**GASTRONOMIA PARAIBANA: SERVIÇO TRILÍNGUE**

Gabriela Isa Rosendo Vieira Campos

Izabelle Souza Fernandes

Bolsistas CCHLA/ DLEM/ PROLICEN

Alexandre Caciano Pinheiro

Marcus Vinícius Sabino Nunes

Voluntários- CCHLA/ DLEM/ PROLICEN

Cléa Lopes Aranha de Macedo

Professora Coordenadora/ Orientadora

**Introdução**

Vários fatores observados na atualidade decorrentes das novas tecnologias como o aumento do tempo dedicado ao lazer, o barateamento do transporte aéreo, a atualização dos mercados, a melhoria das tecnologias da comunicação, entre outros, impulsionaram a atividade turística transformando-a em uma das maiores atividades econômicas do mundo. De acordo com Lemos (1999):

Esse setor está entre as quatro principais atividades econômicas do mundo. Gera empregos em grande quantidade e receitas gigantescas para os países que optam por essa alternativa de crescimento. Soma-se o fato da probabilidade de que seja a principal atividade econômica do mundo no novo milênio. (Lemos, 1999, p. 10)

 No Brasil, o interesse pelo turismo é cada vez maior, mobilizando cidades e regiões que começam a descobrir os seus atrativos e vocação para determinadas modalidades de turismo, como de eventos, religioso, rural, ecológico, cultural, esportivo e de negócios, entre outros. Essa atividade demanda menores investimentos em relação a outras atividades, uma vez que muitos recursos que existem nessas localidades podem ser aproveitados nos investimentos turísticos. Nesse sentido, Trigo (1990) aborda a abrangência do turismo hoje:

O turismo contemporâneo influencia e é influenciado por um contexto mais amplo que abrange a economia, a sociedade, a política e a cultura. No que se refere às relações com a cultura, há que se ter em mente que as profundas mudanças ocorridas nas últimas décadas na educação, nas artes e na própria cultura em geral, exigem uma percepção bem delineada do que é esta cultura pós-moderna que permeia as sociedades pós-industriais. A cultura contemporânea reserva um espaço privilegiado para o prazer e o lazer (Trigo, 1990, p.38).

Este espaço que atualmente é dedicado ao prazer e ao lazer, nas sociedades contemporâneas vai provocar mudanças em nível nacional e regional em função de como as regiões e as cidades vão se interagir numa nova formatação para atender as demandas da globalização econômica. Júnior (1990) coloca muito bem essa problemática:

As redefinições do Nordeste brasileiro no imaginário nacional correspondem a um processo de significativas mudanças socioeconômicas e culturais na região. [...] Uma das expressões dessas redefinições sociais é o processo de urbanização turística de algumas capitais nordestinas. A construção social das “cidades do prazer” apóia-se em referentes simbólicos e signos locais, nacionais ou globais, constituindo a forma, por excelência, de inserção de algumas cidades na “cultura do mundo” e na mundialização econômica. Enquanto tornam por referência imagens (e auto-imagens) da sensualidade, da leveza, do povo e da natureza, tais construções sociais traduzem-se efetivamente na afirmação de uma nova paisagem socioespacial no litoral nordestino. (Júnior; 1990, p. 43-44).

A propaganda turística desempenha um papel importante na redefinição dessas novas paisagens, vende a imagem de um paraíso tropical com uma culinária exótica tendo como base frutos do mar e bebidas, como a cachaça, tão ao gosto dos turistas estrangeiros.

Essa propaganda estereotipada silencia a diversidade das paisagens da região e, consequentemente, uma culinária com forte sabor local, sobretudo a culinária sertaneja que ultrapassa os limites locais para chegar à orla marítima. Leite (2007) analisa com propriedade esse silenciamento em relação à culinária que vem de outros rincões da região:

