

Turismo diaspórico, teste de DNA e *cozinhas*: experiência gastronômica de consumidores de uma agência de turismo afrocentrada

Diasporic tourism, DNA testing and kitchens: gastronomic experience of consumers from an Afrocentric tourism agency

Natália Araújo de Oliveira

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil

Resumo: A quantidade de laboratórios que oferecem testes de DNA para que a pessoa descubra sua ancestralidade tem aumentado, entretanto, seus resultados acabam por ser descolados da uma “identidade cultural” por apenas sinalizarem locais de origem. (PESSÔA, 2020). Preenchendo essa lacuna, uma agência de turismo afrocentrada brasileira começou a oferecer, durante a pandemia, um produto que agrega uma celebração completa, acrescentando ao resultado do teste experiências que conectam a pessoa negra ao local de onde seus ancestrais vieram. Um dos itens que compõem essa experiência é um jantar, objeto de estudo do presente artigo. O trabalho tem como objetivo discutir a experiência gastronômica de consumidores do jantar com comida típica da região africana resultante do teste de DNA oferecido por uma agência de turismo afrocentrada. É uma pesquisa qualitativa que teve como técnica de coleta de dados a entrevista. Foram entrevistados cinco clientes da referida agência, sua proprietária e a chef de cozinha que prepara os pratos degustados. Como resultado, a pesquisa percebeu que os entrevistados já haviam se interessado por cozinhas africanas antes mesmo de realizar o teste, mas sua busca por essa culinária se tornou mais intensa a partir da experiência. Os clientes relataram que gostaram bastante da comida oferecida e que se sentiram contemplando suas ancestralidades ao se alimentar de acordo com o resultado de seus testes, mostrando como a gastronomia atua como marcador identitário. Ademais, relataram que pretendem viajar aos locais sinalizados no resultado em momento oportuno, estando interessados no turismo diaspórico.

Palavras-chave: ancestralidade negra; gastronomia; identidade

Abstract: *The number of laboratories that offers DNA tests to people discover their genealogy has increased, however, their results end up being detached from a “cultural identity” by only signaling places of origin. (PESSÔA, 2020). Filling this gap, an Afro-Brazilian*

travel agency started offering, during the pandemic, a product that adds a complete celebration, adding to the test result experiences that connect the black person to the place where their ancestors came from. One of the items that composes this experience is a dinner, the research object of study. The article aims to discuss the gastronomic experience of consumers of African dinner resulting from DNA test offered by an Afrocentric tourism agency. It is a qualitative research that used interview as data collection technique. Five clients of aforementioned agency were interviewed, her owner and the chef who prepared the dinner. As result, the research found that respondents had already been interested in African cuisines even before taking the test, but their search became more intense after the experience. Customers reported that they really liked the food offered and they felt contemplating their ancestry when eating, showing how gastronomy acts as an identity marker. In addition, they reported to intend to travel to the places marked in the result in due time, being interested in diasporic tourism.

Keywords: black ancestry; gastronomy; identity

Introdução

Ainda que haja um desconhecimento dos brasileiros negros acerca de sua ancestralidade africana (HORDGE-FREEMAN, 2018) ou mesmo uma “indiferença” entre jovens ao discurso da africanidade como apelativo para elaboração identitária e política (GADEA, 2013), o fato é que cada vez mais pessoas no Brasil se reconhecem como pretas (em 2012 o índice era de 7,4% e em 2018 passou a 9,3%),¹ segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (BARBOSA, 2019). A partir dessa realidade, tem-se percebido uma busca por uma identidade negra, muitas vezes acompanhada por um interesse em conhecer a ancestralidade por meio de um teste de DNA, resultando em um aumento do número de empresas que comercializam esse produto. (GASPAR NETO; SANTOS, 2011; PESSÔA, 2020; SANTOS; BORTOLINI; MAIO, 2006).

O teste de ancestralidade por DNA consiste na coleta de uma pequena amostra de saliva, resultando em um mapa com a descrição dos países de origem dos ancestrais a partir de um banco de dados genéticos de diferentes populações do mundo. Para além das discussões acerca da possibilidade de apagamento grupos indígenas nacionais em testes comerciais em virtude da pouca informação genética destas populações ou mesmo da preocupação ética com a questão comercial de dados biológicos (PESSÔA, 2020), é crescente

¹ Embora não seja o foco do trabalho, é pertinente apontar que a discussão sobre colorismo explica o motivo pelo qual grande parte da população brasileira, mesmo sendo preta, ainda não se reconhece como tal. Em termos gerais, o colorismo mostra que quanto mais pigmentada uma pessoa, mais exclusão e discriminação ela irá sofrer. Logo, ter a pele mais clara traz “benefícios” que faz as pessoas se declararem, mesmo que de maneira inconsciente, como “morena”, “moreninha”, “morena escura”, “morena clara” etc. e ainda faz com que o termo preto soe inclusive como ofensivo. (DJOKIC, 2015; HORDGE-FREEMAN, 2018).

Turismo diaspórico, teste de DNA e *cozinhas*: experiência gastronômica de consumidores de uma agência de turismo afrocentrada

o interesse dos que buscam, por meio do teste, se reconectar com sua história. Entretanto, há questionamentos acerca do que realmente o resultado mostra, haja vista que estes estão dissociados da cultura ali apresentada, sendo importante uma “noção de ancestralidade mais complexa, que englobe as culturas e as vivências”, segundo o pesquisador Lucas Guimarães. (PESSÔA, 2020).

