 20 jun 2015.
- LIMA, V. (Amazonas) (ed.). Habitante no Amazonas é o que come mais peixe no país e bebe pouco, mostra pesquisa. 2020. Disponível em: <https://amazonasatual.com.br/habitante-no-amazonas-e-o-que-come-mais-peixe-no-pais-e-bebe-pouco-mostra-pesquisa/#:~:text=No%20ano%20passado%2C%20%2C46,Brasileiro%20de%20Geografia%20e%20Estat%3ADstica>). Acesso em: 19 nov 2020.
- LODY, R.G. da M. **Brasil bom de boca**: temas da antropologia da alimentação. São Paulo: Senac, 2008.
- LOPEZ-GUZMAN, T. TORRES NARANJO, M.; PEREZ-GALVEZ, J. C.; CARVACHE FRANCO, W. **Gastro-**

- onomic Perception and Motivation of a Touristic Destination:** The City Of Quito, Ecuador. *Geo Journal of Tourism and Geosites* Year XI, no. 1, vol. 21, may, 2018, p. 61-73.
- MACIEL, M. E. Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 7, n. 16, 2001, p. 145-156, dezembro.
- MACIEL, M. E. Uma cozinha à brasileira. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 33, p. 25-39, jun. 2004. ISSN 2178-1494. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2217/1356>. Acesso em: 1 set 2020.
- MANAUS. CLÁUDIA DO VALLE. (ed.). **Projeto 'Nosso Centro' é apresentado em programa nacional de desenvolvimento urbano**. 2021. Disponível em: <https://www.manaus.am.gov.br/noticia/projeto-nosso-centro-e-apresentado-em-programa-nacional-de-desenvolvimento-urbano/>. Acesso em: 25 mar 2022.
- MARTINS, U.; RAMOS, C. Turismo Gastronômico como forma de Inovação Social - a valorização da gastronomia típica cearense nos Restaurantes de Hotéis em Fortaleza. **Revista Turismo & Desenvolvimento** (RT&D) / *Journal of Tourism & Development*, [s. l.], n. 27/28, p. 51-62., 2017. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=foh&AN=130521101&lang=pt=-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jun 2020.
- MARUJO, M. N. **A sociologia e o turismo**. In: RAMOS, F.; DA SILVA, C. (orgs.), *Sociologia em Diálogo* (2). Évora: Departamento de Sociologia da Universidade de Évora/CISA-AS., 2005, p. 21-32.
- MASCARENHAS, R. G. T.; GÂNDARA, J. M. G. O papel da gastronomia na qualidade e competitividade dos destinos turísticos. **Revista de Cultura e Turismo** - CULTUR, Ano 09 - nº 01 - fev., 2015. Disponível em: <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo>. Acesso em: 01 dez., 2020.
- MATTA, R. **El patrimonio culinario peruano ante Unesco: algunas reflexiones de gastro-política, desigualdades**. Berlin: desiguALdades.net Research Network on Interdependent Inequalities in Latin America 45 p. Working Paper Series, 28, 2015.
- MENESES, Maria Paula. **Para ampliar as Epistemologias do Sul: verbalizando sabores e revelando lutas**. *Configurações*, 12 | 2013, 13-27.
- MENESES, Maria Paula. Para ampliar as Epistemologias do Sul: verbalizando sabores e revelando lutas. **Configurações** [Online], 12 | 2013. Disponível em: <http://journals.openedition.org/configuracoes/1948>. Acesso em: 24 agosto 2022. DOI: <https://doi.org/10.4000/configuracoes.1948>
- MINAYO, M. C. S. et al. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Mapa De Regionalização do Turismo**. Brasília: Ministério do Turismo, 2004.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Programa de Regionalização do Turismo - Diretrizes**. Brasília: Ministério do Turismo, 2013.
- MITCHELL, R.; HALL, C. M. **Pesquisa de Enoturismo: O Estado do Jogo**. *Revisão de Turismo Internacional*, 9(4), 307-332, 2004. Disponível em: <https://sci-hub.tw/https://doi.org/10.3727/154427206776330535>. Acesso em: 2 set 2020.
- MONTANARI, M. **Comida como cultura**. Tradução: Letícia Martins de Andrade, São Paulo (SP): Senac-SP, 2008. 207p.
- MONTEIRO, M.Y. **Comidas e bebidas regionais**. Manaus: Edições Governo do Estado do Amazonas. Secretaria de Estado da Cultura, Turismo e Desporto, 2001.
- MONTEIRO, M.Y. **Cozinha popular amazonense**. Manaus: Governo do Estado do Amazonas: Secretaria de Estado da Cultura, 2014.
- MOTA, R. **Turismo de selva aquece a economia no Amazonas**. *Jornal Em Tempo*. [Online] 12 de outubro de 2019. Disponível em: <https://d.emtempo.com.br/economia-turismo/173676/turismo-de-selva-aquece-a-economia-no-amazonas>. Acesso em: 1 dez 2020.
- MÜLLER, R.; SILVA, R.B.S. **Planejamento e organização do turismo**. Indaial: Uniasselvi, 2011.

