



Cidades Ibero-americanas

Revista da União das Cidades Capitais Ibero-americanas (UCCI)

Nº38 | Turismo Gastronômico-Outubro 2024



Unión de Ciudades
Capitales Iberoamericanas

União das Cidades
Capitais Ibero-americanas



Ano UCCI
da Língua
Portuguesa



Cidades Ibero-americanas

Revista da União das Cidades Capitais Ibero-americanas (UCCI)

Nº38 | Turismo Gastronômico-Outubro 2024



Unión de Ciudades
Capitales Iberoamericanas

União das Cidades
Capitais Ibero-americanas



Ano UCCI
da Língua
Portuguesa

Cidades Ibero-americanas, Nº 38

Outubro de 2024

Revista da União de Cidades Capitais Ibero-americanas (UCCI)

Edita:

© Secretaria-Geral da UCCI
C/ Montalbán, 1 – 2º andar
28014 · Madri, Espanha
Tel.: +34 91 588 96 93
ucci@ciudadesiberoamericanas.org
www.ciudadesiberoamericanas.org

Secretaria-Geral:

Almudena Maíllo del Valle

Direção:

Luciana Binaghi Getar

Coordenação:

Luciana Binaghi Getar
Adriana Rey Villaverde

Com a colaboração de:

Equipe Secretaria-Geral UCCI – Madri

Fotografias da capa:

- © elBulliFoundation. Pepo Segura (Imagem de Ferrán Adrià)
- © Álvaro Fernández (Imagem do Restaurante Aponiente de Ángel León)
- © Silvia Martínez (Imagem de Henrique Sá Pessoa)
- © Martín Piccinati (Imagens de Narda Lepas e Restaurante Kōnā)
- © Angelo Dal Bó (Imagem do Restaurante Refettorio Gastromotiva de David Hertz)
- © Juan Pablo Gutiérrez (Imagem de Leonor Espinosa)
- © Restaurante Gustu (Imagem cortesia de Marsia Taha)
- © Daniel Silva (Imagem de Pedro Miguel Schiaffino)
- © Eduardo Aguirre (Imagem do Restaurante Contramar de Gabriela Cámara)
- © Gonzalo Picón (Imagem do Restaurante Maito de Mario Castrellón)
- © Ernesto Ríos (Imagem de Chef Tita)

Projeto e diagramação:

Capricornia

Depósito legal:

M-22082-2024

Com a colaboração de:



MADRID

Índice

Apresentação

- Almudena Maíllo. Secretária-Geral da UCCI04

Assinaturas convidadas

- *Descobrimo a Ibero-América através da gastronomia.* Rafael Ansón06
- *Desafios e Oportunidades para o turismo gastronômico na Espanha.* Luis Suárez de Lezo 10
- *O mundo desde a cozinha.* Pía Salazar12
- *Os ingredientes da gastronomia social.* Pablo Llano15

Turismo gastronômico

- *A importância do setor gastronômico para a Prefeitura de Madri.* José F. Herrera18
- *O turismo gastronômico. Uma oportunidade de desenvolvimento para os territórios.* Sandra Carvão21
- *Educação Alimentar Infantil: a base para um futuro saudável e sustentável.* Xanty Elías24
- *Binômico, a grande cúpula da gastronomia ibero-americana.* Alberto de Paz26
- *Da terra ao prato: o Turismo Gastronômico como eixo de transformação na Ibero-América.* Luciana Binaghi Getar 30
- *Gastrocooperação entre cidades ibero-americanas.* Lázaro I. Rodríguez32
- *Análise do setor nas cidades UCCI*35

Sabores lusófonos

- *Lisboa*58
- *Brasília*62
- *Rio de Janeiro*65
- *São Paulo*67

Ibero-América na mesa: entrevistas com seus protagonistas

Península Ibérica

- Ferrán Adrià. Barcelona 70
- Ángel León. Cádiz74
- Henrique Sá Pessoa. Lisboa78

Cone Sul

- Narda Lepas. Buenos Aires82
- David Hertz. São Paulo86

Zona Andina

- Leonor Espinosa. Bogotá89
- Marsia Taha. La Paz92
- Pedro Miguel Schiaffino. Lima95

América Central, México e O Caribe

- Gabriela Cámara. Cidade do México99
- Mario Castrellón. Cidade do Panamá 102
- Chef Tita. Santo Domingo 106

- Delícias das cidades UCCI 110



Apresentação

Almudena Maíllo

Secretária-Geral da UCCI



Queridos amigos e amigas,

É uma honra para mim dar-lhes as boas-vindas a esta 38ª edição da nossa revista "**Cidades Ibero-Americanas**". Nesta ocasião, decidimos dedicar nossas páginas a um tema que não apenas nos une como região, mas que também representa uma fonte inesgotável de riqueza cultural, social, econômica e ambiental: o turismo gastronômico.

O turismo gastronômico é um setor polifacético que abrange muito mais do que a simples degustação de pratos típicos. É uma viagem pela história, tradições e inovações de nossos povos. Cada mordida conta uma história, e cada prato é o resultado de uma sinfonia de sabores que têm sido transmitidos de geração em geração. Nesta edição, propomos dar visibilidade às 29 cozinhas da UCCI, suas rotas gastronômicas, o talento de suas pessoas e a qualidade da matéria-prima ibero-americana. Queremos compartilhar com vocês toda a cadeia de valor que vai da terra ao prato, permitindo-nos desfrutar fraternalmente de uma mesma mesa.

Nosso objetivo é expor as diferentes visões dos atores envolvidos nesta fascinante cadeia de valor: chefs e produtores de ponta de toda a Ibero-América, responsáveis públicos, acadêmicos e estudiosos do impacto econômico e social do setor em nossas cidades. Cada um deles traz uma perspectiva única que enriquece nossa compreensão do turismo gastronômico e seu potencial para promover o desenvolvimento sustentável.

O turismo gastronômico não só fomenta o intercâmbio cultural, como também impulsiona a economia local, gera empregos e contribui para a preservação das nossas tradições culinárias. Nesse sentido, é essencial reconhecer e valorizar o trabalho de nossos chefs e produtores, que, com sua dedicação e criatividade, transformam ingredientes locais em verdadeiras obras de arte culinária. A qualidade da matéria-prima ibero-americana é outro dos pilares

fundamentais do nosso sucesso, e nesta edição, queremos destacar sua importância e o impacto positivo que tem em nossas economias e comunidades.

Além disso, e no âmbito do '**Ano UCCI da Língua Portuguesa**', temos o prazer de anunciar que, pela primeira vez, esta edição da revista também será publicada em português. Esta iniciativa reflete o nosso compromisso com a diversidade linguística e cultural da nossa região, e esperamos que nos permita alcançar um público ainda mais amplo. Brasília, Lisboa, Rio de Janeiro e São Paulo não são apenas parte indispensável da nossa organização, mas também da cozinha ibero-americana, trazendo uma riqueza cultural e culinária incomparável.

O turismo gastronômico não só fomenta o intercâmbio cultural, como também impulsiona a economia local, gera empregos e contribui para a preservação das nossas tradições culinárias.

O turismo gastronômico é, sem dúvida, um motor de desenvolvimento que fortalece a inovação e as tradições como eixos do desenvolvimento sustentável. Convida-nos a redescobrir nossas raízes e a explorar novas possibilidades, sempre com um enfoque respeitoso e responsável com relação ao nosso meio ambiente e às nossas comunidades.

Em nome da União das Cidades Capitais Ibero-Americanas, agradeço seu interesse e seu apoio contínuo. Convido-os a mergulhar nas páginas desta edição e a descobrir as maravilhas das nossas cozinhas, rotas gastronômicas e o talento do nosso povo. Que esta viagem culinária seja uma fonte de inspiração e orgulho para todos nós. 🌐



Assinaturas convidadas

Rafael Ansón

Presidente da Academia Ibero-Americana de Gastronomia

Descobrimo a Ibero-América através da gastronomia

Cerimônia de premiação dos 50 Melhores Restaurantes do Mundo de 2024, realizada em Las Vegas. No total, 17 restaurantes ibero-americanos foram classificados entre os 50 melhores.

© Camila Almeida



Quando me perguntaram pela **oferta gastronômica global da Ibero-América**, sempre destaquei que é a mais diversa, rica e importante do mundo.

O encontro entre a **América** e a **Europa**, entre o “Velho” e o “Novo” Mundo, produziu uma irreversível **viagem de ida e volta**, um autêntico *big bang* que mudou nossos usos e costumes de maneira definitiva.

O intercâmbio de alimentos e de conhecimentos que se produziu, permitiu descobrir **novas técnicas agropecuárias, formas de cozinhar os alimentos e sabores até esse momento desconhecidos**, gerando um novo receituário para a Península Ibérica (Espanha e Portugal), que depois disso se trasladaria ao resto da Europa e para todos os países de fala hispana e portuguesa na América.

Há 15 anos, a **Academia Ibero-americana de Gastronomia** (AIBG), com suas 15 academias nacionais, não cessou na tarefa de impulsionar **o conhecimento e a valorização do patrimônio gastronômico ibero-americano** e da importância que esse fenômeno histórico representou.

Ibero-América: alimentos de ida e volta

A gastronomia da América pré-colombiana se enriqueceu com a entrada de alimentos como os cereais (o trigo, a cevada, a aveia ou o arroz), hortaliças como a cebola ou a alface, legumes como as lentilhas e os grãos-de-bico, especiarias como o café ou a canela, carnes de bovino, porcino, ovino e frango ou a cana-de-açúcar.

A Europa recebeu cerca de trinta de ingredientes de um valor incalculável, como a papa (batata), o tomate, o amendoim, o pimentão, a baunilha, o cacau, a quinoa ou o milho, que ajudaram a acalmar a crise de fome e a enriquecer as elaborações tradicionais, não só da Espanha senão de outras nações. E outros muitos alimentos

como o peru, a batata, os *ajíes* (pimentões e picantes), as pimentas ou a abobrinha, e frutas como o mamão, a nêspera, o coco ou o abacaxi.

Esse intercâmbio de ingredientes gerou modificações em nossa alimentação que, ainda hoje, perduram. Por exemplo, o *gaspacho* espanhol que hoje conhecemos já se elaborava antes do encontro com a América, com azeite de oliva, pão, alho, água e vinagre, mas sem pimentão e, obviamente, sem tomate.

É interessante perguntarmo-nos, por citar outros exemplos, como seria nossa tortilha de batatas sem esses tubérculos; ou os tacos de cochinita pibil, se o porco não tivesse chegado à América; ou os ceviches, sem os cítricos. Definitivamente, boa parte do que hoje comemos, e de como comemos, se explica com esse processo de encontro.

Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade

Segundo a **Unesco**, o **Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade** é um “importante fator da manutenção da **diversidade cultural**” e sua compreensão “contribui ao diálogo entre culturas e promove o respeito para com outros modos de vida”.

Desde o ano 2010, foram incorporados alguns aspectos culinários a esta lista representativa, reconhecendo que a gastronomia é também uma manifestação cultural.

Quando me perguntaram pela oferta gastronômica global da Ibero-América, sempre destaquei que é a mais diversa, rica e importante do mundo.

Exemplo disso é a **Dieta Mediterrânea**, uma das primeiras a entrar na lista e a demonstração de que a gastronomia é cultura, porque não é só o que se come, senão como se come. A Dieta Mediterrânea, elemento fundamental da identidade da Espanha e de alguns outros países europeus, faz referência a uma série de alimentos que são consumidos localmente e que, nas proporções adequadas, convertem-na em uma das dietas mais saudáveis do mundo. Mas também se refere a um conjunto de tradições e costumes, a um modo de cozinhar, de comer, de compartilhar e socializar em torno à mesa.

Ainda que a Dieta Mediterrânea não seja o único aspecto gastronômico da Ibero-América que entrou na lista representativa, pois existem outras práticas e costumes como a **cozinha tradicional mexicana** ou o **ceviche peruano**, emblema do país.

E, dentro das novas propostas, está a candidatura do **casabe**, um pão fino e crocante, elaborado a base de mandioca, que foi e é a base da alimentação dos **países da bacia do Caribe**. A iniciativa surgiu na República Dominicana e já se somaram outros países como Cuba, Haiti, Venezuela e Honduras.

Triunfo da Ibero-América nas classificações internacionais

O que está claro é que a Ibero-América conta com uma herança gastronômica incomparável, fruto do aporte de diferentes regiões e culturas. Além disso, nos últimos anos, foram os **restaurantes de alta cozinha, e seus chefs**, os que consolidaram a Ibero-América como um território de excelência a nível internacional.

E sua **presença nos rankings mundiais** assim o confirmam. Na lista **The World's 50 Best Restaurants 2024**, 17 restaurantes ibero-americanos se classificaram entre os 50 melhores. Concretamente: 5 espanhóis, 3 peruanos, 3 mexicanos, 2

brasileiros, 1 argentino, 1 colombiano, 1 chileno e 1 português.