Contribuindo no preenchimento dessa lacuna, uma empresa de turismo afrocentrada brasileira vem oferecendo no mercado um produto que engloba o resultado do teste agregado à uma “experiência única de conexão com a sua ancestralidade africana”. (BRAFRICA, 2020). O produto, intitulado *Teste de DNA + celebração completa*, foi lançado em junho de 2020 e auxilia na coleta de DNA do cliente², acrescentando outros itens vinculados ao resultado do teste³, como: álbum de fotos de resgate ancestral com espaço para fotografias posteriores do cliente; pulseira de metal gravada com o nome da região de origem africana; consultoria estética; mini aula de Kimbundu⁴ online; desconto na compra de pacotes de viagens organizados pela empresa para o continente africano; jantar para duas pessoas. O presente artigo versará a respeito desse último item, relacionando gastronomia, turismo e ancestralidade.

O objetivo do trabalho é discutir a experiência gastronômica de consumidores do jantar com comida típica da região africana resultante do teste de DNA oferecido por uma agência de turismo afrocentrada. É uma pesquisa de cunho qualitativo que teve como técnica para coleta de dados entrevista, tendo sido entrevistados cinco clientes do referido pacote, além da dona da empresa e da chef de cozinha que prepara os pratos degustados pelos clientes.

A fim de organizar o trabalho, inicialmente são apresentadas conceituações sobre turismo afrocentrado e diaspórico. Em seguida, a vinculação entre gastronomia e identidade é ressaltada. Posteriormente a metodologia do trabalho é apresentada, caracterizando os respondentes da pesquisa e esclarecendo como se deu a coleta de dados. Os resultados são apresentados no próximo tópico e por fim, as considerações finais do trabalho são mostradas.

² A agência não realiza o teste de DNA, auxilia na escolha do laboratório que mais se encaixa no perfil do cliente e na expectativa de resultados, tendo parceria com três laboratórios, dois internacionais e um nacional. (BRAFRICA, 2020).

³ A agência oferece dois pacotes de celebração, um é o completo, cujo componentes acabaram de ser descritos e o outro é o simples, que não tem a pulseira de metal com o nome da região de origem africana e nem o jantar com a comida típica. O pacote completo é entregue apenas na cidade de São Paulo.

⁴ O Kimbundu é uma língua africana falada no noroeste de Angola.

Turismo afrocentrado e turismo diaspórico

O turismo afrocentrado não é um tema amplamente discutido na academia no Brasil e, normalmente, quando analisado, é vinculado ao turismo étnico, sendo também chamado de turismo étnico afro e tendo suas discussões pautadas a partir de experiências em comunidades quilombolas. Entretanto, o turismo afrocentrado busca mais que o contato com comunidades, ele traz em seu bojo a discussão da afrocentricidade, um paradigma estabelecido na literatura internacional desde os anos 1980 e que entra no turismo por meio da discussão de turismo crítico.

A afrocentricidade é considerada uma mudança revolucionária por estudar “ideias, conceitos, eventos, personalidades e processos políticos e econômicos de um ponto de vista do povo negro como sujeito e não como objeto”, de maneira a ter a própria história do povo negro como centro, sendo estes “[...] agentes, atores e participantes ao invés de marginalizados na periferia da experiência política ou econômica”. (ASANTE, 2009).

O turismo crítico é aquele que busca entender de quem são os interesses mais aceitos na atividade e que ocorre a partir de uma guinada cultural/crítica a partir dos anos 2000, no qual discussões sobre identidade, diferença, corpo, gênero, representações de imagens e semiótica ganham relevância, muitas vezes a partir de teorias pós-estruturais e pós-colonialistas. (FAZITO, 2012).

Para fins de discussão inicial de conceito, o turismo afrocentrado pode ser pensado como o turismo pautado por narrativas afroreferenciadas, sejam elas urbanas, rurais etc., de maneira a deslocar o olhar do turismo tradicional, pautado por uma visão branca e eurocêntrica para uma perspectiva negra dos fenômenos sociais envolvidos no *fazer turismo*.

O turismo pautado por narrativas negras engloba diferentes experiências, sendo uma dessas o turismo de diásporas⁵ que, por sua vez, abrange uma variedade de subtipos, como o turismo genealógico, no qual se procuram informações sobre ancestrais mais diretos e o turismo de raízes, inspirado pela busca de um passado mais remoto e muitas vezes mitificado. (PINHO, 2018).

O conceito “turismo de diásporas” foi definido pelos geógrafos Tim Coles e Dallen Timothy no livro *Tourism, Diasporas and Space*, de 2004, voltado à produção, consumo e

⁵ Se fala aqui em especial da diáspora africana, um fenômeno histórico e social caracterizado pela imigração forçada de homens e mulheres do continente africano para outras regiões do mundo através Oceano Atlântico, sendo marcado pelo encontro e pelas trocas de diversas sociedades e culturas, fosse nos navios negreiros ou nos novos lugares que os sujeitos escravizados encontraram fora da África. Estima-se que doze milhões de africanos foram trazidos às Américas e 40% destes desembarcaram no Brasil. A diáspora não é apenas sinônimo de imigração forçada, diz respeito também a uma redefinição identitária a partir dessa experiência no novo local. (ANDRADE, 2020).

práticas do turismo para e por comunidades diaspóricas e composto por artigos de diferentes autores. (PINHO, 2018). O termo turismo diaspórico é explicado por Coles e Dallen (2004, p. 1) como um turismo “prioritariamente produzido, consumido e também experienciado por comunidades diaspóricas⁶”.

