



## A RESSIGNIFICAÇÃO DO ALIMENTO NO CONTEXTO DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Verenice Zanchi  
Virginia Elisabeta Etges

### RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar a ressignificação do alimento em roteiros de turismo rural, a partir da perspectiva dos atores – agricultores familiares. Para tanto, buscamos verificar os saberes e os valores culturais mobilizados pelos agricultores familiares na ressignificação do alimento e na adoção dessa estratégia para atração de turistas. A investigação abrange os empreendimentos que oferecem alimento em roteiros de turismo rural que integram a Rota Germânica de Rio Pardo e o Roteiro Caminhos da Imigração, nos municípios de Santa Cruz do Sul e Sinimbu/RS. Como abordagem metodológica nos apropriamos da Perspectiva Orientada ao Ator, tendo como técnicas a entrevista semiestruturada, o diário de campo e a observação in loco. As famílias, enquanto empreendedoras, convertem o alimento em atrativo turístico, resgatando saberes transmitidos de geração para geração. Encontramos evidências de que a ressignificação do alimento vem contribuindo com o aumento da renda, da autonomia e da qualidade de vida dessas famílias, principalmente das mulheres. Essa prática impulsiona ainda o turismo rural na região e contribui na promoção do desenvolvimento regional.

**Palavras-chave:** Ressignificação do Alimento. Agricultura Familiar. Turismo. Desenvolvimento Regional.

### Introdução

O alimento se revela como uma forma de expressão cultural e identitária nos roteiros de turismo rural analisados, pois, seu preparo singular, passado de geração para geração, é ressignificado pelos agricultores familiares em sua propriedade e oferecido como atrativo turístico.

Para Woortmann (2006) a família existe nos hábitos alimentares e, nesse sentido, as práticas alimentares – a própria comida – são textos culturais que falam sobre as relações simbólicas estabelecidas pela família (pai, mãe, filhos, etc.) em determinado contexto. Assim sendo, “a família é uma unidade cultural, um valor central de nossa tradição, ela estabelece uma cadeia de significações que, em sua totalidade, constitui a cultura como universo de representações e de conexões de sentido” (WOORTMANN, 2006, p. 53).

Menasche (2009, p. 208) caracteriza a identidade da família e oferece exemplos como: “o cozimento no fogão a lenha, a utilização de banha de porco na preparação das refeições, assim como o pão de milho no caso de agricultores descendentes de imigrantes alemães, ou a polenta entre os descendentes de imigrantes italianos [...]”.

Diante disso, podemos dizer que a **comida típica colonial** que é oferecida pelas famílias aos turistas, nas propriedades rurais na região do Vale do Rio Pardo, é um marcador identitário carregado de significados socioculturais. Uma vez que, assim como Benemann e Menasche (2017, p. 477), entendemos que a comida vai além da construção de identidades, ela “[...] evoca, ainda, emoção, memória, tradição e história”.

Neste artigo buscamos compreender como se processa a ressignificação do alimento, para tanto buscamos verificar os saberes e valores mobilizados por esses agricultores familiares para a ressignificação do alimento, cujo saber-fazer perpassa gerações, em atrativo turístico, tendo presente sempre que o alimento, além de satisfazer as necessidades biológicas, revela identidades e valores socioculturais históricos.

### **A ressignificação do alimento no contexto do turismo rural**

A ressignificação do alimento em propriedades rurais inicia pelo processo de diversificação nas mesmas, isto é, quando o agricultor familiar decide incluir o turismo como atividade na propriedade. Cabe destacar que a diversificação de atividades presente nas pequenas propriedades familiares no Vale do Rio Pardo é decorrente do processo de formação dessa região, ou seja, do modelo de colonização.

Nesse contexto, dentre as propriedades que integram roteiros de turismo rural estão as que oferecem o alimento como atrativo aos turistas. Essas propriedades oferecem **comida típica colonial**, cujo modo de preparo e ingredientes tem ascendência familiar, ou seja, estão relacionados ao saber-fazer, transmitido de geração para geração. Nesse contexto, ao converterem o alimento em atrativo turístico, essas famílias o estão ressignificando-o.

Da mesma forma, Azevedo (2011, p. 115) em sua pesquisa identificou que

[...] a reinvenção da culinária local aporta-se na valorização de alguns pratos em detrimento de outros, considerando, assim, que o saber-fazer adquirido e transmitido de geração a geração é (re)significado pela dinâmica cultural a partir de alterações e adaptações, sem deixar perder, no entanto, determinadas características e conteúdos que garantem seu reconhecimento.



Woortmann (2007, p. 193), com base em pesquisa realizada em propriedades rurais na região do Vale do Taquari, afirma que “o turismo conduziu a uma ressignificação dos hábitos de consumo de comidas tradicionais que, na região aqui considerada, conduziu a uma revalorização da comida “étnica” teuto-brasileira [...]”.

Esse processo também ocorre nas pequenas propriedades de agricultura familiar que participam de roteiros de turismo rural, na região do Vale do Rio Pardo, e que oferecem aos turistas um alimento preparado de forma singular, cujo sabor característico traduz a identidade da família.

Woortmann (2007, p. 177) ressalta que “[...] a comida pode ser pensada como servindo de conexão, operando em categorias amplas, como natureza e cultura”. Com essa perspectiva, a autora considera que “a comida, ao mesmo tempo em que está alicerçada em razões práticas – é necessária para atender ao estômago -, também constrói seu universo simbólico – é necessária para atender a mente” (WOORTMANN, 2007, p. 178).

Em um contexto simbólico os restaurantes e os estabelecimentos familiares que servem **comida típica colonial** tanto para turistas, quanto para famílias de ex-colonos urbanizados, “[...] com frequência, são usados como locais de festas familiares: é a ‘memória gastronômica’ reforçando a memória familiar e étnica” (WOORTMANN, 2007, p. 193). Para a autora o caráter étnico é “[...] o que constrói a memória gastronômica, sua identidade, então, não é o princípio classificatório, mas o produto consumido: chucrute, *Schmier*, nata, etc.”.

No mesmo sentido, Brunori *et al* (2012, p.1) afirmam que o alimento é a principal forma pela qual os italianos reafirmam sua identidade e que essa particularidade influencia, inclusive, a indústria alimentícia. Por isso, a comida italiana tem se posicionado no mercado global como uma marca de alto valor agregado, cujo sistema tem como base a construção de relações de confiança e a qualidade. Os autores seguem afirmando que todo o movimento que gira em torno do alimento na Itália decorre da preocupação constante com a segurança alimentar, a qual advém das sucessivas crises alimentares e surtos de doenças. Nesse contexto, alimentos locais e orgânicos são incorporados como componentes de identidade da comida italiana.