O primeiro posto é ocupado pelo restaurante espanhol **Disfrutar**, do trio de chefs Oriol Castro, Eduard Xatruch e Mateu Casañas. A segunda e quarta posição são também para os espanhóis **Etxebarri** e **Diverxo**; seguidos do peruano **Maido** (5); o mexicano **Quintonil** (7); o argentino **Don Julio** (10); o espanhol **Quique Dacosta** (14); e o peruano **Kjolle** (16).

Seguidos pelo colombiano **El Chato** (25); o brasileiro **A Casa do Porco** (27); o espanhol **Elkano** (28); o chileno **Boragó** (29); o português **Belcanto** (31); os mexicanos **Pujol** (33) e **Rosetta** (34); o brasileiro **Oteque** (37); e o peruano **Mayta** (41).

Vinhos, coquetéis e destilados

E não devemos esquecer a **parte líquida**, um elemento essencial da comida e da cultura gastronômica. Com as **videiras** que a Espanha levou para a América (e que foram plantadas no cone sul daquelas terras), **no Chile e no Peru começou a ser elaborado o pisco**, uma aguardente de requintado sabor que é a base do famoso coquetel **pisco sour**.

Os melhores rum do mundo são gerados no Caribe, a partir da **cana-de-açúcar** que chegou à América desde as ilhas Canárias, assentando-se na República Dominicana graças às condições favoráveis do terreno e do clima. Com o rum, foram elaborados coquetéis tão conhecidos como o **mojito** ou o **daiquiri**.

No México são produzidos os melhores mezcales, incluindo a tequila, base de muitos combinados como o **margarita**. E existem outros **coquetéis de fama internacional** que são também de **origem ibero-americano**, como a caipirinha, do Brasil, ou o **cuba libre**.

Ainda assim, a Ibero-América **também foi ganhando força em produção e**





consumo de vinho nos últimos anos, principalmente em países como Argentina, Brasil, Chile, México, Portugal e, logicamente, Espanha. Inclusive no Uruguai, que foi sede, neste ano, da I Cúpula Global de Enoturismo Responsável, organizada pela Organização Mundial do Enoturismo (OMET).

Ibero-América e a Nova Gastronomia

Mas, talvez, uma das coisas mais importantes e que deve ser destacada é a evolução que a **Nova Gastronomia** experimentou, colocando-se em relevo que a alimentação deve ser, além de **satisfatória, saudável, solidária e sustentável**.

O que supõe uma visão global e transversal, que abrange os quatro elos da **cadeia**

alimentar da produção agroalimentar (o primeiro elo), seguido da **indústria, da distribuição** e do comércio e a **restauração**.

E nessa Nova Gastronomia, a Ibero-América está tendo um papel protagonista ao ser, sem dúvida, a zona do mundo onde são gerados mais e melhores alimentos. 🌐

O que está claro é que a Ibero-América conta com uma herança gastronômica incomparável, fruto do aporte de diferentes regiões e culturas.

Assinaturas convidadas

Luis Suárez de Lezo

Presidente da Real Academia de Gastronomía de Espanha

Desafios e oportunidades para o turismo gastronômico na Espanha

De acordo com o Turespaña, a gastronomia é a área de maior interesse para qualquer um dos perfis de viajantes que visitam a Espanha. Não faço ideia de melhor frase para começar estas linhas, pois responde de uma maneira concisa e irrefutável ao titular que as encabeça. Desafios e oportunidades? Todos os que possamos imaginar.

Contamos com o mais importante, o interesse do viajante, quem assinala a gastronomia espanhola como sua principal motivação. Isso nos coloca perante uma tela na qual, combinando excelência e criatividade, podemos desenhar milhares de desafios. Desafios que transcendem o mero fato de nos alimentarmos, porque quando falamos de gastronomia fazemo-lo também de cultura, patrimônio ou identidade. De economia, sociedade ou meio ambiente.

Agora bem, como detectar essas novas oportunidades? Analisemos nossas fortalezas. Para começar, a oferta gastronômica espanhola conecta com todos os gostos e, muito importante, com todos os bolsos. Temos uma grandíssima variedade a todos os níveis; desde grandes restaurantes com estrelas Michelin até cardápios diários e casas de comida

tradicionais. Isto nos permite trabalhar na captação de todos os segmentos. Não tenho nenhuma dúvida de que cada tipo de viajante possa encontrar uma opção que cubra suas necessidades.

Por outro lado, e enlaçando com o ponto anterior, é interessante falar da capacidade de adequação. Cada viajante leva em sua mala uns gostos e um orçamento; mas também umas circunstâncias.

Existem muitos tipos de viajantes e nosso desafio como anfitriões é que todos e cada um deles encontrem seu lugar. Um profissional que viaja por negócios, uma família que vem conhecer parentes espanhóis, passando por torcedores de futebol ou apaixonados pela cultura. Todos eles necessitam se alimentar, independentemente do motivo de sua viagem e, na Espanha, temos uma oferta adequada para cada perfil.



Falemos agora de identidade que, ao meu parecer, é outra das grandes fortalezas a explorar no momento de propor novos desafios. A gastronomia espanhola está estreitamente ligada à gastronomia ibero-americana. E o está por diferentes razões. Em primeiro lugar, pela grande quantidade de produtos de procedência ibero-americana sem os quais não se entenderiam muitas das receitas espanholas. Em segundo, pelo impulsionamento que muitos cozinheiros ibero-americanos deram e continuam dando à gastronomia espanhola através do lançamento de seus próprios negócios na Espanha. Este contexto de sinergias facilita aos viajantes poderem se sentir identificados com uma grande parte da oferta gastronômica que encontram aqui.

Através da cozinha aprendemos cultura, entendemos movimentos socioeconômicos ou descobrimos tradições. É passado e patrimônio; é presente e movimento. E assim, a gastronomia é também reflexo da interculturalidade e das influências. Uma reflexão que nos conduz a falar de variedade. Somos um dos países com maior oferta gastronômica internacional, abrangendo cozinhas de todos os lugares do mundo.

A gastronomia espanhola tem uma grande capacidade para integrar produtos e culturas e desde a RAG consideramo-lo um ponto crucial no ecossistema atual. Nosso país oferece aos viajantes a oportunidade de conhecer uma grande variedade de cozinhas, em um entorno onde, além disso, podem se sentir à vontade porque compartilhamos linguagem, hábitos e produtos.

Existe um último ponto que gostaria destacar. E não por reservá-lo para o final é menos importante. Ao contrário. Uma das grandes fortalezas de nossa gastronomia é que temos oferta em toda a cadeia de valor. Quem viaja à Espanha não só encontra restaurantes, senão que pode fazer uma imersão total em nossa cultura gastronômica. Experiências que permitem



conhecer o produto em seus lugares de origem e da mão de seus próprios produtores. E vivê-lo. Ver, por exemplo, como se elabora azeite em uma prensa de Jaén, passear pelos vinhedos que desenharam a paisagem da Rioja ou descobrir os aromas de uma pequena queijaria artesanal de Menorca.

Uma das grandes fortalezas de nossa gastronomia é que temos oferta em toda a cadeia de valor. Quem viaja à Espanha não só encontra restaurantes, senão que pode fazer uma imersão total em nossa cultura gastronômica.

A gastronomia é a área de maior interesse para qualquer um dos perfis de viajantes que visitam a Espanha, afirmávamos ao começar. É simples entender o motivo depois desta reflexão. Está sendo feito um grande trabalho, temos uma excelente despensa e talento reconhecido em todos os foros gastronômicos a nível internacional. Preparados para seguir somando desafios? Não tenho nenhuma dúvida.

Assinaturas convidadas

Pía Salazar

Chef do Restaurante Nuema, Quito.
Melhor Chef Pasteleiro do Mundo 2023

O mundo desde a cozinha

Penso naqueles que nos movemos dentro e fora do país para visitar e aprender de outras cozinhas como uma forma de fomentar os intercâmbios culturais, consolidar nossa identidade nacional e promover um crescimento econômico sustentável.

Fotografias: © Soledad Rosales



Como chef tenho o privilégio de receber em minha cozinha comensais de todas as partes do mundo que vêm ao Nuema para descobrir os sabores do Equador. Através destes anos vi, em primeira mão, como o turismo gastronômico gera um enriquecimento circular, ou seja, que beneficia aqueles nos visitam, assim como nossa comunidade.

Fomentando a cultura e nossa identidade

Em minha cozinha, cada prato conta uma história e os turistas, tanto internos, como os que nos visitam desde fora do Equador buscam isso: mais que só uma comida. O que eles desejam é uma imersão cultural. Através de nossos produtos ancestrais e técnicas tradicionais, podemos lhes oferecer um pedaço da nossa história e da nossa biodiversidade. Ver como os visitantes se maravilham perante a variedade de ingredientes autóctones e a riqueza das nossas preparações é um recordatório constante da importância de preservar e celebrar nossa herança culinária.

Cada região do Equador tem seu próprio repertório de sabores e técnicas. Desde os mariscos frescos da costa até os tubérculos com sabores intensos da serra, cada prato é uma expressão da diversidade cultural do nosso país. Os turistas que provam nossa comida não só desfrutam de uma experiência sensorial única, senão que também contribuem a manter vivas as nossas tradições. Este intercâmbio cultural fortalece o orgulho local e fomenta uma maior coesão social entre as nossas comunidades.

Benefício econômico a futuro

Creio que o turismo gastronômico traz consigo uma série de benefícios econômicos. Cada comensal que visita o Nuema está apoiando um ecossistema mais amplo que inclui pescadores, agricultores e artesãos locais. **Os ingressos gerados pelo turismo**

gastronômico não só beneficiam os restaurantes, senão que também têm um efeito multiplicador na economia local.

Além disso, a demanda de experiências culinárias autênticas cria novas oportunidades laborais na indústria da hospitalidade e setores relacionados. Os jovens que antes viam poucas oportunidades em suas comunidades agora encontram na gastronomia uma carreira prometedora. Esta criação de emprego é fundamental para o desenvolvimento sustentável das nossas regiões. Ainda assim, a melhora em infraestruturas turísticas impulsionada por esta demanda não só beneficia os turistas, senão também os residentes locais, melhorando sua qualidade de vida.

Através destes anos vi, em primeira mão, como o turismo gastronômico gera um enriquecimento circular, ou seja, que beneficia aqueles nos visitam, assim como nossa comunidade.

O Equador, principalmente Quito, recebe muitos turistas que querem conhecer nossas Ilhas Galápagos. Impulsionar o turismo culinário nos permite diversificar nossa base de turistas, atraindo amadores à gastronomia de todo o mundo. Esta diversificação é crucial para a resiliência econômica, já que reduz a dependência de um único tipo de turismo. Além disso, pode mitigar a estacionalidade do turismo, atraindo visitantes durante todo o ano e equilibrando a demanda.

Uma economia diversificada é mais resistente ante crises globais, como a pandemia de COVID-19. Vi como, inclusive em tempos de incerteza, o interesse pela nossa gastronomia continuou atraindo visitantes, proporcionando uma fonte estável de ingressos para as nossas comunidades.



O turismo e a sustentabilidade

Em nossa cozinha, nos esforçamos por utilizar ingredientes locais e de temporada. Este enfoque não só garante a frescura e qualidade dos pratos, senão que também apoia os produtores locais e reduz a pegada de carbono. Nós trabalhamos para promover um consumo responsável e sustentável, algo que é cada vez mais valorizado por nossos visitantes.

A promoção de produtos locais também impulsiona o conhecimento de uma agricultura sustentável e ecológica. É importante para nós que os agricultores se sintam incluídos na cadeia de produção, assegurando-lhes um mercado seguro e valorizado para seus produtos. O ideal seria que os turistas tivessem a

oportunidade de aprender sobre nossas práticas agrícolas e a importância da sustentabilidade, levando consigo uma maior consciência ambiental aos seus países de origem.

Desde o Nuema, vi como o turismo gastronômico pode ser uma força transformadora para nosso país. **Ao valorizar e promover nossa rica e biodiversa gastronomia, não só estamos gerando ingressos significativos, senão também fortalecendo nossa identidade cultural e promovendo um desenvolvimento sustentável.** É essencial que continuemos apoiando e desenvolvendo estratégias adequadas para maximizar estes benefícios, assegurando que o turismo gastronômico continue sendo uma fonte de orgulho e prosperidade para o Equador. 🌐



Assinaturas convidadas

Pablo Llano

Diretor Geral da ONG Cesal

Os ingredientes da gastronomia social

Um restaurante pode ser um lugar no qual fazer uma parada durante o dia, ter uma reunião de negócios, viver uma experiência culinária ou encontrar os amigos e familiares. O que a cozinha tem para ser motor de tantas coisas como tradição, fusão cultural, experimentação?...