Pinho (2018, p. 118), uma das principais autoras a publicar em português sobre o tema, mostra que os turistas afro-americanos que visitam a Bahia atrás de sua história entendem que suas identidades foram interrompidas pela perda de suas raízes culturais e familiares, sendo importante viajar para “enraizar as suas identidades tanto nas culturas locais quanto nas relações de parentesco sanguíneo ou simbólico que essas viagens possibilitam”.

Os consumidores da agência de turismo afrocentrada aqui analisada também buscam essa volta às origens e pretendem, quando possível, viajar para os locais sinalizados no mapa a partir dos resultados dos seus testes de DNA. Enquanto não o fazem, se apropriam do que lhes foi disponibilizado para se conectar com seu passado, como o álbum/livro que conta a história da sua região, sua consultoria estética que lhes permite se conectar visualmente com sua ancestralidade e também por meio da comida, elemento tão importante para pensar identidade.

Gastronomia e identidade

Desde que a gastronomia passou a ser investigada como campo de conhecimento se percebeu que o alimentar-se não é apenas um instinto de sobrevivência, sendo a comida um elemento cultural com uma narrativa própria, que conta uma história e que marca um tempo. Nesse sentido, a alimentação é um complexo sistema de significações sociais que são materializados em hábitos, costumes, rituais, sendo expressão da história, geografia, clima, organização social, crenças religiosas, de modo a ter raízes profundas na identidade social dos indivíduos. (CARNEIRO, 2003; FRANCO, 2001; MONTANARI, 2008).

No mesmo sentido, Santos e Benevite (2020) lembram que o ato de comer é simbólico, social e também cultural e, por esse motivo, regido por normas e confabulações sociais da comensalidade, que variam conforme a sociedade e o período do qual se fala. Maciel (2011, p. 57) explica que cada povo tem sua maneira de comer e também de classificar os alimentos e ordená-los, o vai ser chamado de *cozinha*, explicadas pela autora como o “conjunto de bens culturais relativos à alimentação de um determinado local (seja

⁶ Tradução da autora.

Turismo diaspórico, teste de DNA e *cozinhas*: experiência gastronômica de consumidores de uma agência de turismo afrocentrada

país ou região) e/ou de um grupo (seja étnico ou outro). Assim sendo, uma *cozinha* é um marcador cultural e faz parte do patrimônio de uma população”.

As *cozinhas* são vistas como marcadores sociais de modo a representarem, ainda que no imaginário, determinado grupo, sendo aqui discutido *cozinhas* de grupos étnicos advindos da diáspora africana. A produção das *cozinhas* resulta em pratos degustados a partir de valores simbólicos que lhes são atribuídos. Como pontua Gimenes (2011), o preparo e o consumo de um prato podem propiciar, além de um exercício identitário, uma conexão de memória, que estará relacionada à perspectiva identitária, de modo a projetar lembranças e reviver experiências, ainda que essas sejam inéditas, como no caso dos entrevistados desta pesquisa.

Vale lembrar que a identidade implica em um sentimento de pertença a uma comunidade imaginada, cujos membros não necessariamente se conhecem, mas compartilham de referências importantes, como história, tradição (BARRETTO, 2007) e aqui inclui gastronomia. É esse sentimento de pertença, resultante do teste de DNA e vinculado à apreciação gastronômica que essa pesquisa investiga.

As *cozinhas* são aqui vistas como sinais diacríticos que reforçam identidades e separam quem pertence ou não a determinado grupo, significando o *fazer parte* de uma cultura. Nas palavras de Maciel (2005, p. 50), no processo de construção, afirmação e construção de identidades, determinados elementos culturais – como a comida – “(...) podem se transformar em marcadores identitários, apropriados e utilizados pelo grupo como sinais diacríticos, símbolos de uma identidade reivindicada”.

Os termos usados pela chef de cozinha responsável pelos pratos degustados pelos clientes da agência de turismo afrocentrada falam sobre uma *cozinha* de diáspora e *cozinha* de resistência, denotando uma proposta de resgate da ancestralidade, reconhecendo elementos usados pelos povos africanos no preparo da alimentação. (CHERMOULA, 2020), como a banana, o azeite de dendê, a pimenta malagueta, o inhame, o quiabo, o gengibre, o amendoim, a melancia, o jiló, o coco verde etc. (ERNANDES; SILVA, 2013).

Ao pensar no jantar recebido pelos clientes que fizeram o teste de DNA, as palavras de Maciel (2005) fazem mais sentido ainda. A autora afirma que aquilo que é colocado no prato serve para nutrir o corpo, mas também sinaliza um pertencimento, de maneira a ser usado como um código de reconhecimento social. É como esse código opera que o presente artigo quer descobrir.