Menasche (2009) também compreende que a demanda pelo alimento contribui com a formação de um espaço rural usado, apropriado, vivido, e que, a partir dessa demanda as percepções de identidades são transformadas. Essa concepção oportuniza abarcar o inventário das forças envolvidas na prática alimentar inserida em contextos de turismo rural. Para a autora os distintos usos e significados de um determinado alimento podem ser



associados a diferentes percepções do rural e processos de constituição de identidade. Segundo a autora os turistas valorizam os alimentos que remetem à identidade rural, principalmente, em ocasiões festivas. Essa valorização do alimento produzido e oferecido no rural também se fez presente nessa pesquisa, reforçando, portanto, a possibilidade de crescimento do turismo rural alicerçado no alimento.

O alimento é uma celebração da vida e da comunidade, repleta de significados e simbolismos, representando assim a cultura local. Também representa o compromisso de reforçar o lugar, por meio do ressurgimento dos mercados dos agricultores e da comunidade que os apoia.

Schlüter (2006, p. 16) pondera que “[...] o alimento não é simplesmente um objeto nutritivo que permite saciar a fome, mas algo que também tem um significado simbólico em uma determinada sociedade”. Ou seja, o alimento além das características físicas, está carregado de valores simbólicos e imaginários, sendo assim, um fator de diferenciação cultural.

Segundo Araújo e Tenser (2009, p. 14) “O ato de alimentar-se está inexoravelmente ligado à cultura, aos costumes e aos hábitos familiares de certas regiões”. Nesse sentido, o autor pondera que comer pode ser considerado como patrimônio imaterial de um povo.

As autoras destacam ainda que nas mãos das mulheres os ingredientes se transformam em combinações que fazem sucesso. As “receitas tradicionais produzidas por famílias e guardadas como objetos de valor são transmitidas de forma cerimoniosa para os membros mais jovens ou para recém chegados e representam um patrimônio imaterial valioso” (ARAÚJO; TENSER, 2009, p. 14). Assim como, “tradições, história, técnicas e práticas culinárias formam culturas alimentares regionais, hoje sendo valorizadas como patrimônio”. Portanto, “[...] valorizar a comida regional é importante para que não se percam sabores tradicionais adquiridos ao longo do tempo e passados de geração a geração” (ARAÚJO; TENSER, 2009, p. 17).

As autoras falam sobre os produtos “típicos” que representam um lugar. Como o alimento oferecido aos turistas é caracterizado como típico, cabe refletir sobre o significado dessa expressão. Para tanto, corroboramos Maciel (2001, p. 152) que afirma que

A constituição de uma cozinha típica vai assim mais longe que uma lista de pratos que remetem ao “pitoresco”, mas implica no sentido destas práticas associadas ao pertencimento. Nem sempre o prato considerado “típico”, aquele que é selecionado e escolhido para ser o emblema alimentar da região



é aquele de uso mais cotidiano. Ele pode, sim, representar o modo pelo qual as pessoas querem ser vistas e reconhecidas.

As considerações da autora refletem o que ocorre com relação à **comida típica colonial** oferecida pelos agricultores familiares aos turistas nos roteiros de turismo rural da região analisada nesta pesquisa. Ou seja, a **comida típica colonial** é composta de uma mescla entre alimentos que estão presentes diariamente na mesa desses agricultores, outros alimentos preparados em dias de festa e ocasiões especiais e, ainda um terceiro grupo de alimentos que caracteriza a “culinária típica alemã”, elaborada mais recentemente.

Conforme Maciel (2005, p. 49) “na alimentação humana, natureza e cultura se encontram, pois se comer é uma necessidade vital, o quê, quando e com quem comer são aspectos que fazem parte de um sistema que implica atribuição de significados ao ato alimentar”. Nesse sentido, o alimento oferecido aos turistas carrega um sistema simbólico e, como memória coletiva representa, para o agricultor, o sentimento de pertencimento a um grupo sócio-cultural. Os agricultores, ao oferecerem aos turistas seus alimentos típicos, estão compartilhando culturalmente suas tradições alimentares.

O alimento pode despertar emoções ligadas à memória, podendo nos fazer lembrar alguém ou um lugar, por meio de lembranças afetivas e prazerosas. Nesse sentido, Woortmann (2009b, p. 23) afirma que “em qualquer sociedade, os alimentos não são apenas comidos, mas também pensados. Em outras palavras, a comida possui um significado simbólico – ela *fala* de algo mais que nutrientes”. O alimento assume, assim, significados de natureza simbólica, referenciado em práticas cotidianas, instrumentalizando identidades. Em outras palavras, o alimento é um marcador cultural facilmente convertido em tradição pela memória e, portanto, influencia a significação de identidades étnicas, regionais e nacionais.

Woortmann (2009a, p. 57) identificou que a comida tradicional teuto-brasileira foi ressignificada, a partir da memória e dos laços de parentesco e, dessa forma, ela foi revalorizada, reforçando e atualizando assim as raízes familiares e étnicas. A autora revela que a busca pela comida típica, oferecida hoje, em restaurantes especializados e, porque não dizer, sofisticados, é realizada tanto pelos turistas quanto pela comunidade, que os frequentam não só com o objetivo de nutrir o corpo, mas também o espírito, reavivando as memórias do passado.

Nesse sentido, Lody (2009, p. 144) afirma que

Certamente na boca começa o coração. [...] Comer não é apenas um ato complexo biológico, é antes de tudo um ato simbólico e tradutor de sinais, de



reconhecimentos formais, de cores, de texturas, de temperaturas e de estética, pois comer é um ato de memória, desejo, fome, significado, sociabilidade, ritualidades que dizem da pessoa que ingere alimentos; o contexto em que vive, comunicando também com os demais que participam do momento imemorial do ato de comer. O valor cultural do ato de comer é cada vez mais entendido como um ato patrimonial, pois a comida é tradutora de povos, nações, civilizações, grupos étnicos, comunidades, famílias, pessoas. O sentido de pertencer a uma sociedade, a uma cultura, nasce primordialmente no falar um idioma e no incluir receitas, pratos, criar hábitos cotidianos da comida. É, então, a comida um lugar que define e afixa à pessoa seu pertencimento, quer dizer, ter uma identidade [...].

O autor exemplifica a partir de estudos sobre a doçaria nordestina, na qual a mulher é a guardiã, detentora dos saberes tradicionais. Ao olhar para a cozinha brasileira, o autor aponta que “[...] o trabalho, o saber e o espaço da memória do que se come [...] passa pelas mãos das mulheres, as quais mantêm vivas as receitas e o modo de fazer”. Ainda para o autor, a cozinha é um “[...] importante espaço de poder, marcando papéis sociais, determinando relações sociais e determinando ainda hierarquias da casa que na tradição brasileira estão no gênero feminino” (LODY, 2009, p. 149). No caso estudado pelo autor, a receita de um bolo, passada apenas para as mulheres da mesma família, caracteriza simbolicamente a identidade da família e o pertencimento à mesma.