Para a ONG Cesal a gastronomia é um entorno de oportunidades: para o encontro, para a busca de um futuro e para a inserção e a reinserção. Assim nos foi revelado o caminho que percorremos com milhares de pessoas que passaram por nossas cozinhas para aprender, crescer e retomar as rédeas de sua vida através do ofício.

Corria o ano de 2010 e muitas pessoas padeciam os efeitos da crise econômica na Espanha, especialmente as pertencentes a coletivos migrantes com as quais vínhamos trabalhando. A situação nos empurrou a buscar uma resposta à sua necessidade formativa para alcançar um emprego, pelo quê, entramos em diálogo com o tecido empresarial e pusemos em funcionamento a formação não regrada em hotelaria pelas grandes possibilidades de inserção que o setor oferece.

Diferentes empresas do setor HORECA nos trasladaram a necessidade de pessoal em postos menos qualificados frente à proliferação de perfis qualificados. Assim, começamos a realizar cursos de auxiliar de cozinha e de serviço em sala oferecendo as ferramentas básicas para saber enfrentar o ritmo profissional,

atender às necessidades dos ofícios e continuar o aprendizado já incorporados nos postos de trabalho.

Um dos princípios metodológicos da nossa organização é ‘fazer com – estar com’ e, com esta premissa, desenvolvemos o nosso método de aprendizado consistente em uma formação prática que batizamos como ‘aprender-fazendo’.

Esta favorece que as pessoas de coletivos em risco de exclusão encontrem um atrativo à formação e, por sua vez, potencia a vinculação pessoal que faz com que perseverem. Muitas vezes tratamos com coletivos que se viram excluídos dos sistemas formais por suas casuísticas e não encontraram uma oportunidade para se insertarem e, desta forma, conseguimos nos adaptar a eles para que possam encontrar seu ritmo e ser os protagonistas.

Se bem ao princípio éramos nós os que tínhamos de explicar ao setor quão importante era oferecer esta confiança a pessoas vulneráveis, agora são as empresas aquelas que reconhecem os resultados da nossa formação e procuram a Cesal para buscar futuros empregados. Este reconhecimento do setor é o fruto de mais de 10 anos aprendendo e dialogando com profissionais para

poder satisfazer as necessidades e, através de alianças com o tecido empresarial e o setor público, dar uma resposta.

Um exemplo paradigmático do nosso trabalho neste âmbito se encontra em Madri, onde **desde 2018 gerenciamos o Restaurante-Escola La Quinta Cocina localizada no Espaço Aberto Quinta de los Molinos. Através deste espaço da Prefeitura de Madri formamos anualmente dezenas de menores de 23 anos em ofícios de uma maneira prática pela qual, desde o primeiro dia, atendem um público real.** A equipe de formadores se compõe de pessoal da entidade, mas também de antigos alunos que ocuparam o papel de formadores, podendo acompanhar os outros pelo caminho que eles já percorreram.

La Quinta Cocina, além disso, engloba um programa de atividades formativas diversas como habilidades sociais, aulas magistrais, visitas de interesse e uma

atenção integral por parte da equipe às diversas necessidades do alunado. Compaginamos a formação com uma oferta culinária que, inclusive, foi reconhecida pelo 'Solete Repsol' e com a Menção Restaurante com Melhor Ação Social nos XX Prêmios Gastronômicos do Metropoli.

A experiência foi tão próspera e obtivemos tão bons resultados através da hotelaria que replicamos o modelo de restaurante-escola, primeiro em 2021 no madrilenho bairro de Aluche e, em segundo lugar, em 2022 a nível internacional em San Salvador. Este último foi fruto de uma aliança entre a nossa organização e as prefeituras de Madri e San Salvador em um projeto apaixonante que, hoje em dia, continua dando alternativa a centenas de pessoas na América Central.

Nossa organização está trabalhando em San Salvador desde 1998 e agora vemos como o trabalho entre ambas as realidades e equipes de cooperação

© ONG Cesal



internacional e ação social se encontram para dar soluções à juventude e à população vulnerável a ambos os lados do Atlântico. Um passo que nos fez crescer e reforçar o nosso modelo formativo.

Vivemos um momento no qual não é estranho ir a algum restaurante e encontrar antigos alunos que nos visitam com suas famílias para nos contar como prosperaram ou, inclusive, que nos solicitam trabalhadores para os restaurantes onde trabalham. Esta retroalimentação nos impulsiona a seguir adiante e a continuar apoiando-nos em um setor tão generoso como o gastronômico.

Por tudo isso, continuamos dando passos em busca de oportunidades de trabalho para as pessoas que acompanhamos, e o próximo grande projeto que temos em mãos é uma nova iniciativa em parceria com a Prefeitura de Madri. Remodelamos o Mercado de San Cristóbal para transformá-lo em um projeto pioneiro: o Mercado

Escola San Cristóbal. **O primeiro mercado-escola da Europa.**

Esta colaboração público-privada envolve os tradicionais comerciantes do mercado para formação em ofícios e para gerar um espaço inovador que reúne moradores, empresas e visitantes para desfrutar do ambiente, da proposta gastronômica e dos produtos. Ao mesmo tempo, ao frequentar e consumir nesse espaço, todos participam e contribuem para a formação de centenas de pessoas anualmente, dando continuidade a uma história de mais de uma década de gastronomia e integração. 🌐

A equipe de formadores se compõe de pessoal da entidade, mas também de antigos alunos que ocuparam o papel de formadores, podendo acompanhar os outros pelo caminho que eles já percorreram.

© ONG Cesal




Turismo gastronômico

José Francisco Herrera Antonaya

Diretor Geral de Relações Internacionais,
Coordenação Geral da Prefeitura, Prefeitura de Madri

A importância do setor gastronômico para a Prefeitura de Madri: um enfoque Integral.



Madri, capital da Espanha, é uma cidade vibrante e cosmopolita conhecida por sua riqueza cultural, histórica e, logicamente, gastronômica. O setor gastronômico madrilenho não só é um pilar fundamental de nossa identidade, senão também um motor essencial de nossa economia e um elemento essencial para a atração de turismo.

O restaurante Botín, com quase 300 anos de história, é considerado o mais antigo do mundo em operação contínua.

© Madrid Destino



O auge que Madri está experimentando como cidade atraente para as pessoas, as empresas, os grandes eventos e os investimentos de todo o mundo tem seu reflexo neste setor. O Prefeitura de Madri, consciente de sua importância, apoia-o desde uma perspectiva integral, desde as cadeias de distribuição e venda até o conjunto da hotelaria e da restauração madrilenas.

Mercamadrid é o maior mercado atacadista da Espanha e um dos mais importantes da Europa.

É uma sociedade público-privada, na qual a Prefeitura de Madri possui 51% das ações, sendo, portanto, o principal responsável de sua direção e controle estratégico. Com mais de 222 hectares de superfície, abastece, a cada dia, milhares de negócios de hotelaria, restauração e comércio varejista. Este grande centro logístico não só garante a frescura e qualidade dos produtos, senão que também é um importante gerador de emprego, com mais de 8.000 postos de trabalho diretos e dezenas de milhares indiretos. Além disso, facilita o funcionamento de mais de 800 empresas que operam em seu recinto, desde atacadistas até operadores logísticos e serviços complementares. Mercamadrid maneja, anualmente, mais de 2 milhões de toneladas de produtos, gerando um valor econômico significativo para a capital e sua região. Na atualidade está fazendo um grande esforço de inovação em âmbitos como a refrigeração, a logística, a manutenção, a segurança, a sustentabilidade meio ambiental e a gestão de resíduos para alcançar os máximos padrões de qualidade.

Entre a rede comercial cobra especial importância a **rede de mercados municipais**, 46 estabelecimentos propriedade da Prefeitura nos quais operam comerciantes privados em regime de concessão. Estes mercados são cruciais na vida de muitos bairros, ao garantir a proximidade e acessibilidade aos produtos frescos de qualidade, ao mesmo tempo que fomentam a economia local ao apoiar pequenos produtores e comerciantes. A Prefeitura de Madri impulsionou diversas iniciativas

para modernizar e revitalizar estes mercados, fazendo deles espaços mais atraentes e funcionais, e promovendo a sustentabilidade e a redução de resíduos. Neles, da mesma forma que no Mercamadrid, se percebe com clareza a diversidade cultural da cidade, ao ter incorporado múltiplos pequenos comércios especializados em produtos procedentes de outros países, principalmente latino-americanos e europeus. Um impacto não menor é que, ao fomentar a compra em proximidade se reduz, além disso, a pegada de carbono associada ao transporte de produtos, um compromisso importante do governo municipal.

Os mercados não só são lugares de compra, senão também de encontro social com atividades culturais, oficinas, degustação e eventos gastronômicos durante todo o ano.

Entre os 46 mercados municipais alguns se distinguem por sua singular oferta gastronômica que permite consumir, ao mesmo tempo que comprar, como no Mercado de San Miguel - conhecido por sua arquitetura histórica e sua oferta gourmet -; o Mercado de La Paz, no distrito de Salamanca; o Mercado de San Antón, em Chueca - combinando postos tradicionais e postos para comer petiscos modernos-; o Mercado de Maravilhas em Tetuán - com uma extensa variedade de produtos internacionais a preços competitivos - ou o Mercado de Antón Martín, em Lavapiés - conhecido por seu ambiente multicultural -, estes mercados não só são, portanto, lugares de compra, senão também de encontro social com atividades culturais, oficinas, degustação e eventos gastronômicos durante todo o ano.

A hotelaria em Madri é um setor dinâmico e diverso que inclui desde **bares de petiscos até restaurantes de alta cozinha**. Aqueles que visitam Madri reconhecem nesta atividade um dos maiores atrativos da cidade.

Este setor é fundamental para o turismo, atraindo milhões de visitantes a cada ano. Os bares e restaurantes de Madri são lugares de encontro e desfrute para madrilenos e visitantes, nos quais começar uma animada conversa enquanto se desfruta de vermute, chopp e petiscos. Este setor supõe, portanto, não só um grande ativo econômico, senão um intangível cultural de alto valor para a cidade. O apoio da Prefeitura foi vital para que muitos deles não se vissem obrigados a quebrar durante a pandemia.

Entre os restaurantes merecem um lugar destacado dois âmbitos especializados, os **restaurantes centenários e a alta gastronomia**.

Entre os restaurantes mais emblemáticos de Madri se encontram os **restaurantes centenários** como Botín, fundado em 1725 e considerado o restaurante mais antigo do mundo em funcionamento contínuo. Estes estabelecimentos históricos não só são testemunhas da evolução culinária da cidade, senão também guardiões de tradições gastronômicas que foram transmitidas de geração em geração. Manter estes restaurantes em funcionamento não só preserva um patrimônio cultural, senão que também reforça a identidade de Madri como uma cidade com uma rica herança culinária. Em lugares como Casa Lhardy, Café Gijón, a Casa del Abuelo, Casa Pedro ou Malacatín pode-se desfrutar da melhor cozinha tradicional espanhola, do leitão

assado aos ovos estrelados, o bucho ou a galinha em pepitória, passando pelo cozido madrilenho, marca da gastronomia local.


Finalmente, na última década Madri também se consolidou como um **destino de alta gastronomia**, com 28 restaurantes galardoados com 36 estrelas na Guia Michelin 2024. Chefs de renome como Dabiz Muñoz (melhor cozinheiro mundial segundo The World Best Chef), Paco Roncero ou Mario Sandoval, levaram a cozinha madrilenha a níveis de excelência mundial. Estes estabelecimentos não só atraem turistas gastronômicos de todo o mundo, senão que também contribuem à reputação de Madri como uma capital culinária inovadora e de vanguarda.

A alta gastronomia em Madri impulsiona a economia local através do turismo de luxo e a criação de empregos altamente especializados. Além disso, fomenta a colaboração com produtores locais, promovendo a sustentabilidade e a utilização de ingredientes de proximidade, e encontrou no setor hoteleiro de luxo um aliado essencial. O apoio da Prefeitura a estes restaurantes se manifesta na promoção de eventos gastronômicos, na eliminação de barreiras burocráticas para a abertura e funcionamento destes negócios, em programas como Madri Gastronômica ou eventos internacionais como **Gastrofestival e Madri Fusión**.

Este enfoque integral do setor gastronômico tem um impacto evidente na qualidade de vida, e abrange igualmente **âmbitos transversais** como a formação para o emprego especializado em hotelaria e gastronomia, a sustentabilidade, a recuperação e redistribuição de alimentos ou a promoção internacional. O impulso dado pela Prefeitura de Madri à nossa gastronomia, junto à qualidade do nosso transporte público e zonas verdes, a intensa vida cultural e o espírito afável e acolhedor dos madrilenos, são essenciais para compreender porquê, nos últimos anos, Madri se converteu em uma das cidades mais atraentes do mundo para visitar e para viver. 🌐

Mercado de San Miguel
© Madrid Destino, Álvaro López





Turismo gastronômico

Sandra Carvão

Diretora do Departamento de Inteligência de Mercado,
Políticas e Competitividade

Organização Mundial de Turismo – ONU Turismo

O turismo gastronômico

Uma oportunidade de desenvolvimento para os territórios

Impulsionado pelo crescente interesse na cultura culinária de diversas regiões e por um viajante para o qual o prazer da comida, assim como os rituais e imagens gastronômicas, são parte importante de seu estilo de vida, o turismo gastronômico se consolidou como um segmento capital dentro do turismo mundial.

