



MEMORIA DEL CONGRESO

XI CITURDES

NICOYA, COSTA RICA
2018



15-17
NOVIEMBRE
2018

M E M O R I A
Congreso Internacional de
Turismo Rural y Desarrollo
Sustentable

Universidad Nacional, Costa Rica
Sede Regional Chorotega

15-17 de noviembre de 2018



Las interpretaciones expresadas en esta obra colectiva son de exclusiva responsabilidad de los autores(as), al igual que las fotografías, figuras u otras similares.

© MEMORIA DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE TURISMO RURAL Y DESARROLLO SUSTENTABLE.
15-17 de noviembre de 2018
Universidad Nacional, Costa Rica
Sede Regional Chorotega

Agradecimientos a la Red de Investigación en Turismo, Sociedad y Ambiente de la Universidad Nacional (UNA-REDTUR) por sus valiosos aportes en organización e investigaciones, estudios de caso y los contactos internacionales que han generado a lo largo de su trayectoria como cuerpo académico.



UNA-REDTUR

338.4791
C749m Congreso Citurdes (noviembre, 15-16, Nicoya, Costa Rica)
Memoria [recurso electrónico]. – Nicoya, Guanacaste, Costa Rica: CEMEDE, 2018.
1 recurso en línea (E-book); 2.4 Mb

ISBN 978-9968-638-31-9

Diseño y diagramación:
Jade Diseños & Soluciones, www.jadecr.com, 2273-1473

La publicación puede ser utilizada indicando los derechos de autor. Usted es libre de copiar y difundir los artículos comprendidos en la obra, siempre y cuando no se haga un uso comercial de la obra original, ni la generación de obras derivadas.

Contenido

Presentación.....	9
Comités.....	11
Conferencias Magistrales.....	12
Ejes temáticos de las propuestas.....	13
Eje temático 1: Políticas públicas, planeación y gestión del turismo en los espacios rurales.....	15
El proceso de gentrificación en el actual modelo turístico de Costa Rica: Claves para su interpretación.....	17
<i>Lic. Arturo Silva Lucas y Dr. Carlos Morera Beita.</i>	
Aportes de la Cartografía Participativa en la identificación de riesgos, para la gestión Turismo Rural: Caso de las comunidades de Pacuare y San Pablo, Turrialba Costa Rica.....	29
<i>Msc. Meylin Alvarado Sánchez, Lic. Jéssica Francini Acuña Piedra y Lic. Karla Mora Aparicio</i>	
Turismo Rural Pedagógicos Na Região Da Quarta Colônia De Imigração Italiana – Rs, Brasil.....	43
<i>Eliane Carine Portela y Dra. Rosane Maria Lanzer</i>	
Eje temático 2: Cultura, identidad y conservación patrimonial en los espacios rurales.....	57
Pijibasal: Proyecto conservacionista y ecoturístico, sostenible y socio económico en beneficio de la etnia Embera en la zona de amortiguamiento del parque nacional Darién, Panamá.....	59
<i>Jorge O. Padilla P.</i>	
O turismo rural pedagógico enquanto estratégia para valorizaçãodo patrimônio cultural e natural.....	67
<i>Ivo Elesbão y Angela Luciane Klein</i>	
Eje temático 3: Turismo rural inclusivo y Derechos Humanos.....	81
Los espacios rurales y la cultura latinoamericana: entre los estilos de vida, la hospitalidad, viajes y el turismo.....	83
<i>Juan Carlos Picón Cruz</i>	
El Turismo Rural Como Estrategia de Negocio. Caso Emprendimiento Social “Jorullo Paradise” Puerto Vallarta Jalisco.....	99
<i>Rosa Audelia Tapia López, Rodrigo Espinoza Sánchez y Carlos Salvador Peña Casillas</i>	