Para Beluzzo (2009, p. 18) as mulheres são as responsáveis pela preservação do patrimônio cultural culinário. As receitas tradicionais, por serem carregadas de memória afetiva e tradições, sobrevivem à industrialização dos alimentos. Assim, a cozinha “é um conjunto de elementos referenciados na tradição e articulados no sentido de constituí-la como algo particular, singular, reconhecível ante outras cozinhas” (MACIEL, 2005, p. 50). Esse espaço é, ainda, influenciado por processos histórico-culturais, os quais devem ser considerados quando de sua análise. Portanto, “[...] o que é colocado no prato serve para nutrir o corpo, mas também sinaliza um pertencimento, servindo como um código de reconhecimento social” (MACIEL, 2005, p. 54).

No contexto dos roteiros de turismo rural do Vale do Rio Pardo, o alimento que é ressignificado expressa aspectos particulares da região, ao mesmo tempo em que caracteriza a identidade dessas famílias, uma vez que os saberes e os valores de seus antepassados estão presentes. Ou seja, mobilizam saberes e recursos com o objetivo de construir campos de interação que lhes garantam autonomia e espaço para agir.

Essa autonomia, segundo Wanderley (2009), é demográfica, social e econômica. “Nesse último caso, ela se expressa pela capacidade de prover a subsistência do grupo



familiar em dois níveis complementares”: o imediato e o futuro (WANDERLEY, 2009, p. 157). Para tanto, “[...] a família define estratégias que visam, ao mesmo tempo, assegurar sua sobrevivência imediata e garantir a reprodução das gerações subsequentes” (WANDERLEY, 2009, p. 160). As famílias que decidem ofertar o alimento em roteiros de turismo percebem na atividade turística essa oportunidade.

As identidades estão em constante construção e demonstram como as tradições, além de fruto do passado se articulam com o presente. Assim, a preparação do alimento é muito mais do que um conjunto de técnicas, mas, compõe um saber-fazer constituído de memória e identidade.

A resignificação acontece porque a “[...] agricultura familiar corresponde a uma certa camada de agricultores, capazes de se adaptar às modernas exigências do mercado em oposição aos demais “pequenos produtores”, incapazes de assimilar tais modificações” (WANDERLEY, 2009, p. 186). Os saberes e os valores são preservados pelo núcleo familiar, que valoriza sua cultura, sua tradição.

Os saberes e os valores da alimentação, notadamente, estão associados aos membros mais velhos da família, pois são eles que cultivam e repassam, de geração para geração, suas memórias alimentares.

## **Os saberes e os valores mobilizados**

A importância dos saberes destaca-se pelo fato de que

Se o homem tem necessidade de nutrientes [...], ele somente pode ingeri-los e incorporá-los na forma de alimentos, ou seja, de produtos naturais culturalmente construídos e valorizados, transformados e consumidos respeitando um protocolo de uso fortemente socializado (POULAIN, 2004, p. 19).

Isso porque, “a alimentação tem uma função estruturante na organização social de um grupo humano” (POULAIN, 2004, p. 19). Portanto, se para o investigador social, as práticas alimentares parecem um tema banal, uma vez que diversas escolas de pensamento se debruçaram a aplicar seus “paradigmas explicativos”, por outro lado, elas são, concomitantemente, símbolos de um “paradoxo teórico”. O olhar sistemático sobre tais práticas permite considerá-las “[...] marcadores identitários, pelas quais se desenvolvem códigos de diferenciação social, [...]” que caracterizam a comunidade, a região, a nação (POULAIN, 2004, p. 20).



Segundo Poulain (2004, p. 22) a internacionalização da alimentação ocorre por meio de particularismos locais e regionais. A valorização do alimento conecta-se, segundo o autor, às estratégias relacionadas ao desenvolvimento do turismo, uma vez que identifica inúmeras estruturas institucionais (comitês regionais ou departamentais de turismo, agências de turismo, câmaras de comércio, entre outros) associados à atividade turística, os quais servem de meios de comunicação e mobilização dos empreendedores alimentares. Os produtores são “[...] guardiões de um patrimônio gastronômico, talvez até mesmo de uma “sabedoria”, na qual intimamente o sentido e os sabores se misturam” e, portanto, “o interesse contemporâneo pelas cozinhas regionais deve ser situado na nostalgia de um “espaço social” em que o comedor vivia sem angústia, ao abrigo de uma culinária claramente identificada e identificante” (POULAIN, 2004, p. 34).

A crise alimentar associa-se a uma crise identitária e, nesse contexto, “[...] o culinário torna-se um lugar em que se concentram questões que ultrapassam o campo alimentar”, emergindo como símbolo identitário (POULAIN, 2004, p. 34). Portanto, para o autor, as cozinhas camponesas têm uma marca regional.

Para Schlüter (2006, p. 10) fazem parte do consumo turístico “os aspectos tradicionais da cultura, como as festas, as danças e a gastronomia, ao conter significados simbólicos e referirem-se ao comportamento, ao pensamento e à expressão dos sentimentos de diferentes grupos culturais [...]”. A autora destaca que “[...] o conjunto de formas de cultura tradicional e popular ou folclórica, ou seja, as obras coletivas que emanam de uma cultura e se baseiam na tradição”, foram definidas pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), em 1997, como concernentes ao patrimônio imaterial ou intangível, o qual “[...] concerne a cada pessoa, já que todo indivíduo é portador do patrimônio de sua própria comunidade” (SCHLÜTER, 2006, p. 11).

No turismo as principais motivações têm sido a “[...] busca pelo prazer através da alimentação e da viagem, mas deixando de lado o *standard* [...]” em busca do genuíno (SCHLÜTER, 2006, p. 11). Os turistas têm buscado por suas raízes culinárias o que confere a gastronomia uma importância cada vez maior. Assim, “A cozinha tradicional está sendo reconhecida cada vez mais como um componente valioso do patrimônio intangível dos povos” (SCHLÜTER, 2006, p. 11).

A demanda por comidas tradicionais, contribui com o resgate de antigas tradições que poderiam desaparecer devido às padronizações que vieram com a globalização. O que, por sua vez, “implicou ultimamente a necessidade de revalorizar o patrimônio gastronômico





regional” (SCHLÜTER, 2006, p. 12). Isso porque, o ato de comer cristaliza, não só estados emocionais, mas também identidades culturais.

Ainda segundo Schlüter (2006, p. 39) “a comida e a bebida são, em geral, atos sociais ao redor da mesa em algum lugar, porque a comensalidade deve ser vista a partir dos lugares onde se produz essa interação social”. E, mesmo os americanos que se sentem “em casa” em um McDonald’s – restaurante *fast-food* –, em qualquer lugar do mundo, prezam por comer com a família e amigos próximos em datas como natal, ação de graças, domingo de ramos ou domingo de páscoa. Por exemplo, o feriado de ação de graças inicia na quinta-feira e termina no domingo, isso para que as famílias possam se reunir ao redor da mesa e saborear uma comida que é preparada com base em uma receita transmitida de geração para geração.