Lagoa Zancudococha,
Parque Nacional Yasuni, Ecuador

Fotografias: © ONU Turismo

Este conceito abrange toda atividade turística centrada em experiências vinculadas à comida e produtos locais durante as viagens. Além das experiências culinárias autênticas, tradicionais e inovadoras, inclui visitas a produtores, festivais de comida e aulas de cozinha.

Falamos assim de experiências que vão mais além das simples experiências de restauração, abrangendo todos os setores da cadeia de valor alimentar e turística de um destino. Isto inclui produtores, empresas de processamento, o setor da hospitalidade e o comércio varejista, criando uma intersecção única entre gastronomia, território e turismo. Ao promover estas experiências, o turismo gastronômico abre imensas possibilidades para criar valor econômico, social e cultural. Oferece oportunidades para criar empregos e negócios, valorizar o produto e a cultura local, incluindo, em muitas ocasiões, a recuperação de saberes e sabores perdidos ou em risco de desaparecer.

O turismo gastronômico desempenha um papel crucial na preservação das tradições ancestrais e o patrimônio cultural, assegurando que estes recursos únicos se convertam em um legado duradouro que beneficie as futuras gerações.

O turismo gastronômico permite, além disso, diversificar a oferta turística, destacar os destinos e criar uma identidade de marca distintiva, dispersar a demanda no território e no tempo, e criar destinos. São, cada vez mais, os turistas que visitam um destino com a única motivação de desfrutar de um restaurante específico ou de assistir a um festival gastronômico. Assim, o turismo gastronômico fomenta que os viajantes se aventurem mais além dos destinos mais conhecidos, explorando novas regiões para descobrir os produtos alimentares em zonas rurais e sua origem.

Isto ajuda a mitigar a estacionalidade nos destinos turísticos e promove uma distribuição territorial mais equilibrada dos visitantes.

O turismo gastronômico também desempenha um papel crucial na preservação das tradições ancestrais e o patrimônio cultural, assegurando que estes recursos únicos se convertam em um legado duradouro que beneficie as futuras gerações.

Desde 2015, a ONU Turismo organiza anualmente o Foro Mundial de Turismo Gastronômico em colaboração com o Basque Culinary Center, criando um espaço onde nossos Estados Membros, membros afiliados e especialistas do setor se reúnem para discutir o turismo gastronômico e aportar soluções aos desafios do setor. Com o sucesso destes eventos e com o objetivo de progredir cada vez mais no setor, além do nosso Foro Global que neste ano se dará em Bahrein em novembro, ocorreu pela primeira vez, edições regionais do foro: o Primeiro Foro de Turismo Gastronômico para a Ásia e o Pacífico de 26 a 27 de junho de 2024 em Cebu, Filipinas. Ainda assim, o Primeiro Foro de Turismo Gastronômico para a África ocorreu de 26 a 28 de julho nas Cataratas Vitória, Zimbábue.

Desde a ONU Turismo, acreditamos no papel do turismo gastronômico como uma ferramenta para a consecução dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Entre as nossas principais missões se encontra a promoção da sustentabilidade e a economia circular mediante o fomento de práticas sustentáveis em toda a cadeia de valor alimentar e turística, promovendo a produção local e de temporada, e advogando por modelos de economia circular que minimizem o desperdício de alimentos e a pegada de carbono. Avançamos nesta causa mediante a introdução do Roteiro Global para a redução do desperdício de alimentos no turismo, um marco integral que promove práticas sustentáveis de gestão de alimentos.



O turismo gastronômico também oferece oportunidades significativas para a inclusão de mulheres, jovens e comunidades marginais na cadeia de valor turística. A participação em atividades relacionadas com a gastronomia pode proporcionar emprego, gerar ingressos e fomentar o empreendimento. A ONU Turismo colabora com Estados Membros, chefs, empresas turísticas, empreendedores e associações para elevar o turismo gastronômico como um recurso valioso para o desenvolvimento sustentável e inclusivo de destinos.

Além disso, o turismo gastronômico pode desempenhar um papel importante em abordar os desafios derivados da desconexão entre os consumidores e seus alimentos devido à industrialização. Deve ser uma ferramenta para promover estilos de vida

saudáveis e um consumo responsável, ao mesmo tempo que facilite a conservação do território, fomente a conservação da biodiversidade e melhore o bem-estar da comunidade, reconectando as pessoas com suas fontes de alimentos.

Abordar os desafios tecnológicos é outro elemento crucial para a busca de soluções inovadoras para responder aos desafios futuros do setor. Neste sentido, com as competições anuais de start-ups de

empresas de turismo gastronômico, a ONU Turismo premia, a cada ano, jovens empreendedores que trabalham ativamente em projetos inovadores dentro deste setor.

Tudo isto só é possível com modelos de governança transparentes e participativos, e com políticas e estratégias que fomentem a cooperação entre todos os atores da cadeia de valor para assegurar um futuro sustentável para o turismo gastronômico. Tudo isto só será possível com uma aliança e um plano estratégico nos destinos, já sejam locais ou nacionais, de turismo gastronômico que aproximem todos os atores. De suma importância neste marco é a colaboração pública entre administrações nas áreas de agricultura e turismo.

Através do nosso trabalho no turismo gastronômico, convidamos todos a que se unam a nós na promoção do desenvolvimento sustentável, na preservação do patrimônio cultural e no empoderamento de comunidades rurais e na preservação do meio ambiente. Com seu labor, a ONU Turismo não só busca melhorar a experiência turística, senão que também contribui significativamente aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, criando um impacto positivo duradouro em destinos e comunidades de todo o mundo. 🌐

Mais informação

<https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>

<https://www.unwto.org/sustainable-development/circular-economy>

Guia de Turismo Gastronômico
ONU Turismo / Basque Culinary Center
<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420957>

Alquézar, na província de Huesca (Aragão, Espanha) está credenciada como uma das aldeias mais bonitas do país.



Turismo gastronômico

Xanty Elías

Presidente da Fundação Prenauta

Educação Alimentar Infantil: A Base para um Futuro Saudável e Sustentável

É inevitável que os países invistam na alimentação de seus cidadãos, e a melhor forma é fazê-lo nas crianças, que são os cidadãos do futuro.

Na era da automatização e da globalização, a relação que mantemos com os alimentos e nossa cultura alimentar enfrenta desafios e mudanças significativas. Educar as gerações futuras na alimentação consciente é fundamental para assegurar não só a saúde física e mental, senão também para preservar o patrimônio cultural que caracteriza cada região. A alimentação consciente não só implica comer de maneira que seja saudável para o corpo, senão também fazê-lo de maneira que seja sustentável para o planeta e respeitosa para com as culturas alimentares. Isto promove uma conexão mais profunda entre o indivíduo e os alimentos que consome, fomentando a toma de decisões mais informadas sobre o que comemos.

Em um mundo onde as doenças relacionadas com a dieta como a obesidade, a diabetes tipo 2 e as doenças cardiovasculares estão em aumento, educar sobre os princípios da alimentação consciente poderia ser crucial para reverter estas tendências alarmantes. A sustentabilidade é outro componente crítico. Ensinar aos jovens como suas escolhas alimentícias afetam o meio ambiente pode capacitá-los para tomar decisões que promovam a conservação de recursos e a biodiversidade.

Isto é especialmente pertinente em um momento em que a mudança climática e a degradação ambiental ameaçam a segurança alimentar global. A educação em práticas sustentáveis de alimentação poderia ser decisiva para assegurar que futuras gerações possam enfrentar e mitigar estes desafios.

Em um mundo que tende à homogeneização cultural devido à globalização, é crucial manter vivas as tradições culinárias que definem cada comunidade. **A alimentação consciente ensina o valor da diversidade alimentar e a importância de preservar as receitas tradicionais e os métodos de cultivo que foram passados de geração em geração.** Esta educação não só enriquece o paladar, senão que também fortalece o sentido de identidade e pertencimento entre os jovens.

Enquanto avançamos para uma maior automatização, a conexão humana com a natureza e os processos tradicionais de produção de alimentos pode se debilitar. Integrar a educação em alimentação consciente nas escolas pode servir como um contrapeso vital, promovendo um entendimento de como a tecnologia pode coexistir com métodos sustentáveis e culturalmente



enriquecedores de produção e consumo de alimentos. **A tecnologia pode ser usada para melhorar a eficiência das práticas agrícolas sustentáveis ou para educar através de plataformas digitais que conectem os estudantes com suas tradições culinárias locais de maneiras inovadoras.**

Para alcançar estes objetivos, é imprescindível que os sistemas educativos incorporem currículos que incluam não só os aspectos nutricionais dos alimentos, senão também seu impacto ambiental e cultural. Isto poderia tomar a forma de programas escolares que incluam visitas a granjas locais, lições de cozinha tradicional e projetos que fomentem a inovação em sustentabilidade alimentar.

A educação em alimentação consciente oferece uma base sólida para o desenvolvimento de indivíduos informados, saudáveis e culturalmente conectados.

Em um mundo que muda rapidamente, é mais importante do que nunca equipar as futuras gerações com o conhecimento e as habilidades necessárias para navegar estas mudanças, respeitando e preservando os recursos naturais e o rico tecido cultural que nos define. À medida que o tempo avança, esta oportunidade se torna uma obrigação e o país que não der um passo adiante, irá três passos para trás e lamentando não ter começado antes.

As crianças comem o futuro

O projeto 'As crianças comem o futuro', deu um passo adiante desde que, no ano 2017, visibilizou e resolveu o grande problema da obesidade infantil, utilizando a gastronomia e a cultura da dieta mediterrânea como veículo. Em paralelo e nos países em vias de desenvolvimento, deu uma saída para gerar valor na sociedade de impacto muito alto no Produto Interior Bruto (PIB), criando uma sociedade mais equilibrada, saudável, sustentável e rentável para as vidas dos cidadãos. Esta ação mereceu o prêmio Basque Culinary World Prize, o popularmente conhecido como o "Nobel

© Fundação Prenauta



da gastronomia", que defende os valores sociais criados através da gastronomia, com um impacto mundial e escalável.

'As crianças comem o futuro' é implantado inicialmente na Andaluzia (Espanha). Desde o ano 2018 e até a atualidade, o projeto permitiu formar mais de 2.000 crianças em diferentes pontos do mapa, e com um resultado que aponta a uma redução de 25 % dos problemas de obesidade infantil e outros problemas de saúde.

Estes ótimos resultados representaram a inicialização de projetos piloto no Chile e na Colômbia, onde através da fundação Gastronomia Social, já é avaliado o impacto das ações em diferentes colégios de Santiago e Bogotá. Em paralelo, estamos também em conversações com o Panamá, a República Dominicana e o México para, assim, poder aplicar o modelo.

Agora é o momento de subir ao trem que erradique esta "pandemia" e forme as crianças para que, no dia de amanhã, sejam parte de uma sociedade mais avançada. 🌐

Em um mundo onde as doenças relacionadas com a dieta estão em aumento, educar sobre os princípios da alimentação consciente poderia ser crucial para reverter estas tendências alarmantes.



Turismo gastronômico

Alberto de Paz

Diretor do Binômico

Binômico, a grande cúpula da gastronomia ibero-americana

O encontro anual que põe em manifesto a importância da gastronomia como atrativo turístico e transmissor cultural da Região.

Fotografias: Enfoque comunicación



Os dados falam por si sós; o turismo gastronômico se encontra em pleno auge e é uma realidade que a gastronomia é dos principais fatores de decisão no momento de escolher um destino. Igualmente é mais que reconhecida a riqueza agroalimentar da Ibero-América e há alguns anos cozinheiros e cozinheiras da região são os máximos protagonistas das guias gastronômicas mais prestigiosas a nível mundial assim como de todos os rankings e listas que se prezam. Mas isto não é tudo, a gastronomia em geral e, na Ibero-América em particular, é muito mais. É um movimento que conseguiu despertar orgulho pátrio em todos os estratos da sociedade, é a melhor vitrine e fio transmissor da cultura de cada um de nossos territórios e além disso provocou um importante movimento de cooperação mediante o qual se trabalha para valorizar produtos autóctones fomentando sua manutenção e recuperação, em determinados casos, através do apoio a comunidades desfavorecidas, e tudo isso de uma maneira sustentável.

Fruto de tudo o que anteriormente foi dito, unido à firme convicção do grande potencial da Ibero-América como região, surge o Binômico para se converter em um ponto de encontro no mundo exclusivo para os setores gastronômicos, turísticos, culturais e sociais da Ibero-América.