El Turismo Rural Comunitario: Caso de las Comunidades Rurales del Occidente de Nicaragua.....	109
<i>Martínez Salgado Oscar F.</i>	
Turismo Rural Comunitario, Estrategia de Negocio y Emprendimiento Social. Caso Rancho El Coyote, Jalisco, México.....	121
<i>María del Carmen Verduzco Villaseñor, Rosa María Chávez Dagostino y José Luis Bravo Silva</i>	
Fork to Farmer: Criando oportunidades de receitas directas para pequenos agricultores através de colaborações com restaurantes famosos e o turismo gastronômico.....	131
<i>Duarte B. Morais, Bruno S. Ferreira Susan Jakes</i>	
Cozinha de raiz: as relações entre chefs, produtores e consumidores na gastronomia contemporânea.....	135
<i>Tainá Zaneti e Sérgio Schneider</i>	
Eje temático 4: Desarrollo regional e impacto socio territorial del turismo rural: estudios comparativos y de casos.....	
139	
Turismo, Nueva Ruralidad y el Buen Vivir: Perspectiva para la Región Central en Colombia.....	141
<i>Miguel Ricardo Landínez León</i>	
As Diversas Práticas Turísticas Na Região Costeira Sul Brasileira.....	153
<i>Rosane Maria Lanzer, Juliana Rose Jasper.</i>	
Reflexiones sobre la Contribución del Turismo: Desde la Perspectiva de la Región Chorotega en el Espacio Rural.....	163
<i>José Corrales Medrano</i>	
As Redes De Relações Sociais Das Caminhadas Na Natureza No Vale Do Ivaí, Estado Do Paraná, Brasil.....	175
<i>Marcelino de Souza y Clarice Bastarz</i>	
Eje temático 5: Innovación y supervivencia empresarial en el turismo rural.....	
189	
Clubes de Productos Turísticos en 3 Emprendimientos de Jalisco. Caso Ejido El Jorullo.....	191
<i>María del Carmen Díaz García, Carlos Salvador Peña Castillo y José Luis Bravo Silva</i>	
Emprendedurismo e Innovación en la finca Agroturística FZ, provincia de Veraguas, Panamá.....	203
<i>Gisela Martínez, Yirian Rentería y Katherine Valdés</i>	

Ecología d e Población Organizacional y Comunidades de Práctica en Emprendimientos Sociales Turísticos en Jalisco - Nayarit.....	209
<i>Rodrigo Espinoza Sánchez, Carlos Salvador Peña Casillas y José Luis Cornejo Ortega</i>	
Turismo Rural y el Internet: ¿conectando mundos o solo desconectando lo tradicional?.....	219
<i>Marinus C. Gisolf.</i>	
Horizontes da Cooperação e Intercooperação na primeira rota de turismo orgânica do Brasil.....	221
<i>Ana Claudia Machado Padilha, Marcelo Matos de Sá y Renata Gonçalves Rodrigues</i>	
Eje temático 6: Desarrollo Regional	237
Proposta De Criação Da Rota Do Queijo Do Serro Em Minas Gerais/Brasil.....	239
<i>Caroline de Almeida de Oliveira, Rafael Lavrador Sant Anna, y Marcos Moura-Paula</i>	
Conferencia Magistral	249
Sinopsis del Surgimiento, Desarrollo y Diversificación del Turismo Rural en Costa Rica.....	251
<i>Renato Quesada Castro</i>	

Cozinha de raiz: as relações entre chefs, produtores e consumidores na gastronomia contemporânea

Autores:
Tainá Zaneti e
Sérgio Schneider

1. Tema

O atual processo social de gastronomização tem deflagrado uma relação cada vez mais estreita entre a gastronomia e o meio rural. Entre as tendências da gastronomia contemporânea é crescente a demanda e o uso de ingredientes locais, tradicionais, produzidos com métodos ecológicos, que remetam ao sentido de trajetória, identidade e autenticidade, que conferem traços de singularidade aos mesmos. Essa demanda tem evidenciado, por um lado, uma maior preocupação dos comensais e chefs pela origem dos produtos e, por outro, uma (re) aproximação e (re) valorização das relações entre chefs, comensais e agricultores familiares, o que pode representar novas oportunidades de mercado para a Agricultura Familiar.

2. Objetivo Geral

Esta pesquisa tem como principal objetivo analisar como ocorrem as relações entre chefs, produtores e comensais no processo de inserção e uso de produtos agroalimentares singulares na gastronomia contemporânea, buscando perceber em que medida este consumo está estimulando novos mercados para a Agricultura Familiar e grupos tradicionais.

3. Alcances (Enfoque teórico y espacial)

Estas novas formas de interação entre chefs, produtores e consumidores sugerem que a busca por alimentos com qualidades diferenciadas não responde apenas às questões objetivas de suprimento de necessidades, mas também às questões culturais, sociais, simbólicas e de valores, o que parece indicar que estas interações estão inseridas em uma lógica não convencional de mercados. Estas

novas demandas podem estar possibilitando a emergência de novas formas de comercialização, baseadas na qualidade do produto, na valorização da origem e do produtor, relações justas de comercialização e interação social. Assim, é possível lançar mão de abordagens da Sociologia Econômica, que entendem os mercados como arenas sociais construídas a partir das interações econômicas (imersas nas redes sociais), relações entre os atores e os contextos e as dimensões sociais, políticas e culturais nos quais estão inseridos (BECKERT, 2002).