Contraditoriamente, a globalização fez surgir o conceito de valorização das diferenças regionais. O interesse por restaurantes étnicos, que servem, principalmente, comidas tradicionais está em plena expansão, porque alimentam, não só o corpo e o espírito, mas porque fazem parte da cultura dos povos. Schlüter (2006, p. 89) destaca que “cada sociedade conta com uma ampla bagagem de tradições e costumes, e o turismo se vale delas para atrair os visitantes [...]. Não obstante, é no âmbito rural onde se tem os maiores esforços”. A possibilidade de apreciar os sabores abre novos espaços para o turismo.

Nessa perspectiva, Dieste (2006, p. 1) salienta que “*Las cocinas regionales constituyen una de las expresiones culturales más contundentes de lo que se ha denominado el patrimonio intangible de las sociedades y las comunidades*”. Marques *et al* (2007, p.169) ao abordarem o rural, afirmam que quando se fala de alimentos e de agricultura, fala-se de dádivas do trabalho, do esforço e do saber-fazer de quem plantou, colheu e preparou o alimento. Ainda para as autoras, é a partir do alimento que a expressão das identidades é atualizada.

Carenzo (2012, p. 114) identificou dois aspectos-chave do processo de ressignificação das práticas das famílias envolvidas, quais sejam: a recuperação do alimento e a projeção do mesmo como alternativa econômica. Para o primeiro, foi fundamental a recuperação das receitas, principalmente, aquelas destinadas a valorizar os saberes passados, “[...] recuperando suas próprias trajetórias familiares a partir do uso dado por pais ou avós [...]”. O segundo envolveu o desenvolvimento de experiências de comércio justo<sup>1</sup>, a partir do qual “[...]”

---

<sup>1</sup> O enfoque do comércio justo visa desenvolver uma produção sustentável em termos ambientais, econômicos e sociais, que se corresponde com a ideia de um consumo responsável. Nessa, reconhece-se e valoriza-se as particularidades do contexto ambiental, econômico e social nos quais se produzem os alimentos (CARENZO, 2012, p.115).



os camponeses crioulos começaram a visualizar a atividade como uma alternativa produtiva com vistas a melhorar o nível de renda familiar, fortalecendo assim uma estratégia diversificada”. Concluiu afirmando que “[...] é necessário recuperar as práticas históricas para pô-las em valor em um novo contexto social. Isso é dar conta das ressignificações dos próprios camponeses [...]” (CARENZO, 2012, p. 117). O autor destaca, ainda, o empoderamento das famílias, a partir de sua participação em um processo coletivo que visa um objetivo comum.

Nesse sentido, “o saber-fazer local seria uma própria forma de expressão cultural local, que define a identidade, através da qual se estabelecem as relações de indivíduos e grupos” (FLORES, 2006, p. 5). Assim, é por meio da comida que as relações sociais e as identidades dos grupos são atualizadas.

Albarda (2012, p. 168) apresenta a ressignificação do espaço escolhido para a alimentação, no qual, “[...] a comida caseira e *típica* é referência simbólica [...]” e assim, o restaurante é reapropriado, como se fosse a casa e nele se reproduz o momento de união da família. Essa adaptação, decorrente dos tempos atuais, é uma forma de ressignificar a tradição alimentar. Assim, “como referência identitária, associada a uma forma de sociabilidade característica da casa o *típico* e o *caseiro* tornam-se elementos atrativos [...]” (ALBARDÁ, 2012, p. 168). Nesse contexto, é possível perceber a dinâmica entre o global e o local, bem como o conflito cotidiano entre a tradição e a modernidade.

Com relação a esse processo Wanderley (2009) aponta que o agricultor recorre ao passado, no qual está o seu saber tradicional e que será transmitido de geração para geração.

Abdala (2011, p. 125) reforça que “[...] saberes e práticas cotidianas são reapropriados e ressignificados por aqueles que lhes dão vida, nas diferentes manifestações e nas diferentes posições que ocupam como produtores, consumidores [...]”, entre outros.

Conte (2014) apresenta elementos para pensar os diferentes enfoques que o alimento pode tomar, vistos a partir da concepção das mulheres e destaca o significado de alimento – identificando-o com quem o cultivou. Uma vez que o plantio, a colheita e o armazenamento fazem parte do saber do agricultor. Além de que “esse alimento tem características que vão além de saciar a fome; ele nutre, dá para comer com tranquilidade, tem cheiro, sabor e cor [...]” (CONTE, 2014, p. 118).

Conte (2014) relata ainda que em sua pesquisa algumas narrativas revelaram que o alimento saudável, ao mesmo tempo, em que gera renda, constrói conhecimento e autonomia, criando um ambiente saudável, o que, por sua vez, vai repercutir no território.



Segundo Cinelli; Conte; Weschenfelder (2014, p. 3) estão sendo desenvolvidas experiências agroecológicas “[...] com o objetivo de recuperar os sabores e saberes locais e regionais, construir a soberania alimentar, assumindo o princípio político de que um povo só é soberano quando produz seu próprio alimento”. Nesse sentido, é importante valorizar a cultura, uma vez que, esta “[...] se revela nos hábitos alimentares, valorização e valoração do trabalho das mulheres, preservando a biodiversidade, e, articulando as diversas atividades para que aconteçam de forma integrada” (CINELLI; CONTE; WESCHENFELDER, 2014, p. 3).

Portanto, à medida que as receitas das avós, mães e tias, são apropriadas por essas mulheres – agricultoras familiares – ocorre simultaneamente a reapropriação dos saberes ancestrais, gerando nelas um sentimento de pertencimento.

Nesse contexto,

[...] pode-se dizer que o turismo rural desempenha importante papel junto à família, reestruturando e resgatando os papéis dos indivíduos (donas-de-casa, aposentados, viúvos) no âmbito da família e da sociedade, na medida em que lhes possibilita uma (nova) ocupação e novas oportunidades de inserção social. E ainda, contribui no sentido da valorização da cultura do homem rural como um todo (saberes e fazeres), despertando o seu interesse pela história e pela manutenção do patrimônio, concernente a sua própria família e ao município e região (FUCKS; ALMEIDA, 2002, p. 33).

Esse conhecimento tradicional pode ser definido como um conjunto de saberes e saber-fazer, os quais são transmitidos oralmente de uma geração para a outra. A partir disso, entendemos que o alimento, na condição de marcador de identidade, está associado a uma rede de significados.

Assim, por meio da observação do saber-fazer, das práticas cotidianas, da multiplicidade de práticas, ou seja, do patrimônio imaterial ofertado ao turista e da agência dos agricultores familiares e sua interface com os demais participantes dos roteiros de turismo rural analisados, procuramos, compreender como o alimento pode contribuir com o desenvolvimento do território e da região na qual está inserido.

## **A repercussão da ressignificação do alimento nos roteiros de turismo rural**

A participação de agricultores familiares que ressignificam o alimento e o oferecem nos roteiros de turismo rural se transforma em estratégia de inserção social e econômica e, por fim, converte-se em autonomia, empoderando-os para enfrentar quaisquer adversidades.



Essa ação, segundo Ploeg (2008), faz parte do conjunto de alternativas de diversificação empregadas pelos agricultores familiares para ampliar sua autonomia e possibilidade de permanência em suas propriedades.