No gênero propaganda turística, por exemplo, em relação às corridas típicas do Nordeste, quase todos os textos exibem, como atrativo, os frutos do mar, com ênfase na lagosta. Então, esse poderia ser um dos elementos que, do ponto de vista da culinária, nos identificaria enquanto nordestinos. Já em relação à bebida, a cachaça nordestina também aparece em destaque, assim como a água de coco. [...] Toda essa culinária regional, que a propaganda exibe e corrobora, está em sintonia com a representação (ideológica) que os textos de propaganda turística sobre o Nordeste querem enfatizar: a representação do paraíso tropical, materializado em imagens que mostram praias com coqueiros, pessoas jovens e bonitas e uma culinária exótica para o turista estrangeiro, com base nos frutos do mar, na cachaça e na água de coco. Entretanto, a propaganda turística paraibana também mostra como destaque o abacaxi, pois somos um dos maiores produtores de abacaxi do Nordeste. Assim sendo, essa é uma fruta que particulariza a culinária paraibana em relação à nordestina. [...] Os textos de propaganda turística nordestina enfatizam os frutos do mar como atrativo culinário e geralmente excluem das imagens culinárias as consideradas típicas do sertão. Essa exclusão faz com que os turistas, muitas vezes, se frustrem ao chegarem às capitais litorâneas (por exemplo, João Pessoa e Recife), em busca de frutos do mar e encontrem, como culinária típica local, a comida sertaneja, como a tapioca, a buchada, o arrumadinho, etc. (Leite, 2007; p.21-22)

**Serviços Culinários Trilíngue**

Um dos aspectos mais importantes no domínio do turismo é o da gastronomia que está intimamente ligado à hospedagem e à restauração. Apesar da pretensa uniformização decorrente dos efeitos da globalização, esse setor prima pela singularidade e pelo sabor local. Sabemos que para degustar uma iguaria internacional não é necessário se deslocar até o país em que ela é produzida mas, isso não quer dizer que a globalização provocou uma uniformização dos hábitos alimentares pois estes estão ligados a uma cultura e à própria diversidade humana. A presença dessa culinária está mais ligada aos movimentos migratórios e à circulação de mercadorias e das informações. Funey (2007) deixa isso bem claro ao falar sobre tradições culinárias:

As campanhas de alguns industriais do setor agroalimentar deixaram crer, há algumas décadas que a uniformização da alimentação estava a caminho, que a humanidade poderia comer os mesmos pratos. Os antropólogos mostraram as características irredutíveis da alimentação, que não se curvavam facilmente às confusões, às mestiçagens e aos abandonos que imaginamos. Preparar os alimentos e comer não tem o mesmo sentido nem a mesma urgência para populações pobres ou ricas, autóctones ou das diásporas, jovens ou idosas, urbanas ou rurais. [...] Quanto mais as populações se deslocam, mais podemos mensurar o peso dos determinismos, principalmente daquelas que devem viver como emigradas. [...] Enfim, o movimento de globalização para alguns produtos se acompanha de resistências, de definição de novas identidades alimentares que incorporam cores nacionais ou regionais. Não é um movimento novo, mas um movimento que se expande, fazendo surgir novas fronteiras, novos patrimônios culinários, dos quais alguns são imaginários já que só existem nos países de origem. (Funey, 2007, p. 33. Tradução nossa)

 Para fazer face às demandas turísticas na área da alimentação, além de uma boa infra-estrutura se faz necessária a presença de uma mão de obra qualificada para atender um público cada vez mais exigente formado não apenas por turistas de outras regiões mas, também por uma clientela internacional que busca novos sabores. Atualmente, tanto o setor público quanto o privado vem investindo em cursos universitários e, mais ainda em cursos profissionalizantes para atender às urgências do mercado. Em todos esses cursos a aprendizagem de línguas estrangeiras é fundamental, daí a importância do nosso trabalho que tem por finalidade fazer a articulação entre a Universidade e a Escola Pública. Para tanto, estamos desenvolvendo um material complementar trilíngue para ser usado nos cursos profissionalizantes de Hotelaria e Serviços de Bar e Restaurante, oferecidos pela Escola Estadual de Ensino Médio Presidente Médici, situada no bairro Castelo Branco no entorno da Universidade. Esses cursos oferecem, dentre os componentes curriculares, três línguas estrangeiras: espanhol, francês e inglês.

 Os professores de línguas estrangeiras em cursos dessa natureza têm muito trabalho em encontrar um material que se adapte às necessidades práticas, pois os alunos devem compreender um cardápio, saber explicar o preparo de cada prato, conhecer os ingredientes e a sua origem. A aquisição dessas competências que, na maioria das vezes ultrapassam os conteúdos encontrados nos métodos, deve permitir aos profissionais fazer a transferência exata de uma receita em português para a(s) língua(s) estrangeiras. Kourdis (2006) compreende essa dificuldade:

A particularidade das profissões culinárias conduzem os professores à procura de novos métodos para o ensino do vocabulário de língua estrangeira. Se um professor ou um tradutor encontra numa receita alguns ingredientes que ele não conhece a significação exata, substitui por uma palavra aproximada, ao invés de explicar o que é o ingrediente. Nesse caso, e em razão do valor do desconhecimento da palavra no domínio especializado, a autenticidade do texto pode ser alterada e, em consequência, a receita perde sua originalidade. (Kourdis, 2006, p. 38. Tradução nossa)

O nosso trabalho consiste em elaborar um material complementar, mas três línguas, para que possa ser utilizado pelos professores dessas línguas e principalmente, para os alunos que terão maior flexibilidade para passar de uma língua à outra quando tiver que usar esse conhecimento em situações profissionais.