Metodologia

O presente trabalho é de cunho qualitativo, o que significa que está interessado no universo de significados, motivações, aspirações, crenças, valores e atitudes das pessoas (MINAYO, 2002), privilegiando os atores sociais. A fim de alcançá-los, a técnica usada para coleta de dados foi a entrevista, também qualitativa, que possibilita uma exploração em profundidade das condições de vida dos atores (POUPART, 2012), sendo estas semiestruturadas e compostas por um roteiro. As entrevistas semiestruturadas permitem emergir informações de forma mais livre e as respostas não estão condicionadas a padronização de alternativas. (MANZINI, 1990).

O primeiro passo para encontrar os entrevistados foi realizar um contato com a proprietária da agência de turismo afrocentrada alvo da pesquisa. Em seguida, com seu aval e disponibilização de telefones de clientes e também da chef de cozinha responsável pelos jantares, passou-se à próxima etapa, que foi o agendamento das entrevistas. Todas foram realizadas online no mês de outubro de 2020 e o critério para interrupção de solicitação de contatos para novas entrevistas foi a saturação qualitativa de maneira que, no momento em que estas se tornaram muito iguais de modo a se saturar em conteúdo, foram finalizadas. (GONDIM; LIMA, 2006).

As perguntas indagavam o que os clientes acharam da experiência gastronomia vinculada ao resultado do teste, se eles já haviam experimentado comida de origem africana anteriormente e se pretendem conhecer novos restaurantes a partir do que foi vivenciado, além de investigarem a experiência de retorno a sua ancestralidade.

O quadro 1 mostra uma caracterização dos entrevistados, apontando com o que trabalham e suas idades. Como será possível perceber ao longo do artigo, as identidades foram preservadas, sendo usado um nome fictício⁷. Entre os sete entrevistados, havia dois homens e cinco mulheres.

Quadro 1 – Caracterização dos entrevistados

Caracterização	Nome fictício	Idade	Trabalho
Entrevistado 1	Fayola	31 anos	Proprietária de uma agência de turismo afrocentrada
Entrevistado 2	Adenike	36 anos	Chef de cozinha
Entrevistado 3	Monifa	23 anos	Publicitária e professora
Entrevistado 4	Zuri	23 anos	Bancária e estudante de economia

⁷ Os nomes fictícios escolhidos são de origem africana. Seu significado pode ser consultado em: <https://www.geledes.org.br/52-nomes-africanos-femininos-e-masculinos-para-o-seu-bebe/>.

Turismo diaspórico, teste de DNA e *cozinhas*: experiência gastronômica de consumidores de uma agência de turismo afrocentrada

Entrevistado 5	Eno	36 anos	Diretor e roteirista de vídeo
Entrevistado 6	Abayomi	38 anos	Coordenadora de franquia em uma instituição de educação
Entrevistado 7	Akin	43 anos	Sócio fundador de uma escola de inglês afrocentrada

Fonte: dados da pesquisa.

Todos os entrevistados conheciam a agência de turismo afrocentrada com o qual fizeram o *teste de DNA + celebração completa* antes de se interessar e contratar o serviço e afirmaram que tiveram conhecimento desta por redes sociais ou redes de contatos de afroempreendedores. Apresentados os entrevistados, o próximo item descreve a experiência gastronômica vinculada ao resultado do teste.

Resultados e discussões

Antes de narrar as experiências dos clientes da agência de turismo afrocentrada que celebraram o resultado do teste com um jantar, o texto abordará a criação desse serviço pela agência e também a experiência da chef de cozinha que prepara a alimentação degustada.

De acordo com a proprietária da agência, a criação do produto *Teste de DNA + celebração completa* aconteceu durante a pandemia do Sars-CoV-2, mais especificamente em maio de 2020 e foi lançado em junho de 2020. A afroempreendedora já havia realizado o teste anteriormente por um laboratório e achou a experiência interessante, mas entendeu que faltava algo:

Eu fiz o meu DNA, eu comemorei, eu chorei, tipo assim, eu fiquei super feliz, mas é algo que é muito momentâneo, assim, tipo: Meu Deus. No máximo que você faz é um *post* nas redes sociais, você chora um pouquinho e depois, tipo acabou, e agora? E aí eu pensei: bom, como é que eu posso criar coisas em volta desse resultado para ajudar nessa aproximação, para fazer uma aproximação mais calorosa, mais sensorial tal, uma vez que ficou mais difícil de viajar para o continente.

Com a proposta em mente, ligou para diferentes profissionais que auxiliariam na confecção dos produtos que compõem o pacote. Como já explicado, um destes itens é um jantar. Ela entendeu que seria interessante que as pessoas experenciassem o resultado do teste também pelo paladar pois “comida é afeto, mexe em um outro lugar na nossa mente, é sensorial”. Como foi visto anteriormente, comida não é só alimentar-se. (FRANCO, 2001).

Turismo diaspórico, teste de DNA e *cozinhas*: experiência gastronômica de consumidores de uma agência de turismo afrocentrada

A chef de cozinha que participa do projeto afirma que desde o início gostou muito da proposta, tendo chamado sua atenção a possibilidade de a pessoa descobrir sua ancestralidade, inclusive, ela mesma acabou realizando-o. Sobre a produção dos pratos enviados aos clientes, conta que:

Eu cozinho muito por amor sabe, por empatia mesmo, acho que quando a gente decide ser cozinheiro, ser cozinheira, a gente assume para si a responsabilidade de promover o bem-estar para o outro na hora de comer. Então, quando ela me liga e fala: olha, está chegando o resultado de fulano de tal, é assim a região dela, eu sempre penso assim: eu não consigo traduzir uma comida ancestral original dessa pessoa porque naquele outro momento a gente não sabe como se comia e tudo mais, porém eu posso pegar os ingredientes dessa região ancestral e transformar ele de forma que quando essa pessoa for comer, remeta ela de alguma para essa ancestralidade. A primeira coisa que eu penso é numa estética mais rústica, não uma estética de alta gastronomia por que é um conceito moderno. Então eu vou pegar esses elementos, vou deixá-los o mais saboroso possível que eu conseguir, mas eu vou fazer uma apresentação simples para que estas pessoas, quando abram, sejam remetidas a este momento anterior a tudo que aconteceu e, quando provem, sintam-se sendo transportadas mesmo.