A globalização é um destes fenômenos, que segundo Woodward (2012), influencia de diferentes formas a identidade, podendo levar ao distanciamento da identidade local ou fortalecê-la, sendo que esta última foi a identificada no caso estudado. A comunidade local, como forma de resistência à homogeneização cultural promovida pela globalização, reafirmou sua identidade cultural, convertendo-a em atrativo turístico, em outras palavras, patrimônio imaterial local, como também identificado por Hernández (2005) e Menasche (2010).

Nesse sentido, a memória construída ao longo do tempo que faz parte da formação da identidade, ou seja, o conhecimento tradicional de cada família foi apropriado pelos atores locais e convertido na identidade cultural comunitária, (CASTELLS, 2003), que na forma de roteiro turístico, transforma-se em atrativo. O fortalecimento da identidade comunitária, envolvida por um sentimento de pertencimento, pode ser percebido como enfrentamento aos processos desencadeados pela globalização.

Não podemos negar que “as tendências para intensificação da globalização interagem com – e são causa de – mudanças na vida cotidiana” como afirmam Beck, Giddens e Lash (1997 p. 9), haja vista que a entrada do turismo no meio rural, em um primeiro momento, é vista como fonte de renda. Mas o resgate do alimento tradicional também é uma forma de resistência e enfrentamento à homogeneização que veio com a globalização (SCHLÜTER, 2006).

Com relação aos processos de interação entre os fatores internos e externos, principalmente no que diz respeito à tomada de decisão, o Empreendimento 1 relata que, dentre as alternativas encontradas para permanecer na propriedade, está:

A diversificação da propriedade em primeiro lugar. Pela necessidade, porque só com agricultura era muito complicado. Porque, problemas de saúde e falta de mão-de-obra. E assim, a gente tem a localização, a área das terras já é meio em declive, já tem pouca terra aproveitável, então para trabalhar com máquina mecanizada já é bem mais complicado. Então, a gente teve, foi obrigado a procurar uma alternativa ou largar a propriedade e trabalhar no centro. Então surgiu a ida para a Alemanha, na época surgiu essa idéia de poder transformar uma propriedade rural em um ponto turístico.

No Empreendimento 2 começaram a pensar em turismo por causa dos problemas de saúde do pai. “Surgiu uma alternativa para sair do fumo. Começou a dar uns problemas nele no coração, hereditários. Então pensamos. Reunimos a família [...] e nós pensamos assim,



turismo é uma” boa opção (EMPREENDIMENTO 2). O Empreendimento 3 iniciou a atividade turística para ter “[...] uma renda a mais. Às vezes, graças, é que a gente consegue sobreviver. Porque tinha anos que não dava muito bem a safra, então é um complemento familiar”.

Entendemos, a partir dos relatos dos entrevistados, que a mecanização da agricultura apontada como a maior vantagem do processo de industrialização/globalização no espaço rural, não serve para todas as propriedades, tampouco para todas as culturas. A valorização do alimento da agricultura familiar como identidade regional se converte em espaço de resistência desses atores (POULAIN, 2004) frente aos processos homogeneizantes da globalização.

Isso porque, “um patrimônio valorizado traz a uma população rural orgulho e o sentimento de pertencer a uma comunidade cujo patrimônio torna-se emblemático” (MAZUEL, 2000, p. 103). O que ocorre com o alimento oferecido nas pequenas propriedades rurais nesses roteiros, e que é identificado pelos atores como **comida típica colonial**, funciona também como **demarcador identitário regional**.

Percebemos, assim como identificado por Amon e Menasche (2008 p. 19), que as receitas são alteradas em decorrência da convivência entre comunidades que também transformam “[...] os limites que diferenciam uma comunidade de outra e, por conseguinte, os relevos constituintes das identidades coletivas”. As receitas também são influenciadas pelos turistas. Nesse contexto, a tradição e o pertencimento à comunidade são reafirmados pelo alimento que é servido.

“Com oportunidades sociais adequadas, os indivíduos podem efetivamente moldar seu próprio destino e ajudar uns aos outros” como afirma Sen (2000, p. 26). Essa afirmativa pode ser identificada no caso do Empreendimento 4, que iniciou a atividade turística “por que nós fomos convidados”, ou seja, uma oportunidade e hoje contribui com a comunidade a qual pertence tanto por meio da oferta de vagas de trabalho tanto com a aquisição de produtos locais, produzidos por vizinhos. O Empreendimento 3, também começou a atividade turística depois de ser convidada por uma vizinha e porque “a mãe estava fazendo as cucas, então a gente só aumentou o volume”. “Então, chegando aqui tive a oportunidade” relata o Empreendimento 1. O Empreendimento 2 teve a mesma oportunidade. Todos foram convidados para participar dos roteiros turísticos que estavam sendo elaborados a partir de iniciativas que contavam com a participação de moradores das localidades, da prefeitura municipal, do governo do estado, da Universidade de Santa Cruz do Sul e de outras instituições.



Em um primeiro momento, pode parecer que a decisão de todos os empreendimentos foi homogênea, contudo, apenas o convite foi comum a todos. Cada empreendimento tem suas características e particularidades únicas, assim como a decisão contou ou não com a participação de atores externos ao núcleo familiar residente na propriedade. Por exemplo, o Empreendimento 1 alega que ninguém participou da implementação do turismo rural na propriedade, mas que uma cunhada influenciou na decisão. O Empreendimento 2 afirma que dois irmãos influenciaram a decisão e que participaram da implementação “familiares e agentes de turismo da capital, a UNISC, ajudou aqui através do turismo estadual [...] uma assessora”. No Empreendimento 3 influenciaram na decisão uma vizinha, que também fez o convite e um primo da mãe, que também contribuiu na implementação dos roteiros na região. Já no Empreendimento 4 não houve influência no processo de decisão tampouco participação externa na implementação.

Sen (2000) apresenta ainda, a importância da condição de agente das mulheres no processo de mudança social, ou seja, a mulher é a agente da mudança. O que vem ao encontro das constatações dessa pesquisa, uma vez que são as mulheres as responsáveis pelo preparo do alimento, pelo atendimento dos turistas, além de cuidar da família e das atividades cotidianas na propriedade.

Nesse contexto, ao decidir agir elas assumem a responsabilidade de fazer as coisas (SEN, 2000), em outras palavras, ao decidir oferecer alimento, se responsabilizam por prepará-lo, atender o turista e manter a casa e a propriedade organizadas para a atividade turística. Assim, as mulheres se libertam da condição de “ajudante”, como apresentado por Conte (2014), passando a assumir outros papéis e do que Meyer (2013) chama de ‘lugar’ da mulher (o lar e da sua função: cuidar da casa e da família).