4. Metodologia

Foram estudados quatro casos, no Brasil e Peru, de restaurantes e Instituições que apresentavam iniciativas e práticas de relações diretas entre chefs, produtores e comensais. Para obtenção dos dados, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com estes atores, observação participante nos restaurantes e instituições, análise de cardápios e da trajetória dos ingredientes. A mobilização dos conceitos da sociologia econômica e da análise dos dados obtidos na pesquisa de campo proporcionaram elementos para a elaboração de conceito explicativo para o fenômeno estudado, denominado Cozinha de Raiz.

5 Resultados

Um dos principais resultados dessa pesquisa foi o desenvolvimento do conceito de Cozinha de Raiz. Este se constitui a partir de cadeias gastronômicas curtas, que evidenciam relações de proximidade e enraizamento social entre os produtores, chefs e comensais e é alinhavada por produtos singulares, que tem seus padrões de qualidade e distintividade construídos e legitimados por meio das informações compartilhadas entre os atores. Essas cadeias se configuram de duas principais formas: a) Cadeia Gastronômica Curta Chefocêntrica, que tem formação horizontal, é organizada entre atores e tem o chef como elo central da cadeia; ou b) Cadeias Gastronômicas Curtas Sinérgicas, organizada de maneira vertical, mediada por instituições e não apenas pelos atores. Em ambas, o chef aparece como ator social central tanto na formação destas cadeias, quanto na ressignificação dos ingredientes em direção à singularidade.

O chef cumpre um canal educativo para conscientização dos comensais sobre a importância da valorização da agricultura familiar e dos grupos tradicionais. Porém, é preciso que a atuação do chef esteja associada a políticas e a iniciativas que garantam o fortalecimento da agricultura familiar, a valorização da biodiversidade nacional e o desenvolvimento de canais curtos de comercialização e novos produtos e serviços, como o turismo rural.

Observou-se que a relação com os consumidores não só tem sido uma oportunidade importante para os produtores mostrarem o seu modo de vida – o seu modo de produção, afim de garantir a qualidade do produto e de agregar valores a seu trabalho e produção – como também é uma nova oportunidade de oferecimento de serviços com características de turismo rural (como é o caso da produtora Peruana Fiorella). A produtora conta que, no início, era apenas uma

relação de compra e de venda com os clientes. Posteriormente, essas relações se tornaram mais próximas e passou-se a criar laços de confiança.

A partir disso, a agricultora conta que os clientes passaram a fazer propaganda “boca a boca”, e que passaram a organizar grupos para visitar a propriedade (principalmente na época de colheita). Assim, a agricultora e a sua família passaram a organizar dias de campo com os consumidores, para que eles tivessem uma “experiência rural”. A agricultora conta que a experiência foi crescendo e que a sua família passou a se associar com outros produtores. E, atualmente, fizeram um restaurante próprio e recebem cerca de 200 visitantes por semana. Na opinião da agricultora, essa iniciativa pode auxiliar no desenvolvimento de todo território onde estão inseridos, pois gera uma série de oportunidades de serviços para os vários produtores da região, mobilizando-os a se organizarem e a valorizarem sua realidade.

Em todos os casos analisados, a formação das cadeias gastronômicas curtas evidenciam: 1) a distintividade dos produtos, pela valorização de sua trajetória social; 2) recursos de uso comum, pela ressignificação de tradições, da produção artesanal e da biodiversidade nativa e cultural e o estímulo a multifuncionalidade dos agricultores, como diversificação de mercados (feiras, mercados online e festivais gastronômicos) e turismo rural. Estes casos mostram que a formação das cadeias gastronômicas curtas são um instrumento para o desenvolvimento rural, ao instituir normas, regras e convenções sociais que permitem a letimação da qualidade e de distintividade de seus produtos e serviços, o uso sustentável dos recursos de uso comum e a organização e proximidade entre os atores.

Notou-se que houve a re-espacialização e a ressocialização dos produtos e dos produtores. Ficou evidente na fala destes agricultores, que esta interação com a gastronomia permite que eles tenham novas vivências, reconhecimento, aumento da autoestima, novos saberes e práticas, desenvolvimento de novos produtos e serviços, como turismo rural, e construção de novas relações mercantis, como os mercados online, como Grand Mercado, do APEGA e do projeto Alianza Cocinero-Campesino.

Palavras-chave:

Gastronomia. Produtos singulares. Chefs. Agricultura familiar. Cadeias gastronômicas curtas.