- MULLER, S. G.; AMARAL, F. M.; REMOR, C. A. **Alimentação e Cultura: Preservação da Gastronomia Tradicional**. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_6/gt13. Acesso em: 31 ago 2020.
- MURTA, I. B. D.; SOUZA, M. M. P. DE; CARRIERI, A. DE P. Práticas Discursivas Na Construção De Uma Gastronomia Polifônica. **Revista de administração mackenzie-ram**, v. 11, n. 1. São Paulo, jan. /fev. p. 38-64., 2010. ISSN 1678-6971.
- NAM, J. H.; LEE, T. J. **Foreign travelers' satisfaction with traditional Korean restaurants**. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 2011.
- NASCIMENTO, Elimar Pinheiro. **Estudo sobre tendências de turismo gastronômico** [livro eletrônico]: Brasil 2030 / Elimar Pinheiro do Nascimento, Ana Paula Caetano Jacques, Ramon Figueira Garbin; organização Elimar Pinheiro do Nascimento, Ana Paula Caetano Jacques. --Brasília, DF: Ed. da Autora, 2022. PDF.
- NETTO, A. P. **Filosofia do Turismo: teoria e epistemologia**. São Paulo: Aleph, 2005
- OBERDORFF, T. et al. **Riqueza de espécies de peixes na bacia amazônica segue padrão inesperado**. Fundação de Amparo à Pesquisa de São Paulo. São Paulo. 2019. Disponível em: <https://agencia.fapesp.br/riqueza-de-especies-de-peixes-na-bacia-amazonica-segue-padrao-inesperado/31621/#:~:text=08%20de%20outubro%20de%202019&text=Maria%20Fernanda%20Ziegler%20%7C%20Ag%C3%Aancia%20FAPESP,doce%20em%20todo%20o%20mundo>. Acesso em: 17 jan 2022.
- OJO, S. Identity, Ethnic Embeddedness, and African Cuisine Break-Out. **Journal of foodservice business research**, 2018, vol. 21, n.º 1, 33–54. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/15378020.2016.1263058>. Acesso em: 09 ago 2020.
- OLIVEIRA, J. **Contribuição do turismo para o desenvolvimento da economia**. Portal Administradores.com. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/contribuicao-do-turismo-para-o-desenvolvimento-da-economia>. Acesso em: 17 abr 2019.
- PEREZ GALVEZ, J. C., GRANDA, M. J., LOPEZ-GUZMAN, T., & CORONEL, J. R. **Local Gastronomy, Culture and Tourism Sustainable Cities: The behavior of the American tourist**. *Sustainable Cities and Society*, 2017.
- PRIVITERA, D.; NEDELCU, A.; NICULA, V. Gastronomic and Food Tourism as an Economic Local Resource: Case Studies from Romania and Italy. **GeoJournal of Tourism & Geosites**, [s. l.], v. 21, n. 1, p. 143–157, 2018. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=134566309&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jun 2020.
- PRODANOV, C. C. **Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico] : métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico** – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- QUEMADA JORCANO, M. Nutrición y gastronomía en la comunidad autónoma de La Rioja. Evolución del modelo alimentario, de la identidad gastronómica y de la valoración nutricional de la dieta. **Nutrición Hospitalaria**, [s. l.], v. 36, p. 47–55, 2019. DOI 10.20960/nh.02692. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fsr&AN=137445900&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jun 2020.
- REVISTA VIAGEM E TURISMO (São Paulo). **Frases memoráveis de Anthony Bourdain sobre comida**. 2021. Disponível em: [https://viagemeturismo.abril.com.br/inspira/frases-lapidares-de-anthony-bourdain-sobre-comida/#:~:text=Eu%20sei%20o%20que%20eu,tudo%20de%20uma%20s%C3%B3%20vez.%E2%80%9D&text=6\)%20%E2%80%9CEu%20acho%20que%20comida,e%20paisagem%20s%C3%A3o%20absolutamente%20insepar%C3%A1veis.%E2%80%9D](https://viagemeturismo.abril.com.br/inspira/frases-lapidares-de-anthony-bourdain-sobre-comida/#:~:text=Eu%20sei%20o%20que%20eu,tudo%20de%20uma%20s%C3%B3%20vez.%E2%80%9D&text=6)%20%E2%80%9CEu%20acho%20que%20comida,e%20paisagem%20s%C3%A3o%20absolutamente%20insepar%C3%A1veis.%E2%80%9D). Acesso em: 15 jun 2021.
- RIBEIRO, J.N.; ANDRADE, T. S.; BRAGHINI, C. R. Sabores, saberes e o desenvolvimento do ecoturismo na comunidade Mem de Sá, Itaporanga D'Ajuda, Estado de Sergipe. **Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, Galicia, Espanha, 2014, p. 409-424. Disponível em: www.pasosonline.org. Acesso em: 15 jul. 2020.
- RICHARDS, G. Tourism Attraction Systems - Exploring Cultural Behavior. **Annals of Tourism Research**

arch, Vol. 29, No. 4, pp. 1048–1064, 2002.

RONCHETTI, A. de G.; MÜLLER, S.G. Identidade E Comida: Gastronomia Tradicional De Florianópolis Apreciada Como Patrimônio Cultural Imaterial. **Revista Memorare**, Tubarão, SC, v. 3, n. 3, p. 37-53 set./dez., 2016.

SÁNCHEZ-CAÑIZARES, S.; LÓPEZ-GUZMÁN, T. Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist. **Current Issues in Tourism**, [s. l.], v. 15, n. 3, p. 229–245, 2012. DOI 10.1080/13683500.2011.589895. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=74490937&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jun 2020.

SANCHO, A. **Introducción al turismo**. Madrid, Organización Mundial del Turismo, 1998.

SANTIAGO, S.; BES-RASTROLLO, M; MARTÍNEZ-GONZÁLEZ, M.Á; MARTÍN-CALVO, N; RICO-CAMPÀ, A; ZAZPE, I. **Nutrición y gastronomía en la Comunidad Foral de Navarra**. *Nutr. Hosp.* 36(N.º Extra 1) 39-46, 2019.