Nessa perspectiva, ao abordar a questão dos papéis políticos, sociais e econômicos das mulheres Sen (2000, p. 235) afirma que “a condição de agente das mulheres é um dos principais mediadores da mudança econômica e social, e sua determinação e suas consequências relacionam-se estreitamente a muitas das características centrais do processo de desenvolvimento”. Essa constatação se evidencia quando analisamos a representatividade do processo de resignificação do alimento na composição total da renda das famílias pesquisadas, pois para três famílias esta fonte representa a metade da renda total obtida com a atividade turística.

Constatamos que nesses empreendimentos as mulheres são as protagonistas, pois, a decisão de iniciar a atividade turística surge delas, as quais também são as responsáveis por

cuidar do turista, uma vez que, cuidam dele como cuidam da própria família, assim como identificado por Cànove e Villarino (1997). No espaço da cozinha as mulheres encontram nos saberes tradicionais e nas suas experiências culturais acumuladas formas de resistência.

O turismo influencia não só a vida destas mulheres, mas também a vida de seus filhos, pois, proporciona uma melhora na qualidade de vida e bem-estar de toda a família. Nesse sentido, a Entrevistada 2 ao falar sobre as mudanças advindas com o turismo afirma que

[...] antigamente, no começo a gente não era muito de conversar, agora todo mundo, um pergunta para o outro. Que nem, semana passada me ligou uma firma, daí ela queria saber preço de costelão, a gente faz, a gente tem os cardápios montados, mas, não esse do costelão. Eles queriam costelão, então o que eu fiz, eu disse para ela, como a gente trabalha aqui em família, não é só eu, eu tenho que falar com meu pai, com meu irmão, aí eu te passo os valores amanhã. E assim, todo mundo se pergunta. Ninguém sai fazendo as coisas, quem nem o pai fazia. [...] E agora não, é todo mundo, a gente reúne e conversa até chegar num consenso. Antes não era assim, [...]. Cada um estava na sua.

Ressalta que o turismo possibilitou que dois irmãos ficassem na propriedade e que a irmã que saiu voltaria se já tivessem uma estrutura maior. Com relação às mudanças a Entrevistada 3 afirma que tem “melhor qualidade de vida, assim, eu acho. Através da renda. Querendo ou não foi uma renda a mais que nos proporcionou algumas coisas boas para a família. Ou que teria que ir para Santa Cruz trabalhar”.

A divisão do trabalho na propriedade entre os membros da família revela a lógica predominante nas propriedades e a influência do turismo. A Entrevistada 3 relata que apenas as mulheres trabalham na atividade turística e que “cada um com seus afazeres. O meu é fazer as cucas, o meu irmão vai na roça, o outro ajuda nas vacas e faz inseminação. A mãe e a tia na comida” e na preparação de outros produtos oferecidos para os turistas. No Empreendimento 4 a mulher fica na cozinha e o marido na copa e na recepção aos turistas. A Entrevistada 2 afirma que o “pai e o irmão trabalham na lavoura. E eu mais no turismo. Mas todos se ajudam. Quando um não está o outro vai lá”. E na parte turística relativa ao alimento o pai e o irmão ficam na churrasqueira, a mãe e a avó na cozinha e a filha na recepção.

No Empreendimento 1 “quem está disponível faz, não tem tu só podes fazer isso, eu só faço aquilo, quem está disponível faz o que tem a ser feito, tanto na parte agrícola, quanto na parte de turismo”.

Percebemos as diferenças e a importância do turismo para algumas destas mulheres, pois, a partir do início da atividade turística elas passam a ter um papel integral, não sendo



mais consideradas “ajudantes” ou trabalhadoras pela metade, como na lógica perversa do capital (CONTE, 2014).

A diversificação de atividades nessas propriedades, principalmente a implementação do turismo e mais especificamente, a ressignificação do alimento torna visível um ator que até então era invisibilizado pelo modelo de produção capitalista. Inseridas nesse contexto, as mulheres não só aparecem, mas passam a contribuir ativamente na renda da família, o que por vezes já garantiu o sustento da mesma em períodos em que a safra foi fraca.

A ressignificação se processa nas cozinhas, onde alguns alimentos tradicionais são eleitos, em detrimento de outros, a partir de alterações e adaptações de um saber-fazer que foi passado de geração para geração, esse alimento é valorizado, preservando as características que garantem seu reconhecimento, como também identificado por Azevedo (2011) e Woortmann (2007). Essas características tradicionais fazem parte do que Schnell (2011) chama de uma experiência “autêntica”, perpetuada por atores resistentes. Os agricultores familiares entrevistados resistem no campo, fazendo uso de múltiplas estratégias, revelando a heterogeneidade apontada por Long (2007). Dentre as estratégias está a opção pelo turismo, por meio da ressignificação do alimento, como possibilidade de diversificação de atividades na propriedade.

A inserção desses atores em roteiros de turismo rural também oportunizou a criação de novas relações, pois, “as narrativas da comida sedimentam e transformam a identidade, o sistema de pertencimentos e as visões de mundo da comunidade [...]” (AMON; MENASCHE, 2008, p. 20). A participação em um processo coletivo que visa um objetivo comum, como por exemplo, um roteiro de turismo rural, gera um sentimento de pertencimento à comunidade e potencializa a autonomia dessas famílias. Identificamos que todos os empreendimentos realizam internamente a gestão da propriedade, sendo que alguns fizeram o curso de Gestão no Campo, oferecido pelo SEBRAE.

Nesse sentido, a Entrevistada 1 expõe que os vizinhos que não aderiram ao turismo “[...] dizem assim: Não sei como é que vocês sentam à mesa e conseguem fazer as refeições com pessoas estranhas”. Mas eu respondo que “no momento que entrar uma pessoa no portão de entrada da nossa propriedade já não é mais estranho. Ele já faz parte do nosso convívio, porque ele já agendou para ser recebido dessa maneira”.

Também foram estabelecidas relações ou interfaces sociais (LONG, 2007) com outros atores sociais, as quais, em alguns momentos são colaborativas, mas em outros de tensionamento. Por exemplo, todos consideram que mantém boas relações com a





comunidade local, mas ressaltam que se dependessem dela para sobreviver estariam fechando as portas, porque a comunidade não os prestigia tanto quanto antigamente. A relação entre os empreendedores de um mesmo roteiro é considerada por todos como sendo muito boa, entretanto, o mesmo não se aplica na relação entre empreendedores de roteiros diferentes, o que demonstra certa fragilidade nas relações. Identificamos, nas entrevistas, que as tentativas de parceria entre os dois roteiros foram infrutíferas, o que não é benéfico para os dois roteiros, que com o passar dos anos tem reduzido, significativamente, o número de empreendimentos. Entendemos que uma parceria entre eles poderia revitalizar o turismo nessa região.