O conteúdo desse material consiste em mostrar a gastronomia paraibana em sua diversidade, os pratos mais representativos de cada uma de suas regiões. Para tanto, foram selecionados os itens mais recorrentes nos cardápios paraibanos, do litoral ao sertão, sempre procurando realçar a cor local. Dentro dessa perspectiva, nem sempre encontramos palavras que traduzam com fidelidade alguns ingredientes por serem particulares, típicos de uma região, sendo necessária a explicação de cada um deles.

Mostramos alguns cardápios, por região, salientando as características dessa região, suas potencialidades turísticas e os hábitos alimentares dos seus habitantes. Esses cardápios serão traduzidos nas três línguas, acompanhados de explicações dos ingredientes típicos, de um glossário das palavras mais usadas, assim como um levantamento dos verbos culinários que permitem a elaboração e a explicação dos cardápios e receitas, pela sua importância, pois segundo Kourdis (2006):

A conduta que propomos para o sucesso da aprendizagem do francês culinário[[1]](#footnote-1) é a focalização do professor sobre o ensino do léxico e, entre outros, a definição conceitual exata dos verbos culinários. O verbo é, incontestavelmente, a parte mais forte do discurso de uma língua, pois ele pode, sozinho, estruturar uma proposição. Os profissionais das artes culinárias podem, unicamente, graças ao emprego dos verbos culinários, proceder a uma demonstração profissional ou responder às necessidades de comunicação com outros profissionais estrangeiros. (Kourdis, 2006, p. 39. Tradução nossa)

**Considerações Finais**

 Este trabalho está voltado principalmente para os professores e alunos dos cursos de Hotelaria e Serviços de Bar e Restaurante, oferecidos pela Escola Presidente Médici já que para atuar no mercado paraibano vão precisar de informações que não são encontradas nos métodos destinados ao grande público.

 O próximo passo será a revisão da tradução dos cardápios, com as devidas explicações, a finalização do material e a organização de uma oficina em novembro, para os professores das línguas envolvidas, espanhol, francês e inglês, para que eles possam fazer uma apreciação do trabalho e traçar estratégias de utilização do mesmo junto aos alunos. A partir do próximo ano, passaremos à segunda fase do trabalho que é seu acompanhamento junto aos alunos, ocasião em que serão feitos os ajustes que, forem necessários.

**Referências**

FUNEY, Gilles. Les Traditions Culinaires à l’Épreuve de la Mondialisation. In: Cultures Sud, n. 167, p. 23. Paris: Notre Librairie, 2007.

JÚNIOR, Edmilson Lopes. Urbanização Turística, Cultura e Meio Ambiente no Nordeste Brasileiro. In: SERRANO, Célia Maria Toledo e BRUHNS, Heloisa Turini (Orgs). Viagem à Natureza: Turismo, Cultura e Ambiente. Campinas, SP: Papirus, 1997.

KOURDIS, Evangelos. La valeur du verbe dans un cours de FOS: les métiers culinaires. In: Le Français dans le Monde, n. 343, p. 38-39, Paris: CLE International, 2006.

LEMOS, Leandro de. Turismo: Que negócio é esse?: Uma análise da economia do turismo. Campinas, SP: Papirus, 1999.

LEITE, Maria Regina Baracuhy. Construções identitárias no gênero propaganda: Em foco a culinária e o folclore nordestinos. In: Conceitos. P. 20-23, João Pessoa: Imprima – Gráfica e Editora, 2007.

MOURLHON-DALLIES, Florence. La langue des métiers – Penser le français langue professionnelle. In : Le Français dans le Monde, n. 346. P. 25-28, Paris: CLE International, 2006.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Turismo e Qualidade – Tendências Contemporâneas. 2ª ed. Campinas, SP: Papirus, 1996.

1. Isto também se aplica às outras línguas. [↑](#footnote-ref-1)