SCHLÜTER, R. G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

SESSA, Alberto. **Turismo e política de desenvolvimento**. Porto Alegre: Uniontur, 1985.

SHI, M.; ZHU, W.; YANG, H.; LI, C. Using agent-based model to simulate stakeholder balance model of tourism intangible cultural heritage. **Multiagent and Grid Systems**, v. 12, n. 2, p. 91-103, 2016. DOI 10.3233/MGS-160245.

SILVA, G. T. da. **Turismo em Comunidades Tradicionais: políticas de desenvolvimento local e territorialidades humanas na RDS do Rio Negro (Iranduba-AM)**. 2016. 283 f. Tese (Doutorado) - Curso de Em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia, Centro de Ciências do Ambiente, Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2016. Disponível em: https://tede.ufam.edu.br/bitstream/tede/6881/5/Tese_GlaubeciaTeixeira_PPGCASA. Acesso em: 12 jul 2022.

SMARANDA, S. **Traditional Romanian Food - As The Result Of History, Nature, Way Of Life And Human Ingenuity**. *LUCRĂRI ȘTIINȚIFICE, SERIA I, VOL. XIX (1)*. Agricultural Management / Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol. 2017, Vol. 19 Issue 1, p. 221-228., 2017.

SOUZA, M. **História da Amazônia [recurso eletrônico]: do período pré-colombiano aos desafios do século XXI**. 1. ed. – Rio de Janeiro: Record, 2019.

TONET DAMAS, M.; ERNESTO BRAMBATTI, L. O planejamento turístico sob o viés de planos e programas: O caso do destino turístico Paranaguá-PR. **Revista Iberoamericana de Turismo**, [s. l.], v. 9, n. 2, p. 164–190, 2019. DOI 10.2436/20.8070.01.158. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=142033670&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jun 2020.

TRESIDDER, R. Eating ants: understanding the terroir restaurant as a form of destination Tourism. **Journal of Tourism and Cultural Change**, 2014. DOI: 10.1080/14766825.2014.956751.

TRESSERRAS, Juan J. El uso del patrimonio cultural para el turismo cultural: una mirada desde la comunidad para el desarrollo endógeno basado en un turismo sostenible y responsable. Ponencia. **SEMINARIO INTERNACIONAL EL PATRIMONIO CULTURAL, UN APOORTE AL DESARROLLO EN-DÓGENO**, 2013.

UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura). **Convenção para a salvaguarda do patrimônio cultural imaterial**. Paris, 2003. Disponível em: http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. Acesso em: 1 set 2020.

VILLACIS-MEJÍA, M. C. et al. **Diseño de productos turísticos culturales a partir del patrimonio inmaterial**. *Retos Turísticos*, [s. l.], v. 15, n. 3, p. 93–108, 2016. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=121473706&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jun 2020.

VIVEIROS, Carolina; MONIZ, Ana; MENDES, Armando. A essência da gastronomia na valorização cultural: a aplicação do conceito Slow Food nos Açores. **Revista Turismo e Desenvolvimento**, Aveiro, n. 27/28, p. 1083-1096, 2017.

XAVIER MEDINA, F.; TRESSERRAS, J. (ed.) **Food, Gastronomy and Tourism. Social and Cultural**

Perspectives. Guadalajara, Jalisco: Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades; Centro Universitario de los Lagos, Universidad de Guadalajara.

XIAOQING JIANG. **El diseño de la experiencia del turismo gastronómico en Bilbao.** Investigaciones Turísticas, [s. l.], v. 3, p. 105–119, 2012. DOI 10.14198/inturi2012.3.06. Disponível em: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=79893172&lang=pt-br&site=ehost-live>. Acesso em: 22 jun 2020.

YIN, R. K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

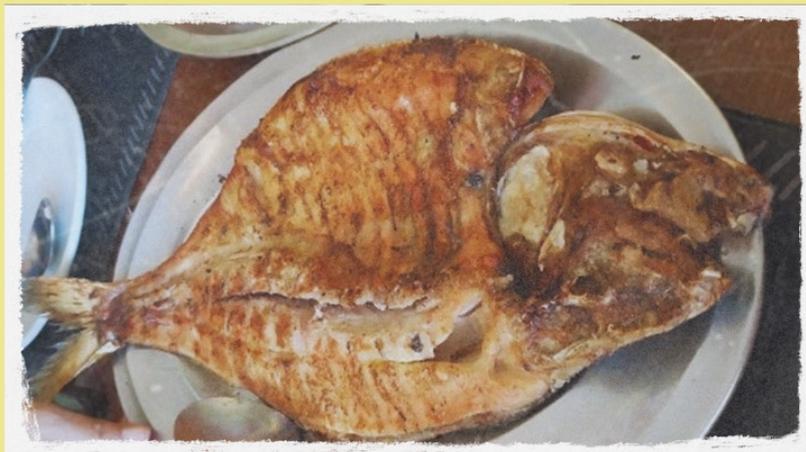
ZIMMERMANN, E. (1957). **Recursos e industrias del mundo.** México, FCE.



Uma floresta de sabores da gastronomia do Amazonas e seu papel no incremento do turismo



RECEITAS IDENTITÁRIAS DA GASTRONOMIA DO AMAZONAS



BANDA DE TAMBAQUI NA BRASA

Ingredientes

- 1 banda de tambaqui de 2 Kg
- 2 Limões médios
- Sal e pimenta do reino à gosto
- 10g de Colorau

Modo de Preparo do Peixe

Lave o tambaqui em água corrente, limpando-o bem. Acrescente o suco dos limões e deixe descansar por 30 minutos. Depois, tempere com sal, pimenta do reino e o colorau. Acomode o peixe em uma assadeira, não precisa untar, leve ao forno pré-aquecido a 140°C. Deixe assar por 20 minutos.