O empenho da chef na elaboração e apresentação dos pratos foi apreciada pelos clientes entrevistados, todos afirmaram que gostaram bastante do que receberam, ainda que muitos não se recordem o nome do prato que comeram. Como comentou uma das entrevistadas:

[...] até esqueci o que eu comi por que o nome é diferente. Eu gostei muito, tem gente da minha família que adorou, tem gente da minha família que não. É muito diferente, o gosto é um pouco mais forte, mas assim, como a nossa raiz é baiana, então não é assim tão forte, mas a parte mais dos meus avós, que são brancos [...], é muito diferente pra eles. (Monifa, 23 anos).

A fala da entrevistada mostra como a experiência da comida vinculada ao teste foi algo coletivo, experimentado dentro de um grupo familiar e como a apreciação da culinária também seguiu “características raciais”, isto é, pessoas brancas, supostamente não acostumadas ao que se costuma chamar de “tempero forte”, não gostaram, como disse a entrevistada.

Sobre o sentimento evocado ao comer algo vinculado ao teste de ancestralidade, um dos entrevistados explica: “é um jeito de matar essa vontade também pelo estômago e também entender que, essa cultura, a gente consegue conhecer dessa forma né, tipo, prestar atenção no sabor que a gente está sentindo naquela comida”. (Eno, 36 anos).

Outra entrevistada explicou quão simbólica foi essa experiência:

foi muito bacana por que eu já conhecia alguma culinária, até por conta do candomblé, e aí quando chegou né [...], ter essa conexão também com a

Turismo diaspórico, teste de DNA e *cozinhas*: experiência gastronômica de consumidores de uma agência de turismo afrocentrada

alimentação. Eu me senti muito contemplando a minha ancestralidade. Eu fiquei pensando, as minhas ancestrais estão vibrando por que elas também queriam estar se deliciando disso agora e provavelmente em algum momento da história elas se deliciaram né e eu me sinto realmente fazendo, de fato, parte da minha cultura. (Zuri, 23 anos).

O candomblé, professado pela entrevistada, é uma das religiões que mais possuem rituais com alimentos e estes possuem simbologias importantes na comunicação e na linguagem cultural. A oferenda alimentar em práticas e festividades sagradas permite a seus seguidores terem contato com seus Orixás, deuses do candomblé e, por assim, tê-los em sua vida. (MARTINS; SILVA, 2016).

As religiões de matrizes africanas mostram que a dimensão espiritual em relação à comida e ao ato de cozinhar não pode ser esquecida. Elas são baseadas na feitura dos alimentos votivos, em sua estética, na alimentação e na degustação. (JANUÁRIO, 2018). Nesse sentido, “cozinhar é misturar os elementos da natureza, é reunir os Orixás na panela para fazer o axé circular”. (JANUÁRIO, 2018, p. 13).

Assim como a entrevistada que já havia tido contato com *cozinha de diáspora* em virtude do candomblé, os demais também já haviam experimentado *cozinha africana*, mas por outros motivos – como ter viajado ao continente africano ou mesmo frequentando restaurantes no Brasil. Dos cinco clientes entrevistadas, quatro já haviam viajado para países da África a trabalho ou lazer em anos anteriores.

Uma delas, a Monifa, inclusive comparou a comida recebida no resultado do teste com o que tinha experimentado quando viajou e explicou que se surpreendeu bastante ao experimentar a comida resultante do teste pois “já tinha até experimentado [a comida] do sul da África, mas é completamente oposto, o gosto da comida, textura e tudo mais, então foi uma experiência muito louca”, lembrando que o resultado do seu teste sinalizou a região Oeste da África, juntamente com Costa da Mina e leste da África como áreas da sua ancestralidade.

Ainda que, assim como Monifa, alguns entrevistados já tivessem ido ao continente africano anteriormente, nenhum deles foi com o resultado do teste em mãos, não havendo um interesse tão “dirigido” na busca da sua ancestralidade. Todos tentam fazê-lo, alguns inclusive já estipularam datas ou estão fazendo cotações para realizar o que consideram que seria o ápice da busca por sua identidade. Como explica Pinho (2018), tem havido uma procura cada vez maior, entre membros de comunidades diaspóricas, por destinos turísticos que são compreendidos como essenciais ou mesmo imprescindíveis à construção de suas memórias, histórias e identidades.

Turismo diaspórico, teste de DNA e *cozinhas*: experiência gastronômica de consumidores de uma agência de turismo afrocentrada

Há um sentimento comum de que essa viagem, que contemplaria tudo que o turismo traz – cheiros, sabores, ruídos, tato etc. – possibilitaria um verdadeiro encontro com o seu eu ancestral, de modo a permitir uma reconexão com algo que perdido/tirado na construção de sua história.