Um espaço onde contar, compartilhar, formar-se e reivindicar todos os laços que nos unem, expressando-nos desde nossa própria identidade, enriquecendo-nos uns dos outros, cooperando e sendo mais Ibero-América se possível.

Pelos distintos cenários do Binômico foram mostrados desde os principais representantes institucionais aos melhores cozinheiros e cozinheiras da Ibero-América passando por profissionais e guardiães das cozinhas tradicionais, pequenos e grandes produtores, sommeliers, baristas, jornalistas... Todos com o mesmo intuito, transmitindo saberes, cultura, paixão e criando uma grande comunhão em torno aos nossos sabores.

Grandes Histórias

2021 não foi um ano fácil para o turismo, vínhamos de um ano aziago onde a pandemia tinha feito estragos, mas é de sobra conhecido por todos a capacidade de resiliência que caracteriza os Ibero-americanos e essa habilidade para tirar o melhor de nós nos piores momentos. Muyu é o restaurante que a Ítalo-Brasileira Luciana Bianchi tem nas Ilhas Galápagos (Equador) lugar do qual se apaixonou e decidiu que devia aportar todos seus conhecimentos para salvaguardar sua identidade e a sustentabilidade de seu entorno através da gastronomia. Por tudo isso criou o restaurante Muyu, um projeto piloto da Galápagos Foundation. A educação é o coração deste projeto gastronômico, que empodera jovens e mulheres a começarem uma carreira na restauração, tendo como base a ética, a sustentabilidade e a conservação.

Um espaço onde contar, compartilhar, formar-se e reivindicar todos os laços que nos unem, expressando-nos desde nossa própria identidade, enriquecendo-nos uns dos outros, cooperando e sendo mais Ibero-América se possível.

Igualmente imponente foi a passagem de Virgilio Martínez (Peru) do Restaurante Central (Lima) considerado o melhor do mundo em 2023. A apresentação do trabalho que realizam desde a Mater, iniciativa que tem como missão promover a mega diversidade sem fronteiras. Ser fonte de informação para o mundo sobre alimentação, educar, sensibilizar e ministrar conhecimento. Projetar experiências de comidas que transmitam valores como conectividade (com a natureza e entre pessoas), identidade cultural, respeito e cuidado do meio que nos rodeia e tudo isso em plena colaboração com as populações autóctones de cada espaço e desde o máximo respeito à natureza. Igualmente

podemos comprovar o poder da gastronomia através da sensibilidade nas mãos de Virgilio e sua equipe para transmitir a cultura, a paisagem, o espaço geográfico e inclusive a estação do ano, através de um prato.

Através da **Chef Tita** da República Dominicana, país convidado da I edição, e seu restaurante Morisoñando (Santo Domingo) conhecemos as origens da gastronomia dominicana através do trabalho desenvolvido em sua Fundação IMA onde utiliza a cozinha como arma de mudança social, buscando melhorar a vida de camponeses, comunidades, lares e pequenos produtores que vivem em condições de anonimato ou marginalidade na República Dominicana e a transformação em uma nova gastronomia dominicana que ela leva a distintas partes do mundo como embaixadora da mesma.

O turismo gastronômico se encontra em pleno auge e é uma realidade que a gastronomia é dos principais fatores de decisão no momento de escolher um destino.

Já entrados em 2022 a Argentina cobrou um grande protagonismo como país convidado da II edição. Em um entorno muito mais alegre e de menos incerteza nos propusemos continuar mostrando ao mundo tudo o que a Ibero-América tem a contar em matéria gastroturística e começamos com um prato forte, mostrando ao mundo as bondades da Argentina Invisível da mão de **Fernando Rivarola e Gabriela la Fuente** do Restaurante El Baqueano (Salta) de como se trasladam desde Buenos Aires a Salta para estar mais perto dos produtores e poder transmitir as bondades da biodiversidade das 18 ecorregiões do país. Menção especial foi o grande assado argentino que realizamos no centro da

cidade de Huelva, aberto ao público geral no entorno do nosso festival e que se converteu em uma grande festa gastronômica na qual participaram mais de 1.500 pessoas.

O grande **Andoni Luis Aduriz**, uma vez mais, voltou a nos surpreender e, talvez o mais importante a nos emocionar e nos fazer pensar ao apresentar seu projeto Topa Sulkaderia onde se dá a mescla perfeita entre a cozinha basca e a cozinha latina, mas indo mais além, nos apresentou o experimento “love pre test” desde onde nos demonstrou o quão perigosos são os preconceitos fomentando duas mensagens muito claras e concisas “A mescla nos alimenta” “alimentemos a mescla”. E daqui ao grande trabalho que os **irmãos Roca**, explicado na voz do mestre Joan, realizaram “semeando futuro” um trabalho de pesquisa e, principalmente, conscientização e proteção da biodiversidade e das sementes autóctones “Se perdemos sementes, perdemos memória, cultivos, cozinha, gastronomia. Perdemos nossa identidade”.

A última edição, até agora, teve como grande protagonista a Colômbia, o país da beleza, da biodiversidade e da riqueza multicultural deixando-nos estampas e momentos incríveis com a visualização do magnífico trabalho de integração e desenvolvimento social que através da gastronomia vem realizando a melhor cozinheira do mundo em 2023, **Leonor Espinosa**, e que conseguiu emocionar a sala com a visualização de uma exclusiva expressão artística contemporânea “Pozoneros, sem adjetivos”. Também desfrutamos do grande trabalho dos cozinheiros e cozinheiras tradicionais, o exemplo da grande **Mamaluz**, sem dúvida um ser de luz que irradia bondade e que desde um pequeno estabelecimento em um mercado de Bogotá foi capaz de desenvolver um plano de expansão gastronômica e reivindicar o papel da cozinha tradicional colombiana ou a mestra **Elsys Valencia** protetora e promotora dos sabores do pacífico, entre muitos outros.





Huelva a origem, Sevilha o presente e o futuro.

O Binômico nasceu e deu seus primeiros passos em Huelva, uma cidade e uma província acolhedoras e maravilhosas com uma grande riqueza gastronômica e uns vínculos que vão mais além do racional com a Ibero-América. Sem dúvida um berço com o qual houve uma perfeita simbiose e que sempre levaremos em nosso ADN. Agora é a vez de olhar para o futuro, crescer e continuar desenvolvendo este espaço para a participação, difusão e cooperação de toda a região e chegamos a Sevilla, capital da Andaluzia e uma das cidades na qual maior protagonismo e realce foi dado à união das

Em um entorno muito mais alegre e de menos incerteza nos propusemos continuar mostrando ao mundo tudo o que a Ibero-América tem a contar em matéria gastroturística.

duas margens do atlântico através do encontro entre mundos e cultura. Com todo o entusiasmo daquele que começa e a experiência do já vivido Binômico evolucionará através de uma importante metamorfose para continuar realçando o papel gastronômico, turístico, cultural e social da Ibero-América. 🌐

Turismo gastronômico

Luciana Binaghi Getar

Diretora Geral da UCCI

Da terra ao prato: o Turismo Gastronômico como eixo de transformação na Ibero-América

O turismo é um dos setores econômicos mais importantes a nível global. Instituições de referência na área, como a ONU Turismo, apontam que o PIB direto do turismo em 2023 contribuiu com 3% do PIB mundial.

Outras instituições, que também ponderam as transações e setores indiretos envolvidos no setor turístico, como o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), preveem **uma contribuição de 7,5% ao PIB mundial para o presente ano de 2024.**

O turismo é um setor intensivo em mão de obra, gerando empregos para todos os níveis de formação e idades. Além disso, essas oportunidades de trabalho se multiplicam ao longo da cadeia de valor em outros setores que crescem e se consolidam com o turismo, como o comércio, a agricultura, a construção civil, o artesanato, os serviços financeiros, as indústrias criativas e culturais, a restauração, entre outros.

O turismo promove o crescimento econômico, o empreendedorismo, o desenvolvimento de pequenas e médias empresas (PMEs) e novas oportunidades para grupos específicos, como jovens, imigrantes e mulheres, criando empregos e programas de formação específicos.

Da mesma forma, como comércio de serviços, **o turismo é um dos principais geradores de receitas de exportação a nível mundial**, impulsionando o desenvol-

vimento de infraestruturas, fomentando a inovação e a transformação digital, além de ser um grande dinamizador das economias locais, fortalecendo destinos emergentes.

Graças à sua **natureza intersetorial**, o turismo tem a capacidade de fortalecer parcerias público-privadas e envolver diversas partes interessadas (internacionais, nacionais, regionais e locais), gerando empregos e novas oportunidades de desenvolvimento.

Para a região ibero-americana, reconhecida mundialmente por sua biodiversidade e a riqueza de seu patrimônio cultural e imaterial, **o turismo é um dos setores produtivos que mais visibiliza a cultura, o artesanato, a natureza, as tradições e a idiossincrasia de um destino.** Todos esses atributos contribuem simultaneamente para a diversificação da oferta turística, para a dinamização da economia regional e para a promoção da desestacionalização do turismo.

Nos últimos anos, **o setor gastronômico tem ganhado força em sintonia com o setor turístico, com o qual compartilha vários atributos mencionados acima.** Na



região ibero-americana, é um valor em ascensão que complementa e fortalece o setor turístico, consolidando destinos tradicionais e abrindo novas rotas para destinos emergentes com iniciativas altamente competitivas que agregam valor ao território.

Para um número crescente de viajantes, a culinária local, a comida tradicional e as matérias-primas de um território **complementam a experiência turística**. Conhecer como e de que maneira um produto é cultivado e dar ao visitante a oportunidade de **explorar uma cidade com todos os seus sentidos**, incluindo o paladar, faz parte deste setor produtivo transversal.

O Turismo Gastronômico é a soma de tudo o que existe entre a terra e o prato; entre a agricultora que trabalha na fazenda e o aeroporto internacional que recebe os viajantes; entre o cultivador da chia, do abacate, da batata ou do chocolate e o turista estrangeiro; entre as técnicas de cultivo e os conhecimentos ancestrais próprios da Ibero-América e a inovação culinária que leva essa arte regional a se destacar, como por exemplo, no The World's 50 Best Restaurants 2024 e seus antecessores.

Embora não esteja especificado como tal nos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), **o Turismo Gastronômico faz jus à própria lógica de transversalidade e integralidade da Agenda 2030**. Trabalhar para fortalecer o turismo gastronômico como uma alavanca de diversidade cultural e coesão social significa buscar sinergia, alianças e pensamento coletivo. Trata-se de trabalhar não apenas para o viajante, mas também para o produtor, pela resiliência da infraestrutura, pela consolidação da identidade cultural de um território e pela sustentabilidade necessária de cada produto e experiência que desfrutamos. É trabalhar com autoridades turísticas, empreendedores, chefs, universidades, comunidades locais, hotéis, museus e com outros organismos internacionais. É trabalhar com a sociedade como um todo.



Em termos de **geração de políticas públicas inovadoras e integrais**, o turismo gastronômico tem um enorme potencial, especialmente em uma região tão rica em matérias-primas, saberes, sabores e diversidade populacional como a Ibero-América.

Por isso, neste ano, na União de Cidades Capitais Ibero-Americanas (UCCI), decidimos centrar a 38ª edição de nossa revista na valorização deste setor multifacetado que tem oferecido tantas oportunidades à região. Simultaneamente, promovemos também a realização do estudo **“Destinos Turísticos Gastronômicos Ibero-Americanos”**, para analisar o potencial do turismo e da gastronomia nas capitais ibero-americanas, além de destacar sua contribuição para o desenvolvimento sustentável, que todos podem acessar em nosso site.

Com estas duas iniciativas, desde a UCCI esperamos contribuir para a consolidação de um turismo gastronômico estreitamente unido à identidade de nossas Cidades, a sua biodiversidade, talento, tradições e, — por que não reconhecê-lo? —, o nosso peculiar desejo de viver e desfrutar a vida alegremente. 🌐

Turismo gastronômico

Lázaro I. Rodríguez Oliva

Diretor do *Transformatório*. Especialista em políticas públicas de gastronomia, cidades criativas e cultura para o desenvolvimento urbano.

Gastrocooperação entre cidades ibero-americanas

Cada vez mais o turismo é visto como um motor de desenvolvimento urbano sustentável. Também ficam menos dúvidas do papel da gastronomia como uma ferramenta insubstituível para a melhora da experiência de viagem, a transformação dos sistemas alimentares e a consecução da Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável. No entanto, potencializar o binômio gastronomia-turismo, de forma sustentável, implica grandes desafios que devem ser pensados desde a política pública para gerar maiores oportunidades e impactos.

Este artigo aborda o potencial do **Plano Ibero-americano de Gastronomia e Alimentação (PIGA 2030)**, impulsionado pela Secretaria-Geral Ibero-americana (SEGIB) como um marco idôneo onde as cidades podem melhorar suas iniciativas, ser laboratórios de inovação de políticas públicas a nível local. Consideremos que, com o PIGA, desde 2022, a Ibero-América se converteu na primeira região do mundo em contar com um consenso sobre como os subsistemas gastronômicos podem ajudar a alcançar o desenvolvimento sustentável, de forma inovadora, mas também concreta, mensurável.