Para a apresentação, forre uma travessa com uma folha de bananeira lavada e coloque o peixe sob ela. Sirva com o vinagrete à parte, se possível em uma cuia ou molheira. Acompanhe também com a deliciosa farinha do Uarini ovinha e arroz branco.

MITAD DE "TAMBAQUI" EN LA BRASA

Ingredientes

- 1 mitad de tambaqui de 2 Kg
- 2 limones medianos
- Sal y pimienta negra al gusto
- 10g de mezcla de pimentón en polvo

Elaboración del Pescado

Lave el tambaqui en agua corriente, limpiándolo bien. Añada el jugo de los limones y deje marinar por 30 minutos. Luego, sazone con sal, pimienta negra y la mezcla de pimentón en polvo.

Coloque el pescado en una bandeja, no necesita untar, llévelo al horno precalentado a 140°C. Deje asar por 20 minutos.

Para la presentación, forre una fuente con una hoja de banano lavada y coloque el pescado encima de ella. Sirva con la vinagreta al lado, si posible en una calabaza o salsera. Acompañe también con la exquisita harina de Uarini y arroz blanco.

CHARCOAL GRILLED TAMBAQUI

Ingredients

- 1 half Tambaqui
- 2 medium lemons
- Salt and pepper to taste
- 10g of colorau

Directions

Wash the Tambaqui under running water, cleaning it well. Add the juice of the lemons and let it rest for 30 minutes. Then season with salt, pepper, and colorau. Place the fish in a baking dish, no need to grease it, and put it in a preheated oven at 140°C. Let it roast for 20 minutes.

For the presentation, line a platter with a washed banana leaf and place the fish over it. Serve with the vinaigrette aside in a bowl or gravy boat. Also, serve with the delicious Uarini ovinha flour and white rice.



X-CABOQUINHO

Ingredientes

- Pão francês
- Lascas de tucumã
- Queijo coalho ou de sua preferência
- Margarina
- 2 bananas pacovã (ou banana da terra)

Modo de Preparo

Corte as bananas em fatias e frite-as em óleo quente. Reserve. Em seguida passe manteiga no pão coloque o queijo, as lascas de tucumã e em seguida as bananas fritas. Coloque em uma sanduicheira e espere o queijo derreter.

X-CABOQUINHO

Ingredientes

- Pan
- lonchas de tucumã
- Queso cuajo o de su preferencia
- Mantequilla
- 2 plátanos maduros (plátano macho)

Elaboración

Corte los plátanos en lonchas y frítelos en aceite caliente. Reserve. En seguida pase mantequilla en el pan, coloque el queso, las lonchas de tucumã y luego los plátanos fritos. Coloque en una plancha y espere el queso derretir.

X-CABOQUINHO

Ingredients

- French bread
- Tucumã flakes
- Coalho cheese or other cheese of your choice
- Margarine
- 2 pacovã bananas (or plantain)

Preparation

Cut the bananas into slices and fry them in hot soybean oil or other oil of your choice. Set aside. Then, open and spread butter on the bread, add the cheese, tucumã flakes and fried bananas. Place in a sandwich maker and wait for the cheese to melt.



CALDEIRADA DE TAMBAQUI

Ingredientes

- 1 kg de tomate em pedaços grandes
- 500 g de cebola picada(s)
- 1 kg de batata bolinha
- 1 cabeça(s) de alho amassado(s)
- 1 maço(s) de cheiro-verde com coentro
- 6 unidade(s) de ovo cozido
- 150 g de pimenta de cheiro picada(s)
- 3 unidade(s) de limão
- 500 ml de azeite
- quanto baste de sal
- 2 kg de tambaqui

Modo de Preparo

Limpar bem o peixe, cortar em pedaços grandes, deixar no limão com sal por 30 minutos. Numa panela grande, colocar um pouco de azeite juntamente com o alho amassado e um pouco de cebola picada deixar dourar, reservar um pouco de cebola picada. Em seguida, colocar o peixe limpo (sem o sal e o limão) juntamente com o cheiro verde e refogar por alguns minutos. Após acrescentar água fervente, deixar cozinhar o peixe. Quando já estiver pré-cozido, colocar as batatas (pré-cozidas), mais um pouco de cheiro verde picado, cebolas cortadas em quartos (pré-cozidas), tomates cortados em quartos. Não precisa cozinhar muito (os tomates, as batatas e a cebola). Quando estiver pronto, colocar numa sopeira o caldo e acrescentar bastante azeite, os ovos cozidos cortados ao meio, as batatas e mais um pouco de cheiro verde e a cebola picada (crua) para incrementar. Dicas para acompanhamento: arroz branco, pirão de farinha branca do Amazonas, feito com o próprio caldo do peixe, azeite e cheiro verde.