Todos os entrevistados sabiam citar nomes de restaurantes africanos em São Paulo e também em outras cidades do país, como o Akin, que é sócio fundador de uma escola de inglês afrocentrada. Ele explica que esse conhecimento gastronômico fez parte um processo de autoconhecimento, cultivado ao longo dos anos, em busca da valorização da sua ancestralidade e da importância em afrocentrar sua vida, que teve um grande marco com a realização do teste de DNA, possibilitando que ele confirmasse as suspeitas que já tinha acerca de onde veio e permitindo que se conectasse com parentes que vieram do mesmo local. Akin, assim como os demais entrevistados e aqui se incluem Fayola e Adenike, buscam a “africanidade como um elemento essencial às suas identidades”. (PINHO, 2018, p. 120).

Eno explicou que uma curiosidade em conhecer comidas africanas já o tomava há tempos e também a sua esposa, Abayomi, e que um dia resolveram conhecer um restaurante próximo de casa. Essa vontade de conhecer essa *cozinha* atuou, para Zuri, também em outro sentido, na vontade de aprender a cozinhar, inclusive, no dia da entrevista, me explicou que havia preparado algo diferente da comida ocidental tradicional na cozinha: “hoje até eu falei: ah, vou fazer mais ou menos como eles faziam né, não tem arroz, eles usam uma massa, aí troca o feijão, coloca o molho, molho de couve, então estou também aprendendo a fazer essas comidas, está sendo bem legal”.

Um desejo maior de conhecer a culinária africana foi aguçado com a experiência gastronômica a partir do resultado do teste, havendo uma procura mais enfática por outros restaurantes ou mesmo a efetivação de idas aos locais que apenas se conhecia por nome. Nesse sentido, explicações como a de Abayomi foram ouvidas: “era um fubá e fica parecendo um cuscuz, só que ele tinha um molhinho também, então ficava mais durinho, bem gostoso e tinha uma pimentinha também” ou mesmo “acho que é fufu, não lembro do que, mas eu lembro muito disso, de ter experimentado lá na África do Sul e a gente conseguiu experimentar nesse rodízio que a gente foi [no Brasil], então a memória estava mais recente mesmo”.

Abayomi explica que houve um interesse mais direcionado na busca por essa cozinha de diáspora e inclusive começou a seguir nas redes sociais a chef que preparou o jantar. É possível notar, a partir de sua fala e dos demais entrevistados, um *afroconsumo*, isto é, o interesse dos consumidores negros em consumir algo que leva em consideração características raciais, além de um comércio que privilegia o consumo e a prestação de serviços produzidos por pessoas negras – conhecido como *Black Money*. Não que antes do

Turismo diaspórico, teste de DNA e *cozinhas*: experiência gastronômica de consumidores de uma agência de turismo afrocentrada

teste os entrevistados não fossem engajados, mas com o teste e seus desdobramentos esse interesse gastronômico se tornou relevante em suas vidas.

Ao ser questionada se havia sentido vontade de conhecer mais restaurantes com a comida típica vinculada ao teste, uma das entrevistadas explicou que:

Sim, senti muita vontade, a gente até foi atrás de outros restaurantes também, a gente achou restaurante africano, restaurante angolano, achou um outro que eu esqueci da onde era, acho que é do Congo, então a gente está indo bastante atrás por que a gente quer entender um pouco mais da culinária antes de ir né, por que senão vai ter um baque muito forte, por mais que não seja a mesma matéria-prima né, a gente quer chegar lá conhecendo o terreno (Monifa, 23 anos).

Monifa mostra os planos dela e da família em viajar para o continente africano em busca dos locais sinalizados no seu teste e, assim como ela, os demais entrevistados também desejam realizar esse turismo diaspórico.

Voltando à busca dos entrevistados por restaurantes africanos, Zuri explicou que na semana anterior havia pedido comida de um desses motivada pelo resultado do teste. Há um desejo dos entrevistados em conhecer e aprender sobre a gastronomia das *cozinhas* resultantes dos testes, o que é dificultado pelo fato destes não serem encontrados em todos os lugares. Sobre o tema, Monifa explica:

Estou procurando um pouco mais, mas é muito complicado, eu sempre vejo japonês, mexicano, mas afro é muito complicado, também é uma questão assim de paladar, mas é muito, muito, muito difícil. [...] As outras comidas, você encontra em uma praça de alimentação fácil, agora culinária afro é muito difícil né.

Essa dificuldade em achar restaurantes de culinário afro faz parte de um projeto de silenciamento iniciado quando o africano escravizado chega ao país e é proibido de cultivar suas crenças, de cozinhar suas comidas, de viver suas vidas, sendo apenas corpos negros constantemente açoitados a bel prazer do homem branco. Esse racismo tem reflexos nos dias de hoje, como comenta Zuri:

Para mim, um dos principais fatores, um dos principais projetos de descaracterização [da população negra] foi a alimentação né, a gente foi muito manipulado pela nossa alimentação, nos navios negreiros, no processo que a gente teve de escravização do nosso povo. A gente não comia essas coisas que a gente tem hoje, a gente não comia esse arroz pesado e aí eles enchiam a gente de pão, davam água, trancavam a gente naquele navio, eu sempre penso isso, no quão colonizada é a minha alimentação. Eu penso hoje e há algum tempo já, sobre esse lugar da alimentação que eu tive né, enquanto população preta. E a escassez também, que a gente teve nos recursos, aí se dá a destruição do nosso povo né. Então, a minha alimentação tem sido assim, acho que uma das coisas que eu tenho mais resgatado, de pensar que, caramba né, isso aqui foi um fator principal para