O PIGA é uma rota para impactar nos cinco âmbitos chave da Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável: pessoas, planeta, prosperidade, paz e alianças. Desde um enfoque sistêmico

e integral aborda a proteção da biodiversidade cultural, a promoção de práticas agrícolas e produtivas sustentáveis, a valorização da cultura alimentar local e o fortalecimento da segurança alimentar. Como quase sempre acontece com instrumentos inovadores de política pública, sua construção desde 2018 e a respectiva implementação foi um desafio, tanto por seu enfoque inovador - a gastronomia como subsistema alimentar -, como por coordenar esforços entre os 22 países ibero-americanos, integrando políticas públicas, setor privado, e a sociedade civil. Este plano está sustentado em evidência e no interesse de explorar formas inovadoras para acelerar a consecução da Agenda 2030 na região, como reflete também um Relatório da SEGIB e o Basque Culinary Center sobre A contribuição da gastronomia a esse

fim. Em seu momento, até uma nova palavra apareceu para iluminar esta zona inexplorada: a **gastrocooperação**.

As cidades, especialmente as capitais, têm na gastronomia uma plataforma de marca e inovação, não sempre compreendida desde as políticas públicas municipais. Baste como exemplo o fato de que na lista dos 50 melhores restaurantes do mundo em 2023, de San Pellegrino, 13 estão em cidades UCCI. No caso dos 50 melhores restaurantes da América latina, segundo a Lista regional, 76% estão localizados em cidades que formam parte da UCCI, e algumas mostram um enorme desenvolvimento gastronômico como Lima e Buenos Aires com 8, São Paulo e Cidade do México com 5, Bogotá com 3, Cidade do Panamá com 2, e Santiago do Chile, San José, Rio de Janeiro, Quito, La Paz,



Guatemala com um. Se bem as listas não representam a riqueza gastronômica dos territórios, são um indicador de que temos, como região, potencial entre a vanguarda.

As cidades são um ator ideal da cooperação para acelerar a implementação do PIGA por seu papel nos ecossistemas gastronômicos. Baseando-me na minha experiência de posicionar a Cidade do Panamá, como a única cidade UCCI como cidade criativa da UNESCO na gastronomia e ter aportado tanto ao novo projeto estratégico do Ibercozinhas como ao projeto do PIGA, proponho pensar como as cidades podem contribuir ao PIGA e com isto, liberar o potencial do binômio turismo-gastronomia.

Centrando-nos nas pessoas, as cidades podem revisar e atualizar as ordenanças municipais para promover mercados locais e feiras de agricultores, facilitando o acesso a alimentos frescos e nutritivos, assim como o direito a uma alimentação adequada, também para os turistas. Podem desenvolver experiências de degustação baseadas em guias alimentares resultantes de pesquisas científicas que valorizem as gastronomias locais por seu conteúdo cultural e nutritivo. Poderiam melhorar a integração da gastronomia nos planos de agricultura urbana que podem formar parte das vivências do visitante. Especializar a capacitação e práticas profissionais em turismo gastronômico, em colaboração com restaurantes locais e escolas de gastronomia, a cozinheiros e cozinheiras e responsáveis das cadeias de valor especialmente dirigidos a jovens em situações vulneráveis da cidade pode ajudar

consideravelmente a melhorar a oferta turística de uma cidade e os investimentos.

A gastronomia aporta prosperidade inclusiva. Para promover a diversificação da produção, os empreendimentos e as fontes de ingresso dos setores gastronômicos vinculados com o turismo, as municipalidades devem implementar ações que busquem a equidade no acesso aos recursos, como oferecer subvenções e ajudas financeiras a pequenos empreendimentos gastronômicos locais. As plataformas de comercialização e promoção visibilizam mercados municipais, feiras locais itinerantes e as aplicações tecnológicas que melhorarão os ingressos e a colaboração entre restaurantes, fornecedores locais e produtores agrícolas e fortalecem a cadeia de provisão local. Outra iniciativa poderia ser a certificação de produtos locais, valorizando as denominações de origem e assegurando que os produtos cumpram com padrões de

qualidade reconhecidos, que um turista informado sempre busca.

As cidades são plataformas de alianças estratégicas e deveriam ser parte da implementação do PIGA, de uma forma mais estratégica e ambiciosa, por sua capacidade de mobilizar chefs, restauradores, produtores agrícolas, acadêmicos e promotores. **A gastronomia aporta e às vezes define a construção de uma marca de cidade própria, sempre que se saiba focar estrategicamente.** As municipalidades podem colaborar com o setor turístico local para desenvolver experiências e rotas gastronômicas que incluam visitas a restaurantes locais, mercados de alimentos, e festivais culinários. Estas rotas não só promovem a gastronomia local como um atrativo turístico, senão que também fomentam o entendimento cultural e a diplomacia através da comida, a gastrodiplomacia. As cidades podem implementar sistemas fiáveis de recolhimento de dados em tempo real sobre tendências

© Capricornia



de consumo, produção local, e efetividade de políticas gastronômicas vinculadas com o turismo. Estes dados podem ser compartilhados em plataformas intermunicipais para melhorar a tomada de decisões e fomentar políticas baseadas em evidência.

Nada como uma mesa servida em tom de paz como foto da coesão social. Criar espaços gastronômicos inclusivos e diversos desde as municipalidades, como corredores gastronômicos, feiras, campanhas e concursos, esfriam os conflitos sociais, promovem o respeito e expõem o valor positivo da diversidade cultural. Neste sentido, as municipalidades podem impulsionar iniciativas que integrem o turismo gastronômico

A gastronomia aporta e às vezes define a construção de uma marca de cidade própria, sempre que se saiba focar estrategicamente.

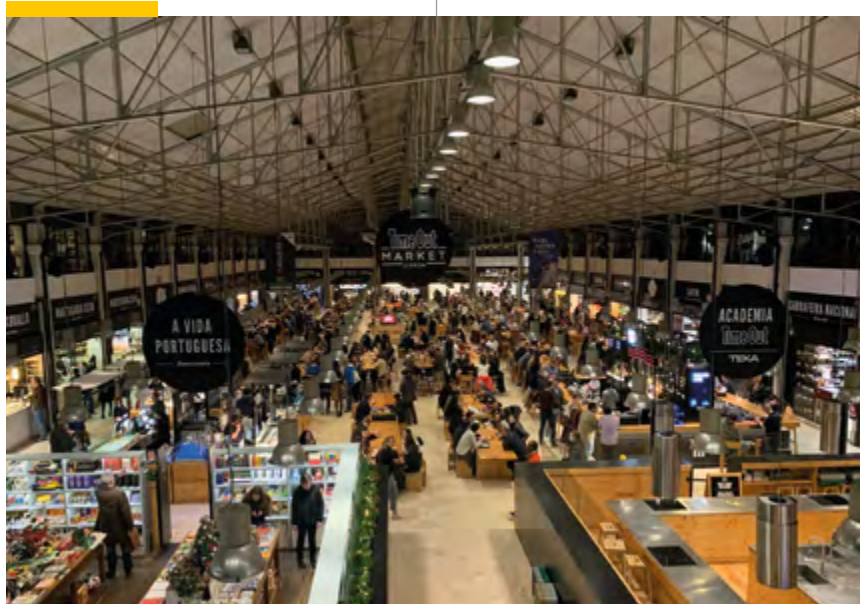
com projetos de desenvolvimento local, como essas rotas que incluem visitas a produtores agrícolas e oficinas de cozinhas vivas que empregam práticas culturais salvaguardadas pelos habitantes locais.

Para mitigar a mudança climática e o uso racional dos recursos do planeta, desde sua esquina própria, as cidades devem apostar pelo uso sustentável dos recursos naturais envolvidos nas cadeias de valor gastronômica. Incentivos a restaurantes e produtores locais que demonstram práticas sustentáveis e o uso eficiente de recursos naturais podem aportar, assim como a formação para produtores e empresários gastronômicos sobre técnicas sustentáveis e adaptação à mudança climática. Os municípios são campeões em organizar campanhas de conscientização especialmente quando ações comunicativas permitem difundir as histórias por trás dos produtos locais com marca de cidade. Há outro âmbito onde a gastronomia deve ser entendida como política pública

municipal: a redução da perda, o desperdício e a gestão de resíduos de alimentos.

A tudo o que foi dito, se somam outros elementos transversais no PIGA que formam parte das prioridades da UCCI e de muitas das cidades, como a digitalização. Os municípios são atores credíveis para criar associações com empresas de tecnologia para desenvolver aplicações e plataformas que melhorem a logística, o marketing e as vendas dos produtos gastronômicos locais. E os turistas agradecem-no. O financiamento deve melhorar, em especial o cofinanciamento que ajude pequenos empreendedores gastronômicos locais a iniciar ou expandir seus negócios, especialmente aquelas iniciativas da indústria gastronômica lideradas por mulheres, assegurando igualdade de oportunidades e acesso a recursos. São requeridos também, instrumentos específicos que integrem e apoiem comunidades vulneráveis, como indígenas, afrodescendentes e pessoas com deficiência, no setor gastronômico para garantir sua participação.

Poderia ser um momento ideal para um programa de cooperação de gastronomia das cidades, impulsionado desde a UCCI, junto à SEGIB para localizar o Plano Ibero-americano de Gastronomia e Alimentação e demonstrar que os governos municipais têm sabor a aportar à efetiva valorização de nossas cozinhas urbanas da região. 🌐



Mercado urbano, Lisboa

© Lázaro I. Rodríguez Oliva

Turismo gastronômico

Análise do setor nas cidades UCCI

Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Andorra la Vella

Comú d'Andorra la Vella

A cozinha andorrana de montanha, baseada na cultura pecuária, é extensa. Degustá-la nas *bordas*, as típicas construções andorranas de montanha de madeira e pedra adaptadas em restaurantes, se transforma em toda uma experiência.

Também pode ser degustada nos numerosos restaurantes da paróquia que também oferecem outros tipos de cozinha internacional, alguns com chefs com estrelas Michelin.

Sendo uma sociedade principalmente pecuária, um dos alimentos básicos era o leite e seus derivados, essencialmente o queijo, do qual havia muitas variedades, como o queijo de *tupí* (caldeirão), que ainda é elaborado. E ainda que a maioria de casas tinham galinhas e coelhos, o animal por excelência era o porco. Com o abate do porco, normalmente em dezembro, era elaborada uma grande variedade de enchidos (a *donja*, a *bringuera*, os *bulls*, a linguça e as *butifarras*) e também carne confitada ou salgada.

A caça teve sempre uma importância considerável. Os civets de javali, de reboeco e de lebre, guisados com vinho e chocolate, e os arrozes com esquilo são, sem dúvida, os pratos mais conhecidos. No que se refere à pesca, pode se saborear a truta de rio à andorrana, que é preparada com amêndoas.

Um dos pratos mais típicos do Principado, no entanto, é preparado com verduras e hortaliças. O *trinxat* é um prato elaborado com repolho, batatas e uns torresmos ou uma sardinha em salmoura, de aspecto parecido a uma pequena tortilha, que se consome normalmente no inverno. O produto estrela, o repolho, também se aprecia muito em outro prato típico, a *escudella*. Os bosques e os prados também oferecem uma grande variedade de cogumelos, que podem ser consumidos tanto sozinhos como de acompanhamento.

Poderíamos citar um montão de pratos a mais, simples, mas saborosos: as cocas, as saladas de chicórias, os caracóis, o bacalhau... Venha degustar a cozinha andorrana! 🍷



© Comú d'Andorra la Vella



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Asunción

Municipalidade de Asunción

O turismo gastronômico se converteu em um componente vital para a gestão urbana de muitas cidades, e Asunción não é a exceção. Este setor não só contribui significativamente ao crescimento econômico local, senão que também impulsiona a identidade cultural, a sustentabilidade ambiental e a coesão social. A continuação, exploraremos como Asunción está capitalizando o turismo gastronômico e suas repercussões.

A gastronomia é uma parte integral da cultura de Asunción, atraindo turistas nacionais e internacionais interessados em degustar pratos tradicionais como a chipa, a sopa paraguaia e o mbejú. Estes visitantes não só geram ingressos para os restaurantes e mercados locais, senão que também apoiam outros setores como o transporte, o alojamento e o comércio.

Segundo dados do Observatório de Turismo do Paraguai, o turismo gastronômico em Asunción cresceu

20% nos últimos cinco anos, recuperando-se desde julho 2023 pós-pandemia. Este incremento se traduz em uma derrama econômica significativa, com um impacto estimado de mais de 50 milhões de dólares anuais. Este dinheiro se distribui entre diversos atores econômicos, fortalecendo a economia local e gerando empregos diretos e indiretos.