CALDO DE "TAMBAQUI"

Ingredientes

- 1 kg de tomate en trozos grandes
- 500 g de cebolla cortadas(s)
- 1 kg de patatas pequeñas
- 1 cabeza(s) de ajo machacadas(s)
- - Cilantro y cebollín
- 6 unidades(s) de huevos cocidos
- 150 g de "pimenta de cheiro" (regional) picada(s)
- 3 unidades(s) de limón
- 500 ml de aceite
- Sal al gusto
- 2 kg de tambaqui

Elaboración

Limpiar muy bien el pescado, cortar en trozos grandes, dejar en el limón con sal por 30 minutos. En una olla grande, colocar un poco de aceite juntamente con el ajo machacado y un poco de cebolla cortada, dejar dorar, reservar un poco de cebolla cortada. En seguida, colocar el pescado limpio (sin la sal y el limón) juntamente con el cilantro y saltear por algunos minutos. Después añadir agua herviente y dejar cocinar el pescado. Cuando esté precocido, colocar las patatas (precocidas), un poco más de cilantro cortado, cebollas cortadas en cuatro trozos (precocidos), tomates cortados en cuatro trozos. No necesita cocinar mucho (los tomates, las patatas y la cebolla. Cuando esté listo, colocar en una sopera el caldo y añadir bastante aceite, los huevos cocidos cortados al medio, las patatas, un poco más de cilantro y la cebolla cortada (cruda) para dar un gusto a más en el plato. Consejos para acompañamiento: arroz blanco, "pirão" de harina blanca de Amazonas, hecho con el propio caldo del pescado, aceite y cilantro.

TAMBAQUI STEW

Ingredients

- 1 kg tomatoes in large chunks
- 500 g chopped onions
- 1 kg potatoes
- 1 crushed garlic bulb
- 1 bunch of cheiro verde (parsley and scallion) with cilantro
- 6 hard-boiled eggs
- 150 g minced adjuma pepper
- 3 lemons
- 500 ml olive oil
- As much salt as needed
- 2 kg Tambaqui

Directions

Clean the fish well, cut it into large pieces, and leave it in the lemon with salt for 30 minutes. Next, put a little olive oil in a large pan with the crushed garlic and chopped onion. Let it brown and set aside a little chopped onion.

Then add the cleaned fish (without the salt and the lemon) and the cheiro verde (parsley and scallion) and saute for a few minutes. After adding boiling water, let the fish cook. When it is already pre-cooked, add the potatoes (pre-cooked), some more chopped cheiro verde (parsley and scallion), onions (pre-cooked) and tomatoes cut into quarters. The tomatoes, potatoes, and onions don't need to cook too long.

When it is done, put the broth in a soup bowl and add plenty of olive oil, the hard-boiled eggs cut in half, the potatoes, and a bit more cheiro verde (parsley and scallion) and chopped (raw) onion to top it off.

Accompaniment tips: white rice, "pirão" of white flour from Amazonas, made with the fish broth, olive oil, and cheiro verde (parsley and scallion).



PIRARUCU DE CASACA

Ingredientes

- 1 Kg de pirarucu seco
- 500 g de farinha do Uarini (um tipo de farinha amarelada e redondinha)
- 300 ml de leite de coco
- 1/2 xícara de azeite
- 1 cebola
- 1 pimentão
- 1 tomate
- 1 maço de cheiro verde
- 1 xícara (chá) de seleta de legumes
- 1/2 xícara de azeitonas sem sementes picadas
- 4 bananas pacovã (em Manaus a banana pacovã é a banana comprida, ou banana da terra, aquela grandona), cortadas no sentido do comprimento e fritas em óleo quente
- 4 ovos cozidos e fatiados

Modo de Preparo

Coloque o pirarucu de molho de véspera, trocando a água umas três vezes.

No dia seguinte leve o pirarucu ao forno com um fio de azeite para assar por 20 minutos.

Espere esfriar e desfie em lascas.

Misture a cebola, o pimentão, o tomate e o cheiro verde picados, a seleta de legumes e as azeitonas.

Acerte o sal, coloque um pouco de azeite, misture bem e reserve.

Misture a farinha com o leite de coco, fazendo uma farofa úmida.

Junte o pirarucu, misturando bem.

Para a montagem do prato: coloque uma porção da farofa de pirarucu alternando as camadas com as bananas fritas e os ovos fatiados, terminando com as bananas.

Leve ao forno por cerca de 30 minutos e sirva com arroz branco.

"PIRARUCU A CASACA"

Ingredientes

- 1 kg de pirarucu seco
- 500 g de harina de Uarini (un tipo de harina de yuca (amarilla) (harina regional))
- 300 ml de leche de coco
- ½ taza de aceite
- 1 cebolla
- 1 pimiento
- 1 tomate
- 1 cilantro
- 1 taza (té) de selecta de legumbres
- 1/2 taza de aceitunas sin semillas cortadas.
- 4 plátanos "pacovã" (regional), cortados en lonchas y fritas en aceite caliente
- 4 huevos cocidos y cortados en rebanadas.

Elaboración

Coloque el pirarucu (paiche) marinando el día anterior, cambiando el agua al menos tres veces al día.

El día siguiente lleve el pirarucu (paiche) al horno con un hilo de aceite para asar por 20 minutos.

Espere enfriar y deshile en pequeños trozos.

Mezcle la cebolla, el pimentón, el tomate y el cilantro cortado, la selecta de legumbres y las aceitunas.

Vea el punto de la sal, coloque un poco de aceite, mezcle bien y reserve.

Mezcle la harina con la leche de coco, haciendo una "farofa" húmeda (Harina de yuca).

Junte el pirarucu (paiche), mezclando muy bien.

Para el montaje del plato: coloque una porción de la "farofa" del paiche alternando las camadas con los plátanos fritos y los huevos rebanados, terminando con los plátanos.

Lleve al horno por cerca de 30 minutos y sirva con arroz blanco.

PIRARUCU DE CASACA

Ingredients

- 1 kg dried pirarucu
- 500 g Uarini flour
- 300 ml coconut milk
- 1/2 cup olive oil
- 1 onion
- 1 bell pepper
- 1 tomato
- 1 bunch of cheiro verde (parsley and scallion)
- 1 cup mixed vegetables
- 1/2 cup chopped seedless olives
- 4 bananas pacovã (or plantain), cut lengthwise and fried in hot oil
- 4 sliced hard-boiled eggs

Directions

Soak the pirarucu the day before, changing the water at least three times. Then, the next day, bake the pirarucu in the oven with a drizzle of olive oil for 20 minutes.