Turismo diaspórico, teste de DNA e *cozinhas*: experiência gastronômica de consumidores de uma agência de turismo afrocentrada

destruição do meu povo né, então, assim, obviamente, não dá para descolonizar do nada, não dá para ficar sem comer arroz e feijão que a gente come sempre de um dia pro outro, acordei, vi meu teste e mudei. Mas eu estou nesse processo de entender sim, que eu tenho uma alimentação colonizada né.

A vontade de afrocentrar suas vidas faz parte dessa busca por uma identidade que eles entendem ter-lhes sido retirada a partir de um processo violento de racismo institucional. Logo, vários itens que contemplam essa identidade são buscados, sendo um deles a gastronomia. É também por meio dela que os entrevistados objetivam se sentir parte de algo, compartilhando uma cultura, uma história, um apreço por um sabor, um alimento, um jeito de cozinhar.

Considerações finais

O turismo afrocentrado e o turismo afrodiaspórico ainda não são temas muito veiculados na academia em turismo no Brasil, embora já sejam encontrados em discussões de ciências sociais aqui no país. A pesquisa que marca a análise do turismo afrodiaspórico (PINHO, 2018) em revista nacional mapeia conceitos e discute questões centrais, mostrando como o debate sobre identidade é indispensável para refletir sobre o tema.

A identidade é composta de vários itens – como costumes, gostos, história, *habitus*, lembranças, cultura etc. - e reflete uma ideia de pertencimento e de reconhecimento, podendo ser analisada a partir de seus aspectos individuais ou coletivos e refletindo sobre similaridade e diferença. É por meio da identidade que as pessoas se reconhecem como parte de um grupo e, ao terem esse sentimento, externalizam seu orgulho ao se verem inseridos nele. Do mesmo modo, é também por esse sentimento de diferenciação que se define os *outsiders*, aqueles que não comungam da mesma identidade.

No caso aqui estudado, um dos itens que permite aos entrevistados se sentir parte de um grupo é compartilhar o apreço por uma *cozinha*. Esta é vista como um símbolo de resistência e permite aos entrevistados entenderem que fazem parte de algo maior.

A experiência gastronômica resultante do teste possibilitou uma ligação entre o que foi consumido e o passado, um vínculo de ancestralidade, ainda que não se tenha degustado exatamente a mesma coisa que seus ancestrais comiam. O que importante é a experiência simbólica resultante desse processo, que permitiu aos entrevistados escrever/reescrever suas histórias, implicando na participação em novo grupo, que lhes havia sido retirado a partir das violências sofridas pela população negra no Brasil.

Turismo diaspórico, teste de DNA e *cozinhas*: experiência gastronômica de consumidores de uma agência de turismo afrocentrada

A comida atuou como um forte marcador cultural e identitário, um sinal diacrítico que instigou os entrevistados a buscarem mais, a terem interesse em conhecer novos restaurantes, a quererem aprender também a cozinhar essas comidas, a se indagarem por que elas nunca fizeram parte do seu passado e terem vontade de ir contemplá-las in loco, unindo gastronomia e turismo no processo de busca por um autoconhecimento.

Referências

ANDRADE, A. L. M. S. de. **Díaspóra africana**. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/historia/diaspora-africana/>>. Acesso em: 4 nov. 2020.

ASANTE, M. K. **Afrocentricidade**. Disponível em: <<https://afrocentricidade.files.wordpress.com/2016/03/afrocentricidade-molefi-k-asante.pdf>>. Acesso em: 1 ago. 2020.

BARBOSA, B. Número de brasileiros que se declaram pretos cresce no país, diz IBGE. **Uol**, 22 maio 2019. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2019/05/22/ibge-em-todas-as-regioes-mais-brasileiros-se-declaram-pretos.html>>. Acesso em: 4 nov. 2020.

BARRETTO, M. **Cultura e turismo**. Campinas: Papirus, 2007.

BRAFRIKA. **Brafrika**. Disponível em: <<https://brafrika.com.br/>>. Acesso em: 21 out. 2020.

CARNEIRO, H. **Comida e sociedade: uma história da alimentação**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CHERMOULA. 2020. **Chermoula Cultura Culinária**. Disponível em: <<http://www.chermoula.com.br/>>. Acesso em: 4 nov. 2020.

COLES, T.; TIMOTHY, D. “My field is the world”: conceptualizing diasporas, travel and tourism. In: COLES, T.; TIMOTHY, D. (Org.). **Tourism, diasporas and space**. London: Routledge, 2004. p. 1–17. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/77223433.pdf>>. Acesso em: 4 nov. 2020.

DJOKIC, A. **Colorismo: o que é, como funciona**. *Gelédes*, 26 fev. 2015. Disponível em: <<https://www.geledes.org.br/colorismo-o-que-e-como-funciona/>>. Acesso em: 6 nov. 2020.