Asunción implementou vários programas relacionados com a gastronomia que aportam um valor integral. Um dos mais destacados é o projeto *“Melodias e Sabores de Asunción”*, uma iniciativa da Municipalidade de Asunción por meio de sua Direção Geral de Cultura e Turismo, que fusiona a arte musical folclórica tradicional com a arte culinária oferecendo ambientes amenos ao som de nossas músicas populares que nos dão a autêntica identidade paraguaia.

No âmbito meio ambiental, a cidade, por meio da comuna capitalina e

empresas privadas, promoveram práticas sustentáveis entre os restaurantes, como o uso de produtos locais e orgânicos, a redução de desperdícios alimentares, a reciclagem e a ação mais inovadora, a inclusão do cardápio em braille para pessoas com deficiência visual em restaurantes. Estas iniciativas não só ajudam a preservar o meio ambiente, senão que também melhoram a qualidade dos produtos oferecidos aos turistas, realizando a experiência gastronômica.

O turismo gastronômico é uma peça crucial em matéria de estratégia de desenvolvimento de Asunción. Seu impacto positivo se reflete no crescimento econômico, na promoção da cultura local e na implementação de programas sociais e meio ambientais que beneficiam a comunidade em geral. A gestão eficaz deste setor é essencial para garantir sua sustentabilidade e maximizar seus benefícios, assegurando que Asunción continue sendo um destino atraente para os amantes da boa comida e da cultura.

Uma receita autóctone não só da cidade, senão do país é a CHIPA, que nos dá a identidade autêntica guarani. “A chipa é um símbolo, um ícone, um sinal, um pão que nos aglutina, nos define e nos alimenta, a base de milhares de ideias, de vidas e de sonhos” como o afirma o Sr. Pablo Cesar Amarilla de Brauner, no fantástico livro ilustrado *“Chipas de raízes profundas, páginas com sabor”* do Sr. Grillo Benitez, seu autor (@grillo_benitez no Instagram). 🌐

Municipalidade de Asunción



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Barcelona

Proximidade, sustentabilidade e excelência, a receita de Barcelona para a gastronomia de qualidade

Prefeitura de Barcelona

“A cozinha é a paisagem colocada na caçarola” nos dizia o grande escritor catalão Josep Pla. E é assim, Barcelona é definida pela Sagrada Família e por Gaudi tanto como pelo mercado da Boqueria ou a dieta mediterrânea. Mas o que é inclusive mais importante: nos define e orgulha que a cultura gastronômica seja algo popular, presente nos mais de 5.000 bares e 2.000 restaurantes da nossa cidade, e em nossas próprias casas. Como dizia outro grande escritor barcelonês, e excelente gourmet, Manolo Vázquez Montalbán, “comer ou não comer é uma questão de dinheiro, comer bem ou comer mal é uma questão de cultura”. E na cozinha de nossas casas começam a se formar os e as chefs mais inovadores/as do amanhã.

Cada cidade tem seus valores culinários particulares. No caso de Barcelona gostaria de destacar três: mercados e comércio de proximidade, alimentação saudável e sustentável, e excelência gastronômica.

Com 43 mercados municipais Barcelona pode se gabar de contar com a maior rede de mercados alimentares do continente europeu. E, logicamente, a isto deveríamos somar o comércio alimentar de bairro. Comércio e mercados evitam que as cidades pareçam todas iguais, por isso é essencial protegê-los e promovê-los, e assim o fizemos sempre. É o que faz com que Barcelona seja reconhecível, atraente e única. Em definitiva, dão-nos identidade e são a base da cultura gastronômica popular.

Em segundo lugar, quero destacar a aposta de Barcelona por uma alimentação saudável e sustentável. Porque se a alimentação é importante para a saúde e o bem-estar das pessoas, também o é para o futuro do planeta. A alimentação ecológica e de proximidade reduz emissões e fortalece a economia local, nossos agricultores e pecuaristas. Assim ajudamos o planeta e a nossa própria economia. Não é em vão que Barcelona foi, em 2021, a capital mundial da

alimentação sustentável e conta com uma Estratégia de Alimentação Saudável e Sustentável 2030 com ações para promovê-la que vão desde os cardápios escolares à mais alta cozinha. Não existe futuro para a gastronomia que não passe pela sustentabilidade.

E, finalmente, é um orgulho contar também com a gastronomia de máxima qualidade e excelência. Em 2023 Barcelona acolheu a gala estrelas Michelin 2024 e recebeu 37 estrelas em total repartidas em 26 restaurantes, a cidade que mais destas distinções ostenta de toda a Espanha, e a terceira da Europa.

Proximidade, sustentabilidade e excelência, a receita de Barcelona para a gastronomia de qualidade, porque não existe uma sem a outra. E com resultados indiscutíveis: seis de cada dez turistas que visitam Barcelona fazem-no pela oferta gastronômica e gastam, em média, cinco vezes a mais que os demais turistas, nossa cidade é considerada o segundo melhor destino gastronômico do mundo segundo a agência de viagens britânica Titan Travel, e cinco dos dez melhores chefs do mundo (Best Chefs Awards) são catalães e quatro têm restaurante em Barcelona. Em definitiva, a gastronomia é um atributo mais da marca Barcelona e um atrativo turístico de primeira ordem que nos faz sentir especialmente orgulhosos e orgulhosas. 🌐

© Prefeitura de Barcelona



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Bogotá

O famoso wafer de Mick Jagger e outras delícias bogotanas

José Alberto Mojica. Diretor Visit Bogotá, Instituto Distrital de Turismo. Prefeitura de Bogotá

Jannet Rodríguez, vendedora de *wafers* em um posto de rua no centro histórico de Bogotá, viu com assombro como um ilustre desconhecido se aproximava. Era o dia 8 de março do 2016. “Pensei que era um turista a mais. Ao final de tantas fotos e de toda as pessoas que o rodeavam, preparei o wafer de 1.500, o de amora e *arequipe*. Sei que ele gostou pela forma em que a mordeu”, explicou a mulher, que continuava se perguntando: -E esse senhor, quem é? - Era o cantor britânico Mick Jagger, vocalista da legendária banda *The Rollings Stones*, que dois dias depois ofereceria um concerto na cidade.

“Nas ruas, os visitantes internacionais podem encontrar comidas simples, mas bem preparadas. O que aconteceu com Mick Jagger disparou o consumo de wafers na cidade, tanto para os locais como para os turistas”, expressou Carlos Enrique Sánchez, docente de gastronomia na Universidade da Sabana e pesquisador em culturas gastronômicas. Sánchez recorda que o *wafer* chegou à Colômbia com os espanhóis, até se converter em uma das sobremesas preferidas dos locais e dos visitantes. É uma espécie de bolacha de farinha de trigo, delgadíssima e redonda, que preparam com *arequipe* —doce de leite—, e molhos de amora, chocolate. E representa uma das sobremesas mais emblemáticas da cidade.

Ajiaco Santaferense. © Ricardo Báez

A ‘Pesquisa viajantes em Bogotá 2023’, determinou que, no ano anterior, o número de turistas que chegou foi de 12’347.876: 1’385.979 internacionais e 10’961.897, nacionais. 10% a mais com respeito a 2022. E 45,8% de turistas visitou o destino atraído por sua variada oferta gastronômica.

Vale destacar que o ajiaco é o prato bogotano por excelência: uma sopa de origem indígena que se prepara com frango, creme de leite, alcaparras, espiga de milho e três tipos de batata: crioula, *pastusa* e *paramuna*.

“Temos restaurantes onde se oferece a mais deliciosa cozinha colombiana, de todas as regiões do país; restaurantes internacionais de alta categoria e mais de 40 praças de mercado”, assinalou Andrés Santamaria, diretor do Instituto Distrital de Turismo. E destacou o incremento da oferta de comida de rua (*street food*).

Desde o Escritório de Turismo de Bogotá sfoi fortalecida a sustentabilidade melhorando as capacidades laborais e o bem-estar dos produtores, empregados, as compras locais, a valorização e a ressignificação da comida própria. 🌱



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Buenos Aires

A gastronomia, um setor chave para o turismo portenho

Governo da Cidade de Buenos Aires

O turismo é uma indústria que depende do bom funcionamento de todas as maquinárias, desde a hotelaria até as atividades no destino. Se uma delas falha, repercute de maneira negativa nas demais. No entanto, se todas elas se desempenham corretamente, complementarão entre todas uma experiência de viagem satisfatória.

Nesse sentido, a gastronomia cumpre um papel fundamental. Nos últimos anos, almoçar ou jantar em uma viagem deixou de ser uma desculpa para descansar entre uma atividade e outra para se converter em uma experiência em si mesma, através da qual é possível conhecer a cultura e os costumes de uma sociedade.

Na cidade Buenos Aires, particularmente, a gastronomia se transformou em um setor de uma grande relevância para a economia

local, com mais de 13 mil locais comerciais distribuídos em todo o território. Entre os estabelecimentos que conformam a oferta culinária da capital argentina é possível encontrar as mais clássicas opções, como pizzarias e bodegones (tabernas); assim como também propostas inovadoras como cafés de especialidade e rooftops. E um dado não menor: 9 de cada 10 turistas planejam o quê e onde ir comer, sendo a carne assada e o vinho o cardápio mais buscado.

Desta maneira, a gastronomia na Cidade se converteu em um atrativo a mais para os visitantes, a tal ponto que, atualmente, conta com opções para todos os níveis socioeconômicos, ao mesmo tempo que permite degustar tanto as comidas típicas portenhas como pratos representativos de outros países. Inclusive, durante todo o ano, Buenos Aires põe à disposição de vizinhos e visitantes distintos eventos públicos e privados que prestam culto à cozinha nacional e internacional.

O setor gastronômico na capital nacional não só influi no conceito final que o turista terá de nosso destino, assim que empreender o regresso, senão também na economia da Cidade. Neste sentido, segundo dados proporcionados pelo Observatório de Dados Produtivos, existem, atualmente, mais de 80 mil empregados no setor gastronômico, o que representa 2,7% do Produto Bruto Geográfico da Capital Federal.

A Cidade Buenos Aires converteu a gastronomia em um dos setores

que mais tracionam a indústria turística portenha, mas também em uma vitrine para mostrar a cultura argentina no mundo.

Os bodegones, um clássico da gastronomia da Cidade

Quando pensamos na identidade da gastronomia portenha, não podemos deixar de lado a pegada deixada pelos espanhóis e italianos que chegaram à cidade a finais do século XIX. Junto com seus sonhos e expectativas de uma vida melhor, trouxeram seus costumes, seu idioma, seu trabalho e, logicamente, suas comidas. Muitos deles abriram armazéns nos quais, depois, começaram a servir alguns petiscos, aperitivos e pratos com receitas que traziam do seu país de origem, mas que, pouco a pouco, iam se combinando com a cozinha crioula.

Assim surgiram os primeiros bodegones, tão representativos da Cidade Buenos Aires, com pratos abundantes e caseiros, ideais para desfrutar de umas boas massas, cozidos, milanesas, petiscos e carnes à brasa, entre outras propostas típicas. O vinho tinto e o vermute são clássicos que não faltam para acompanhar a comida de bodegón, da mesma forma que o flan, o pudim de pão ou o vigilante para o momento da sobremesa.

Com suas decorações sobrecarregadas e, em geral, com um grande balcão e mesas de madeira, os bodegones nos convidam a viajar no tempo e desfrutar de uma experiência gastronômica típica da cidade. 🍷



© Parrilla Don Julio



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Cádiz

A cozinha de ida e volta de Cádiz tem sabor de mar

Prefeitura de Cádiz

Cádiz tem o sabor do mar que a rodeia por seus quatro lados. Desde a própria origem da cidade quando chegaram os fenícios através do mar, Cádiz esteve vinculada a ele. Sua história, seus costumes, seu caráter americano de ida e volta, sua economia e sua cultura têm um sotaque marítimo.

Neste contexto, a gastronomia de Cádiz está vinculada ao mar, não só pelos produtos que sempre utilizou, senão também porque se beneficiou da mestiçagem, ao ser o principal porto que recebia os produtos desde a América no século XVIII e XIX.

Um simples exemplo é o famoso gaspacho, um prato que procede da época romana, mas que se torna vermelho quando se incorpora o tomate que chega desde a América.

O peixe é a base dos pratos mais típicos da gastronomia gaditana, mas Cádiz também se vê beneficiada por um marco provincial com uma grande variedade de matérias primas. A cozinha se baseia na dieta mediterrânea, cuja base é o azeite de oliva e uma amplíssima variedade de receitas tradicionais que se uniu à inovação destes, mas sem perder a essência marinha.

Alguns dos produtos procedentes do mar que são muito apreciados no mundo são os relacionados com o atum de almadraba, dos que agora existe uma enorme variedade.

Essa matéria prima pode ser combinada com outros produtos autóctones da zona como a carne de vaca Retinto da Janda e a grande qualidade das verduras procedentes das hortas de Conil e Chiclana.