Com relação às políticas públicas, ou seja, financiamentos, o Empreendimento 2 afirma que “nós conseguimos fazer a nossa sede com o Pronaf Turismo, com esse financiamento. [...] Por causa da Emater conseguimos isso” e o considera “muito bom. Agora o juro aumentou um pouco, mas aqui nós conseguimos o juro de 2% ao ano e 2,5% ao ano. Agora está 5%”. Os outros três ou desconhecem a política ou conhecem experiências que não foram boas, por exemplo, “[...] em Santa Maria fizeram há 5 anos um projeto e até hoje não receberam o dinheiro, ainda” (Empreendimento 3). Identificamos, nestes três casos, que a falta de informação e as experiências negativas revelaram-se entraves para o desenvolvimento do turismo nas propriedades. Nesse sentido, o Empreendimento 1 afirma que “[...] a gente participa de reuniões, [...] participa de palestra sobre o turismo. A gente sempre faz o possível para poder participar, trazer novidades, trazer ideias.

Constatamos, a partir dos relatos, a intenção desses empreendedores de melhorar os seus empreendimentos, participando de reuniões e cursos voltados ao turismo, e também as dificuldades externas encontradas por ele ao longo dessa caminhada. Os demais empreendedores realizam o mesmo esforço para participar das reuniões e de cursos relacionados ao turismo rural. O Empreendimento 4 alega que participa apenas das reuniões da associação da rota, que ocorrem, normalmente, no seu empreendimento e que não participa de outras reuniões e cursos por falta de tempo e por não receber convite.

Nesse contexto, a perspectiva orientada ao ator contribui na análise de critérios econômicos e administrativos, e também das dimensões culturais e sóciopolíticas, ou seja, com a percepção de como as interfaces entre os atores dinamizam o desenvolvimento da região (LONG, 2007). Sobre como se informa sobre o mercado turístico, o Empreendimento 1 revela que obtém pouca informação de fora, buscando informar-se apenas pelas mídias tradicionais e que falta de divulgação. O Empreendimento 2 afirma que se informa “só nas



reuniões. Ou mesmo vendo na TV, como funciona, como estão as coisas”. No Empreendimento 4 a informação é obtida “pelos jornais, TV e internet”. Já o Empreendimento 3 a obtém por meio de jornal e rádio.

Percebemos como as interfaces do turismo rural no caso estudado são frágeis. Dentre os problemas estão: a saída de empreendedores dos roteiros; as falhas de comunicação, não informando os empreendedores das datas das reuniões; o descaso com os empreendedores; e, as mudanças de posicionamento com relação a este tema a cada nova gestão pública, que afeta o investimento de recursos públicos nos roteiros.

A opinião dos empreendedores sobre a relação entre eles e as prefeituras e demais entidades deixa clara a heterogeneidade das relações. Enquanto uns alegam que atualmente se sentem desassistidos, outros percebem como positiva a atuação da prefeitura. Relatam ainda situações que percebem como abusivas, realizadas por agência local de turismo receptivo, como fixação de preços e isenção de pagamento para funcionários das respectivas empresas.

Percebemos, como observado por Poulain (2004), que a valorização do alimento e do saber-fazer, enquanto patrimônios imateriais de uma região podem ser considerados como dinamizadores do desenvolvimento regional.

## **Considerações Finais**

As decisões sobre a forma como serão alocados os recursos, as atividades e o consumo da família, no presente e no futuro, são alicerçados nas tradições herdadas e na forma de vida local. Também verificamos a tomada de decisão no momento em que os saberes tradicionais são ressignificados por estes atores. Dentre os alimentos ressignificados, destacam-se os que são preparados em dias festivos pelas famílias, juntamente com alguns mais exóticos, como o Joelho de Porco, a língua de gado, a tripa grossa recheada e a morcilha de sangue. Esses alimentos ativam a memória afetiva, ou seja, as emoções dos turistas, vivificando sua identidade cultural.

Estas ações poderiam ser ainda mais positivas, mas devido à vigilância sanitária municipal, estadual e nacional, voltada às grandes corporações, estes agricultores são impedidos de adquirir outros produtos naturais e orgânicos, tanto de parentes quanto da comunidade. Visto que, na visão deles, a legislação vigente penaliza o abricultor familiar em benefício das grandes agroindústrias. Somado a isso, relatam ainda, a falta de legislação



específica para pousadas, restaurantes e cafés, para que quem trabalha com alimento no meio rural possa oferecer o que é produzido in natura na propriedade e mesmo na comunidade.

Constatamos que estas famílias percebem que o turismo lhes proporciona benefícios imateriais, como o cuidado de si e da propriedade, o fortalecimento dos vínculos familiares, a reafirmação das identidades culturais locais, além de contribuir para a construção de relações de confiança. Estes aspectos, ao mesmo tempo em que significam benefícios, também expressam resistência, uma vez que os agricultores mobilizam saberes e valores, no processo de ressignificação do alimento, para enfrentar as dificuldades socioeconômicas vividas nas últimas décadas, decorrentes do processo de globalização.

As experiências analisadas demonstram que a ressignificação do alimento propicia a valorização da produção primária da propriedade e do trabalho do agricultor, bem como abre espaço de socialização para as mulheres e jovens, valorizando a cultura, a identidade da comunidade e o patrimônio arquitetônico, dinamizando a economia local por meio da geração de renda e de oportunidades de trabalho. Em outras palavras, a ressignificação do alimento é uma estratégia de desenvolvimento do turismo rural e de revalorização do patrimônio gastronômico regional, tornando-se dessa forma também uma estratégia de desenvolvimento regional.

Portanto, a opção dos agricultores familiares de diversificar suas propriedades por meio da atividade turística e, mais especificamente, oferecer um alimento ressignificado, carregado de sentido, saberes e valores, revela uma construção social que transforma a propriedade. Também fica evidente que a inserção das famílias na atividade turística contribui com a construção da autonomia, mesmo que relativa e baseada na interdependência de outros atores locais com os quais possuem relações horizontais.

Constatamos que estas famílias valorizam os saberes, o conhecimento e os ensinamentos dos antepassados, e por isso o sentimento de pertencimento é visível. Verificamos que o saber-fazer, passado de geração para geração, especialmente pelas mulheres, nos casos pesquisados, é parte fundamental no desenvolvimento do turismo rural. E ainda, que os hábitos alimentares cotidianos representam o modo de ser e de se organizar desses agricultores.

Nesse contexto, entendemos que documentar essas memórias é impreterível para a preservação dos saberes e valores culturais tradicionais que até então têm passado de geração para geração nessa região. A identidade cultural também está presente no nome dos



roteiros – Rota Germânica do Rio Pardo e Roteiro Caminhos da Imigração. Identificamos que não só o saber-fazer – a herança cultural –, mas também as propriedades – a herança material – são passadas de geração para geração e fazem parte dessa história. Os utensílios, que também seguem essa tradição, comprovam, como apontado por Lévi-Strauss (2006), que estão entre os objetos culturais mais duradouros.

## **Agradecimentos**

Agradecemos à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior pela concessão de bolsa de estudos em nível de Doutorado.

## **Referências Bibliográficas**

ALBARDA, Mônica C. Resignificação do tradicional e do *típico* mineiro. In: MENASCHE, R.; ALVAREZ, M.; COLLAÇO, J. (Org.). *Dimensões socioculturais da alimentação: diálogos latino-americanos*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2012.