Wait for it to cool and shred it into slices. Mix the onion, bell pepper, tomato, chopped cheiro verde (parsley and scallion), mixed vegetables, and olives. Adjust the salt, add a little olive oil, mix well, and set aside.

Mix the flour with the coconut milk, making a moist farofa. Next, add the pirarucu, mixing well again.

For the dish's presentation, place a portion of the pirarucu farofa, alternating the layers with fried bananas and sliced eggs, ending with the bananas.

Bake in the oven for about 30 minutes and serve with white rice.



JARAQUI FRITO COM FAROFA DE UARINI

Ingredientes para o peixe

- 3 Jaraquis de 120g cada
- 3 Limões grandes
- 50g de Pimenta Murupi
- 20g de Tucumã
- 50ml Óleo para fritura

Ingredientes para farofa

- 200g de Farinha De Uarini
- 50g de Manteiga
- 1 Cebola grande
- 1 Cabeça de Alho grande
- 1 Maço de Cheiro-Verde
- Sal e Pimenta à gosto

Modo de Preparo do Peixe

Limpe os peixes tirando as vísceras. Faça pequenos cortes rasos na pele dos peixes(tique) e tempere com o suco dos limões, com a pimenta murupi e o tucumã picados. Deixe descansar por 15 minutos. Depois, escorra bem os peixes, seque-os num papel toalha e passe em um pouco de farinha de Uarini. Frite em óleo bem quente.

Modo de Preparo da Farofa

Em uma panela, coloque a manteiga e acrescente a cebola, alho, cheiro-verde, tudo bem picadinho. Deixe dourar por 2 minutos em fogo baixo. Junte a farinha de Uarini e mexa bem. Adicione sal e pimenta a gosto.

JARAQUI FRITO CON FAROFA DE UARINI

Ingredientes para el pescado

- 3 Jaraquis de 120g cada
- 3 limones grandes
- 50g de Pimienta "Murupi" (pimienta regional)
- 20g de "Tucumã"
- 50ml Aceite para fritura

Ingredientes para la "farofa"

- 200g de harina de "Uarini" (harina regional)
- 50g de Mantequilla
- 1 cebolla grande
- 1 cabeza de ajo grande cilantro
- Sal y Pimienta al gusto

Elaboración del pescado

Limpie los pescados sacando las vísceras. Haga pequeños cortes superficiales en la piel e los pescados y sazone con el jugo de los limones, con la pimienta "murupi" y el tucumã cortados. Deje marinar por 15 minutos. Luego, escurra bien los pescados, séquelos en un papel toalla y pase en un poco de harina de Uarini. Frite en aceite bien caliente.

Elaboración de la "farofa"

En una olla, coloque la mantequilla y añada la cebolla, ajo, cilantro, todo muy bien cortado. Deje dorar por 2 minutos en fuego bajo. Junte la harina de Uarini y mezcle muy bien. Adicione sal y pimienta al gusto.

FRIED JARAQUI WITH FAROFA OF UARINI

Fish ingredients

- 3 Jaraquis of 120 g each
- 3 big lemons
- 50 g Murupi pepper
- 20 g sliced Tucumã
- 50ml oil for frying

Farofa ingredients

- 200 g Uarini flour
- 50 g butter
- 1 large onion
- 1 garlic bulb
- 1 bunch of cheiro verde (parsley and scallion)
- Salt and pepper to taste

Directions for the fish

Clean the fish, removing the innards. Next, make minor shallow cuts in the fish's skin and season with the juice of the lemons, the Murupi pepper, and the sliced Tucumã. Let it rest for 15 minutes. Then, drain the fish well, dry them on a paper towel, and spread some Uarini flour over them. Fry in boiling oil.

Directions for the farofa

In a pan, put the butter and add the onion, garlic, and cheiro verde (parsley and scallion), all well chopped. Let it brown for 2 minutes over low heat. Add the Uarini flour and stir well. Add salt and pepper to taste.



TACACÁ

Ingredientes

- 2 litros de tucupi
- 2 maços de jambu
- 500g de goma de tapioca
- 500g de camarão seco
- 1 cebola em pedaço
- 5 pimentas de cheiro
- 1 maço de chicória
- Sal a gosto
- 5 dentes de alho
- 1 maço de cebolinha picada

Modo de Preparo

Coloque o tucupi para ferver, depois de levantar fervura comece a colocar a pimenta de cheiro, a cebola, a chicória, a cebolinha e o alho; Deixe ferver mais um pouco. Enquanto isso, prepare a goma de mandioca; Coloque mais ou menos um litro de água numa panela e ponha no fogo. É preciso derreter a goma em um copo com água antes de jogá-la na panela. E só um detalhe: não pode parar de mexer. Em poucos segundos a mistura engrossa e fica nessa consistência liguenta; Deixe descansando e siga novamente para o caldo do tucuxi;

Desligue o fogo e bata uma parte dele no liquidificador com as verduras todas, depois devolva à panela e misture. Por fim, é só colocar as folhas de jambu e servir com os acompanhamentos, como o camarão e a cebola picada.