ERNANDES, M. A. M.; SILVA, R. T. C. Sabores africanos no Brasil: a presença da culinária africana na dieta alimentar dos brasileiros. **Os desafios da escola pública paranaense na perspectiva do professor PDE**, v. 1, 2013. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernospde/pdebusca/producoes_pde/2013/2013_fafipa_hist_artigo_marly_angela_martins_ernandes.pdf>. Acesso em: 4 nov. 2020.

FAZITO, M. Turismo crítico. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL PESQUISA E PÓS-

Turismo diaspórico, teste de DNA e *cozinhas*: experiência gastronômica de consumidores de uma agência de turismo afrocentrada

GRADUAÇÃO EM TURISMO, 9., 2012, São Paulo. **Anais eletrônicos** [...]. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/9/69.pdf>. Acesso em: 01 fev. 2017.

FRANCO, A. **De caçador a gourmet**: uma história da gastronomia. 5. ed. São Paulo: Senac, 2001.

GADEA, C. A. O espaço da negritude e o reverso da africanidade: crítica sobre as relações raciais contemporâneas. **Caderno CRH**, v. 26, n. 69, p. 563–579, 2013. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-49792013000300010&lng=en&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 4 nov. 2020.

GASPAR NETO, V. V.; SANTOS, R. V. Biorrevelações: testes de ancestralidade genética em perspectiva antropológica comparada. **Horizontes Antropológicos**, v. 17, n. 35, p. 227–255, jun. 2011.

GIMENES, M. G. S. G. Viagens, sabores e cultura: reflexões sobre pratos típicos no contexto do turismo gastronômico. In: POSSAMAI, A. M. de P.; PECCINI, R. (Org.). **Turismo, história e gastronomia**: uma viagem pelos sabores. Caxias do Sul: Educs, 2011. p. 19–30.

GONDIM, L. M. P.; LIMA, J. C. **A pesquisa como artesanato intelectual**: considerações sobre método e bom senso. São Carlos: EdUFSCar, 2006.

HORDGE-FREEMAN, E. **A cor do amor**: características raciais, estigmas e socialização em famílias negras brasileiras. São Carlos: EduFSCar, 2018.

JANUÁRIO, A. C. do S. Mãos negras: saberes e sabores afro-brasileiros. 2018. **Dissertação** (Mestrado em Relações Étnico-Raciais) - Programa de Pós-Graduação em Relações Étnico-Raciais, Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: [http://dippg.cefet-rj.br/pprer/attachments/article/81/98_Ana Claudia dos Santos Januário.pdf](http://dippg.cefet-rj.br/pprer/attachments/article/81/98_Ana%20Claudia%20dos%20Santos%20Janu%C3%A1rio.pdf). Acesso em: 4 nov. 2020.

MACIEL, M. E. Churrasco, comida e emblema dos gaúchos. In: POSSAMAI, A. M. P.; PECCINI, R. (Org.). **Turismo, história e gastronomia**: uma viagem pelos sabores. Caxias do Sul: Educs, 2011. p. 57–73.

MACIEL, M. E. Olhares antropológicos sobre a alimentação: identidade cultural e alimentação. In: CANESQUI, A. M.; GARCIA, R. W. D. (Org.). **Antropologia e nutrição**: um diálogo possível. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2005. p. 48–55.

MANZINI, E. J. A entrevista na pesquisa social. **Didática**, v. 26/27, p. 149–158, 1990.

MARTINS, L. C.; SILVA, J. O. Comida de santo: cosmologia, identidade e simbolismo em cozinhas afrodescendentes. **Amazôn., Rev. Antropolog**, v. 8, n. 1, p. 244–260, 2016. Disponível em: <https://www.periodicos.ufpa.br/index.php/amazonica/article/viewFile/4734/4342>. Acesso em: 5 nov. 2020.

Turismo diaspórico, teste de DNA e *cozinhas*: experiência gastronômica de consumidores de uma agência de turismo afrocentrada

MINAYO, M. C. de S. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: MINAYO, M. C. DE S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 9–29.

MONTANARI, M. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac, 2008.

PESSÔA, J. Ancestralidade por DNA: testes da moda ignoram indígenas brasileiros. **Uol**, 22 set. 2020. Disponível em: <<https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/09/22/ancestralidade-por-dna-testes-da-moda-ignoram-indigenas-brasileiros.htm>>. Acesso em: 4 nov. 2020.

PINHO, P. de S. Turismo diaspóricos: mapeando conceitos e questões. **Tempo Social**, v. 30, n. 2, p. 113–131, 1 maio 2018. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/ts/article/view/142218>>. Acesso em: 4 nov. 2020.

POUPART, J. A entrevista do tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In: POUPART, J. ET AL (Org.). **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2012. p. 215–253.

SANTOS, R. V.; BORTOLINI, M. C.; MAIO, M. C. No fio da navalha: raça, genética e identidades. **Revista USP**, n. 68, p. 22–35, 1 fev. 2006. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13480>>. Acesso em: 4 nov. 2020.

SANTOS, V. L. L.; BENITE, A. M. C. A comida como prática social: sobre africanidades no ensino de Química. **Química nova esc.**, v. 43, n. 3, p. 281–294, ago. 2020. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.21577/0104-8899.20160210>>. Acesso em: 4 nov. 2020.

Sobre a autora:

Natália Araújo de Oliveira é Doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com período sanduíche na University of California, San Diego, EUA. E.mail: oliveira.natalia@outlook.com