AMON, D. & MENASCHE, R. Comida como narrativa da memória social. *Sociedade e Cultura*, v.11, n.1, p.13-21, jan./jun 2008.

ARAÚJO, W. M. C.; TENSER, C. M. R. Apresentação. In: ARAÚJO, W. M. C.; TENSER, C. M. R. *Gastronomia: cortes e recortes*. Brasília: Editora Senac-DF, 2009.

AZEVEDO, Jucicléa Medeiros de. *Culinária do Seridó: um elemento da identidade territorial*. 2011. 130 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia, Natal, 2011.

BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. Prefácio. In: BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. *Modernização Reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1997.

BELUZZO, Rosa. A valorização da cozinha regional. In: ARAÚJO, W. M. C.; TENSER, C. M. R. *Gastronomia: cortes e recortes*. Brasília: Editora Senac-DF, 2009.

BENEMANN, N. W.; MENASCHE, R. Pitadas sobre tradição e inovação na cozinha contemporânea: por uma antropologia do cozinhar. *Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 25, n. 3, p. 477-496, outubro de 2017.

BRUNORI, G.; MALANDRIN, V.; ROSSI, A. Trade-off or convergence? The role of food security in the evolution of food discourse in Italy. *Journal of Rural Studies*, Philadelphia, USA, 2012.

CÀNOVES, G.; VILLARINO, M. El turismo rural em Catalunya y Galicia, una alternativa o complemento de la explotación agraria familiar: Las mujeres sus nuevas protagonistas. In:



RUBIO, Manuel V. (Org.). *Los turismos de interior: el retorno a la tradición viajera*. Volume 52 de Colección de estudios. Madrid: Editora da Universidad Autónoma de Madrid, 1997.

CARENZO, S. Entre o esquecimento e o resgate: aportes para a recuperação das trajetórias sociais da alfarroba nas províncias de Chaco e Formosa (Argentina). In: MENASCHE, R.; ALVAREZ, M.; COLLAÇO, J. (Org.). *Dimensões socioculturais da alimentação: diálogos latino-americanos*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2012.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. Tradução de Alexandra Lemos e Rita Espanha. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

CINELLI, C.; CONTE, I.I.; WESCHENFELDER, N. V. Educação popular numa experiência agroecológica no movimento de mulheres camponesas. In: X ANPED SUL, 2014, Florianópolis. *Anais...*, out. 2014.

CONTE, Isaura Isabel. *O processo educativo da luta e do trabalho das mulheres: Via Campesina no Brasil, UNORCA/UNMIC e CONAMI no México*. 2014. 196 f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

DIESTE, Cristina P. Las cocinas regionales. Principio y fundamento etnográfico. In: CONGRESO INTERNACIONAL DE SOCIOLOGÍA RURAL, 7., Quito, Ecuador, nov. 2006.

FLORES, Murilo. A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento: uma visão do estado da arte. In: *Projeto Territorial Rural - RIMISP*, Março 2006. 1-47.

FUCKS, P. M.; ALMEIDA, J. A. A paisagem cultural rural: interface entre cultura, patrimônio arquitetônico e turismo rural. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE TURISMO RURAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. 3. 2002. Santa Cruz do Sul. *Anais...* Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2002, p. 15-20.

HERNÁNDEZ, Jesús C. Patrimônio e globalização: o caso das culturas alimentares. In CANESQUI, A. M. e DIEZ GARCIA, R. W. (Org.). *Antropologia e Nutrição: um diálogo possível*. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2005.

LODY, Raul. Comer é pertencer. In: ARAÚJO, W. M. C.; TENSER, C. M. R. *Gastronomia: cortes e recortes*. Brasília: Editora Senac-DF, 2009.

LONG, Norman. *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores em Antropología Social: El Colegio de San Luis, 2007.

MACIEL, Maria Eunice. Identidade Cultural e Alimentação. In: In CANESQUI, A. M. e DIEZ GARCIA, R. W. (Org.). *Antropologia e Nutrição: um diálogo possível*. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2005.



MACIEL, Maria Eunice. Cultura e alimentação ou o que tem a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 7, n. 16, p. 145-156, 2001.

MARQUES, F. C.; MENASCHE, R.; TONEZER, C.; GENESSINI, A. Circulação de alimentos: dádiva, sociabilidade e identidade. In: MENASCHE, Renata. (Org.). *A agricultura familiar à mesa: saberes e práticas da alimentação no Vale do Taquari*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

MAZUEL, Luc. Patrimônio cultural e turismo rural: o exemplo francês. In: ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Org.). *Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento*. Bauru, SP: EDUSC, 2000.

MENASCHE, Renata. Cuando la comida se convierte en patrimonio: puntualizando la discusión. In: CALDERÓN, José L. M. (Coord.). *Patrimonio inmaterial, museos y sociedad. Balances y perspectivas de futuro*. Madrid: Ministerio de Cultura, 2010.

MENASCHE, Renata. Campo e cidade, comida e imaginário: percepções do rural à mesa. *Ruris*, Campinas, v. 3, p. 195-218, 2009.

MEYER, Dagmar Estermann. Gênero e educação: teoria e política. In: LOURO, G. L.; FELIPE, J.; GOELLNER, S. V. (Org.). *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

PLOEG, Jan. D. van der. *Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Tradução de Rita Pereira. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

POULAIN, Jean-Pierre. *Sociologia da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar*. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

SCHLÜTER, Regina G. *Gastronomia e turismo*. (ABC do turismo) 2. ed., rev. São Paulo: Aleph, 2006.

SCHNELL, Steven M. The local traveler: farming, food, and place in state and provincial tourism guides, 1993-2008. *Journal of Cultural Geography*. v. 28, n. 2, p. 281-309, June, 2011.

SEN, Amartya K. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

WANDERLEY, Maria N. B. *O Mundo Rural como um Espaço de Vida*. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. In: SILVA, Tomaz T. da (Org.). Hall, Stuart; Woodward, Kathryn. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. 11. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.



WOORTMANN, Ellen F. A lógica e a simbólica dos saberes tradicionais. In: ARAÚJO, W. M. C.; TENSER, C. M. R. *Gastronomia: cortes e recortes*. Brasília: Editora Senac-DF, 2009a.

WOORTMANN, Ellen F. Padrões tradicionais e modernização: comida e trabalho entre camponeses teuto-brasileiros. In: MENASCHE, Renata (Org.). *A agricultura familiar à mesa: saberes e práticas da alimentação no Vale do Taquari*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

WOORTMANN, Klaas A. A. W. O sentido simbólico das práticas alimentares. In: ARAÚJO, W. M. C.; TENSER, C. M. R. *Gastronomia: cortes e recortes*. Brasília: Editora Senac-DF, 2009b.

WOORTMANN, Klaas A. A. O sentido simbólico das práticas alimentares. In: ARAUJO, W. M. C.; TENSER, C. M. R. (Org.). *Gastronomia: cortes & recortes*. Brasília, DF: Ed. SENAC, 2006.