"TACACÁ"

Ingredientes

- 2 litros de "tucupi" (caldo de color amarillo extraído de la raíz de la "mandioca brava")
- 2 porciones de "jambu" (planta regional)
- 500g de almidón de "tapioca" (yuca)
- 500g de camarón seco
- 1 cebolla en pedazos
- 5 pimientas de "cheiro" (pimienta regional)
- "chicória" (planta regional)
- Sal al gusto
- 5 dientes de ajo
- cebollín cortado

Elaboración

Coloque el "tucupi" para hervir, así que levante ebullición, empiece a colocar la pimienta de "cheiro", la cebolla, la "chicoria", el cebollín y el ajo; Deje hervir un poco más. Mientras tanto, prepare el almidón; Coloque más o menos un litro de agua en una olla y ponga para cocinar, es necesario derretir el almidón en un vaso con agua antes de verterlo en la olla. Y solo un detalle: no se puede parar de mover. En pocos segundos la mezcla se pone espesa y queda en esa consistencia pegajosa; Deje reposando y siga nuevamente para el caldo de tucupi; Apague el fuego y bata una parte de él en la licuadora con todas las verduras, luego coloque en la olla y mezcle. Por último, es sólo colocar las hojas de jambu y servir con los acompañamientos, como el camarón y la cebolla cortada.

TACACÁ

Ingredients

- 2 liters of Tucupi sauce
- 2 bundles of jambu
- 500 g Tapioca starch
- 500 g dried shrimp
- 1 onion in pieces
- 5 adjuma peppers
- 1 bunch of chicory
- 5 cloves of garlic
- 1 bunch of chopped scallions
- Salt to taste

Directions

Put the Tucupi sauce to boil. After, add the adjuma pepper, the onion, the chicory, the scallions, and the garlic. Let it cook a little longer.

Meanwhile, prepare the Tapioca starch. Put about a liter of water in a pot and take it to the fire. You must melt the starch in a glass of water before pouring it into the pan. Be aware of it: you cannot stop stirring. In a few seconds, the mixture thickens and evolves an unctuous consistency. Let it rest, and then add the Tucupi sauce broth again.

Turn off the heat and mix some of it in the blender with all the vegetables, then return it to the pan. Finally, just add the jambu leaves and serve with the accompaniments, such as the shrimp and the chopped onion.



PATO NO TUCUPI

Ingredientes

- 1 pato grande
- 2 litros de tucupi
- 2 molhos de jambú
- 1 xícara de cheiro verde picado
- 1/2 xícara de coentro picado (opcional)
- 3 dentes de alho amassados
- 2 cebolas médias picadas
- 1 folha de louro
- 2 colheres sopa de sal grosso
- Pimenta-do-reino

Modo de Preparo

Limpar e temperar o pato de véspera com os ingredientes de tempero.

Descarte o excesso de gordura.

No dia seguinte coloque o pato em uma assadeira untada e cubra-o com papel alumínio para ficar cozido e claro, em forno 200°C aquecido, por 1 hora e 30 minutos, ou até amaciar (vai depender do pato).

Retire do forno, desosse em partes / pedaços sem deixar ficar muito pequenos. Escorra a gordura e aproveite o glaceado da assadeira.

Cuidado com o sal.

Coloque em uma panela grande os 2 litros de tucupi e deixe ferver, só então coloque o pato para cozinhar neste caldo por 1 hora para reduzir e dar gosto.

Prove o sal.

Finalmente acrescenta o jambú e o cheiro verde, ferva por mais 30 minutos para que tudo fique bem cozido, mas não desmanche. Sirva com uma boa farofa de manteiga (e os miúdos cozidos).

PATO EN "TUCUPI"

Ingredientes

- 1 pato grande
- 2 litros de tucupi (caldo de color amarillo extraído de la raíz de la "mandioca brava")
- 2 salsas de jambú (planta regional)
- 1 taza de cebollín picado
- 1/2 taza de cilantro picado (opcional)
- 3 dientes de ajo machacados
- 2 cebollas mediadas picadas
- 1 hoja de laurel
- 2 cucharas sopa de sal grueso
- Pimienta negra

Elaboración

Limpiar y sazonar el pato el día anterior con los ingredientes de la sazón.

Retire el exceso de grasa.

El día siguiente coloque el pato en una asadera untada y cúbralo con papel aluminio para quedar cocido y claro, en horno a 200°C caliente, por 1 hora y 30 minutos, hasta ablandar (va a depender de la carne del pato).

Retire del horno, deshuesar en partes / pedazos sin dejar quedar muy pequeños. Escorra la grasa y aproveche el glaseado de la asadera.

Cuidado con la sal.

Coloque en una olla grande los 2 litros de tucupi y deje hervir, sólo entonces coloque el pato para cocinar en este caldo por 1 hora para reducir y dar gusto.

Pruebe la sal.

Finalmente, añada el jambú y el cilantro, hierva por más 30 minutos para que todo se quede muy bien cocido, pero que no deshaga.

Sirva con una buena "farofa" de mantequilla (las partes: corazón, hígado y la molleja) cocidas.

DUCK IN TUCUPI SAUCE

Ingredients

- 1 large duck
- 2 liters of Tucupi sauce
- 2 bunches of jambu
- 1 cup chopped cheiro verde (parsley and scallion)
- 1/2 cup chopped cilantro (optional)
- 3 cloves of crushed garlic
- 2 medium onions, chopped
- 1 bay leaf
- 2 tablespoons coarse salt
- Black pepper

Elaboración

Clean and season the duck the day before with the seasoning ingredients. Discard the excess fat.

The next day, place the duck in a greased baking pan and cover it with aluminum foil to be baked in a heated oven at 200°C for 1 hour and 30 minutes, or until softened (depending on the duck). Remove from the oven and debone it into pieces without letting them get too small. Then, drain the fat and enjoy the glaze from the baking pan. Be careful with the salt.

Put the 2 liters of Tucupi sauce in a large pan and bring it to boil. Only then put the duck to cook in this broth for 1 hour to reduce and give it a flavor.

Taste for salt.

Finally, add the jambu and the cheiro verde (parsley and scallion), and boil for another 30 minutes, so that everything is well cooked but not falling apart.

Serve with butter farofa and cooked innards.



TARTARUGADA OU GUISADO DE TARTARUGA

Ingredientes

- 1 tartaruga média tratada e cortada em pedaços
- 1 colher grande de cebola picada
- 1 colher de óleo
- 3 alhos picados
- 1 colher de chá de colorau
- 1 colher de chá de pimenta do reino
- 1 litro e meio de água

Modo de Preparo

Em uma panela de pressão coloque a cebola, o óleo e deixe fritar um pouquinho. Em seguida acrescente o restante dos temperos. Adicione os pedaços de tartaruga, deixe refogar um pouco e depois coloque a água. Deixe na pressão de 20 a 25 minutos e já está pronto o guisado.

"TARTARUGADA" O ESTOFADO DE TORTUGA

Ingredientes

- 1 tortuga mediana tratada y cortada en pedazos
- 1 cuchara grande de cebolla picada
- 1 cuchara de aceite
- 3 ajos picados
- 1 cuchara de (té) de pimentón en polvo
- 1 cuchara de (té) de pimienta negra
- 1 litro y medio de agua

Elaboración

En una olla a presión coloque la cebolla, el aceite y deje fritar un poquito. En seguida añada el resto de los condimentos. Adicione los pedazos de tortuga, deje rehogar un poco y luego coloque el agua. Deje en la presión de 20 a 25 minutos y ya está listo el estofado.

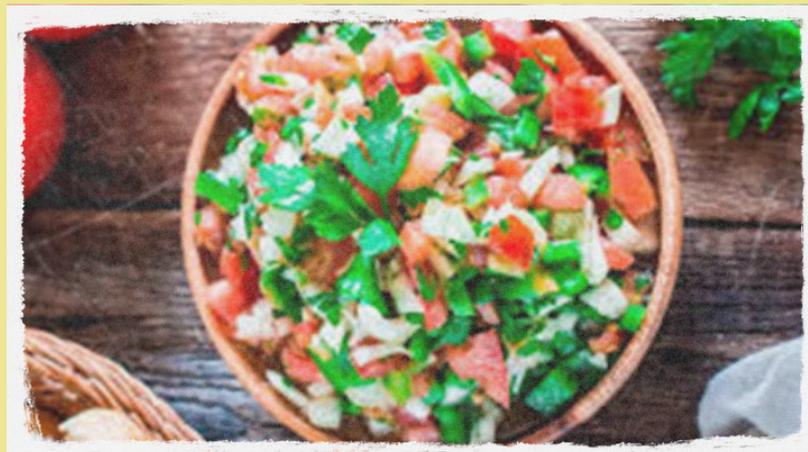
TARTARUGADA OR TURTLE STEW

Ingredients

- 1 medium turtle, treated and cut into pieces
- 1 large spoonful chopped onion
- 1 tablespoon oil
- 3 chopped garlic
- 1 teaspoon colorau
- 1 teaspoon black pepper
- 1 liter and a half water

Directions

Place the onion and the oil in a pressure cooker and fry for a while. Then add the rest of the seasonings. Next, add the turtle pieces, let them cook for a time, and then add the water. Leave it under pressure for 20 to 25 minutes, and the stew is ready.



VINAGRETE COM COENTRO

Ingredientes

- 1 xícara de coentro picado
- 2 colheres de sopa de cebola picada
- 2 colheres de sopa de tomate
- 80 ml de azeite
- 20 ml de vinagre
- Sal e pimenta a gosto

Modo de Preparo

Em uma vasilha coloque todas as verduras picadas, adicione o azeite, o vinagre e mexa bem. Tempere com sal e pimenta a gosto e sirva gelado.

VINAGRETA CON CILANTRO

Ingredientes

- 1 taza de cilantro picado
- 2 cuchara de sopa de cebolla picada
- 2 cuchara de sopa de tomate
- 80 ml de aceite
- 20 ml de vinagre
- Sal y pimienta al gusto

Elaboración

En un recipiente coloque todas las verduras picadas, adicione el aceite, el vinagre y mezcle muy bien. Sazone con sal y pimienta al gusto y sirva helado.

VINAIGRETTE WITH CILANTRO

Ingredients

- 1 cup chopped cilantro
- 2 tablespoons of chopped onion
- 2 tablespoons chopped tomatoes
- 80 ml olive oil
- 20 ml vinegar
- Salt and pepper to taste

Directions

Place all the chopped vegetables in a bowl, add the olive oil and vinegar, and mix well. Season with salt and pepper to taste, and serve refrigerated.

Uma Floresta de Sabores convida o leitor a explorar a rica e vibrante gastronomia do Amazonas como expressão cultural e ferramenta de valorização do turismo regional. A obra percorre a história e a identidade do povo amazonense, destacando como seus sabores refletem tradições ancestrais e impulsionam o desenvolvimento sustentável. Análises sobre o turismo, identidade e o papel da culinária na promoção de Manaus ganham força com a apresentação do Mapa Gastronômico do estado. Como toque final, receitas emblemáticas como o tambaqui na brasa e o tacacá revelam a alma da floresta à mesa. Uma leitura instigante e saborosa, ideal para pesquisadores, profissionais do turismo e apaixonados pela cultura amazônica.