Se de autóctone podemos falar, muito perto de Cádiz são produzidos os vinhos de Xerez e o manzanilla de Sanlúcar, distintos a qualquer outro no mundo.

Dentro do turismo gastronômico, há um espaço que reúne muitos dos produtos aos que nos referimos e que representa uma atração para todos os visitantes que chegam à que é considerada como a cidade mais antiga do Ocidente: o Mercado Central. A exposição de peixes chama enormemente a atenção de todas as pessoas que vão a este equipamento municipal, que é um dos mais antigos da Espanha.

A Prefeitura de Cádiz organiza todos os anos, no mês de outubro, coincidindo com o outono, uma Rota Gastronômica com os principais petiscos e pratos que, em muitos casos, fazem um percurso pela cozinha gaditana.

E é que Cádiz tem sabor de mar através de suas tortilhas pequenas de camarões, do patê de cabracho, da cavala com macarrão fino, com o atum acebolado, com a cavala assada com sua salada pirinhaca, o atum acebolado e com os ouriços de mar. Tudo isso com outros pratos como os alcauciles (alcaçofras) com ervilhas, o cozido de grãos-de-bico com pringá, os caracóis e doces como o pão de Cádiz, que também é um manjar único. 🌊



Posto de marisco
no Mercado Central de Cádiz

© Prefeitura de Cádiz

Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Cidade de Guatemala

Municipalidade de Guatemala

O planejamento em ação da Cidade de Guatemala (2020-2050) se caracteriza pela identificação de territórios com vocações urbanas distintas que têm potencial de transformação, desenvolvimento e atração de investimento. Esta estratégia chamada Distritos de Oportunidade busca a desconcentração e descentralização da cidade, gerando núcleos dentro da própria cidade onde existe a oportunidade de viver, trabalhar, se recriar e conviver.

Um destes Distritos, é o Distrito Tívoli, que se encontra em uma das zonas financeiras mais importantes da cidade; se caracteriza por seu

constante movimento econômico e comercial. A concentração de população flutuante é alta, pelo quê, muitas pessoas buscam as diversas ofertas culinárias existentes.

Conhecendo a vocação do território e as demandas da população, a visão deste distrito se orienta a ser uma centralidade econômica e produtiva que incentiva a indústria corporativa, gastronômica e de convenções para atrair o turismo empresarial e novas ofertas de residência.

O Setor Gastronômico do Distrito Tívoli, é um ponto atraente conformado por restaurantes e jovens

empreendedores locais que procuram consolidar seus negócios e atrair maior quantidade de clientes; de tal maneira que se possa posicionar paulatinamente como um destino da gastronomia nacional e, inclusive, internacional e ao mesmo tempo se constitua como motor de crescimento da economia local.

Parte da estratégia para impulsionar este setor gastronômico são as Ativações Urbanas, eventos com a cidadania que buscam dar a conhecer o projeto e que a população experimente a transformação que se propõe, vivendo e sentindo a vocação do Distrito, mediante distintas atividades de participação.

O “Festival Gastronômico Tívoli” é a ativação urbana que se desenvolveu em sua 5ª edição para promover a oferta gastronômica local, gerou um trabalho colaborativo entre os distintos restaurantes e comércios do setor, impulsionando a reativação e o fortalecimento econômico; assim como a integração das atividades existentes às dinâmicas dos espaços renovados; é assim como mais de 3.700 vizinhos conhecem hoje o Distrito Tívoli, degustaram os deliciosos pratos, são potenciais clientes e difundiram a oferta gastronômica do lugar.

Esta iniciativa se soma ao esforço de melhora contínua que a Municipalidade de Guatemala realiza servindo 3.5 milhões de cidadãos diariamente e planejando para as seguintes três gerações. 🌐



Visão Distrito Gastronômico. Distrito Tívoli
© Municipalidade de Guatemala



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Cidade do México

Secretaria de Turismo do Governo da Cidade do México

O turismo representa uma alternativa de desenvolvimento econômico para as nações, em países como o México que contam com uma extraordinária riqueza natural e cultural, são expressas distintas manifestações tangíveis e intangíveis, produto de costumes e tradições milenares que foram transmitidas entre gerações. Dentro destas, encontramos a gastronomia, que por sua grande qualidade e originalidade dá um valor agregado muito especial à oferta turística nacional. A gastronomia forma parte de uma das principais motivações dos visitantes, tanto locais, nacionais como internacionais. A atividade

culinária, por si mesma, promove o deslocamento do turismo que busca experiências baseadas na cozinha. O turismo gastronômico representa para o México um atrativo de grande relevância, se em 2022 o turismo aportou com 8,5% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, a gastronomia contribuiu com 14,9% do PIB turístico de todo o país.

Na Cidade do México, o turismo é uma atividade relevante para o desenvolvimento econômico e social, na atualidade representa 9,1% de seu Produto Interno Bruto (PIB) local e participa com 18,7% do PIB turístico nacional. É um setor que tem importantes aportes à sua atividade econômica porque gera empregos, derrama econômica, investimento turístico, bem-estar para as comunidades. A atividade turística da Cidade do México se baseia, por um lado, em sua longa história, de cultura milenar, seus recursos naturais, e, por outro lado, em seu grande dinamismo, ao ser uma cidade cosmopolita, com modernas comunicações e infraestrutura. Isto a converte em um importante destino turístico que oferece aos visitantes nacionais e estrangeiros uma importante e variada oferta turística entre a que se encontra a gastronômica, que reflete o caráter e personalidade de uma cidade vanguardista e cosmopolita, onde se fusionam elementos locais, como a comida urbana ou de rua e a cozinha de autor, preparadas todas, com a maior qualidade onde convergem aromas, sabores e cores únicos para deleitar o paladar mais exigente.

Pelo anteriormente exposto, não surpreende que a gastronomia mexicana tenha sido incluída na lista do Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade da UNESCO em 2010, reconhecendo sua grande riqueza e importância. Foi uma via que contribuiu ao resgate da cultura e tradições ancestrais, sintetizando atividades agrícolas, rituais, técnicas e histórias nas quais quem a consome mergulha na ampla variedade gastronômica que a Cidade do México oferece.

A Cidade do México, como capital do país, desempenhou um papel fundamental na promoção da cozinha tradicional mexicana, ainda assim, impulsionou a gastronomia moderna, baseada em técnicas mais sustentáveis e de grande qualidade.

Recentemente, com o estabelecimento da Guia Michelin no México, o país se posiciona como uma referência mundial em matéria gastronômica. Em especial a Cidade do México por ter conseguido o reconhecimento a 62 restaurantes e a Chefs destacados com o prêmio Chef Mentor Award, dois restaurantes que receberam duas estrelas Michelin; cinco que receberam uma estrela Michelin; vinte reconhecidos na categoria Bib Gourmand e trinta e cinco recomendações na mencionada Guia.

Atualmente, a Cidade do México desempenha um papel destacado na promoção e impulsionamento da gastronomia, e do turismo gastronômico, que se especializa, enriquece e reconhece cada vez mais. 🌐

© Governo da Cidade do México



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Cidade do Panamá

Prefeitura da Cidade do Panamá

O turismo gastronômico, baseado na culinária e nas influências culturais de um país ou cidade, atrai a maioria dos turistas que, ao planejar suas viagens, pesquisam as diferentes ofertas gastronômicas de cada região para experimentar pratos típicos, permitindo-lhes conhecer a identidade de cada país.

A Cidade do Panamá conta com uma diversidade cultural gastronômica que inclui diferentes influências étnicas, como afro-antilhano, indígenas, espanhóis, judeus, italianos, entre outros. A promoção desses pratos típicos não só preserva a identidade cultural, mas também fortalece o orgulho local e atrai visitantes interessados em experimentar a autenticidade gastronômica.

Em 2017, a UNESCO concedeu à Cidade do Panamá o título de Cidade Criativa em Gastronomia, sendo a única na América Central com esta distinção, buscando fomentar a inovação e a criatividade para um desenvolvimento mais sustentável e inclusivo dos setores envolvidos na gastronomia.

Da mesma forma, a gestão da Cidade do Panamá deve considerar o impacto econômico positivo do turismo gastronômico. Restaurantes, corredores gastronômicos, negócios locais especializados em comida tradicional, fusões inovadoras e criativas que se tornam pontos de interesse para os turistas, gerando emprego e oportunidades de negócio para os residentes e locais do distrito capital. Isso não

só diversifica a oferta turística, mas também contribui para o desenvolvimento econômico sustentável e para o crescimento do setor de serviços.

O turismo gastronômico desempenha um papel crucial na promoção de práticas sustentáveis e responsáveis na indústria alimentícia, permitindo a interação com os produtores locais e fortalecendo a cadeia de suprimentos, que permitem o uso de ingredientes locais e técnicas culinárias tradicionais que ajudam a preservar recursos naturais e o meio ambiente.

O turismo gastronômico se torna uma ferramenta de marketing internacional para a promoção de eventos culinários, festivais e

corredores gastronômicos que podem atrair visitantes de todo o mundo, posicionando a Cidade do Panamá como um destino gastronômico de primeira classe na região.

Em resumo, o turismo gastronômico na Cidade do Panamá não só enriquece culturalmente a comunidade local e atrai visitantes, como também impulsiona a economia e promove práticas sustentáveis na indústria alimentícia.

Gerenciar esse tipo de turismo de maneira estratégica requer colaboração entre o setor público e privado, bem como um compromisso com a preservação cultural e o desenvolvimento econômico a longo prazo. 🌐

Pescao con patacones
© Prefeitura da Cidade do Panamá



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

La Habana

Néstor Ibrahim Agüero Carvajal.

Especialista em Relações Internacionais e Coordenador UCCI, Governo Provincial do Poder Popular La Habana

A gastronomia é uma forma universal da atividade e expressão humana, tal como não é possível a existência de uma sociedade sem linguagem, também não existe nenhuma que não cozinhe de um ou outro modo determinados alimentos, convertendo-se em uma espécie de linguagem que identifica uma ou várias culturas que, com o passar dos anos e as diversas migrações, foram se misturando e se assimilando umas a outras.

Cuba é um exemplo de assimilação e transformação de culturas que deram como resultado a cultura cubana, incluindo a culinária, com uma forma de cozinhar especial. Esta tipicidade é atribuída à confluência de dois fatores, o espanhol e o africano, ainda que em épocas posteriores tenham se somado elementos da comida asiática, incorporando-se, além disso, o aporte norte-americano, yucateco, haitiano, jamaicano e caribenho em geral; e inclusive com reminiscência árabe e judia. Um verdadeiro ajiaco!... que, com o filtro dos séculos desembocou em um produto novo e autóctone: o cubano, que continua se enriquecendo diariamente com novos aportes estrangeiros e nacionais.

Em 1990 Cuba realizou sua abertura ao turismo internacional, mas antes já tinha criado a Escola de Hotelaria e Turismo, com a missão de formar, desenvolver, elevar a cultura geral integral dos recursos que prestam serviços em suas instalações, destacando-se entre elas a

gastronomia, especialidade na que alguns Chef cubanos, obtiveram prêmios e reconhecimentos em eventos internacionais.

O Turismo Gastronômico implica para a gestão da Havana, uma proposta importante para a diversificação de seus produtos turísticos e patrimoniais, no qual se entrelaçam a variedade de ofertas e serviços prestados pelos públicos diversos, em hotéis e restaurantes particulares; sendo estes um atrativo turístico local que, em seu conjunto, mostram a capacidade de gerar empregos para a população residente e seus ganhos são

revertidos no desenvolvimento da comunidade além de reanimar o espaço urbano.

A cidade ostenta valores históricos - culturais e numerosos lugares que constituem uma motivação para o turismo, sendo a música ao vivo e a idiosincrasia de seus habitantes, elementos que constituem recursos valiosos e aproveitáveis para o desenvolvimento da atividade turística que se misturam com sua história gastronômica única; plena de aromas, sabores e cores que são de grande agrado aos clientes que recebem, que buscam degustar nossa rica cultura. ❖



© Governo Provincial de La Habana

Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

La Paz

Turismo Gastronômico em La Paz, uma Viagem às Origens da Cultura

Secretaria Municipal de Culturas e Turismo do Governo Autônomo Municipal de La Paz

Visitar La Paz e degustar sua gastronomia local é uma experiência única e autêntica que significa desfrutar de ingredientes locais, provar fusões de sabores intensos e se deleitar com pratos deliciosos e coloridos que mostram a diversidade de produtos tradicionais da Bolívia.

Nos últimos anos, o setor gastronômico no município de La Paz cresceu até alcançar a cifra de 2.824 empreendimentos que conjuntamente ao subsetor alojamento representam 9,5% do total da população ocupada por atividade econômica.

Da mesma maneira, a qualidade do setor se desenvolveu ao grau de posicionar a cidade como a capital gourmet onde estão os melhores restaurantes e chefs do país, isto permitiu que a afamada lista dos Latin America's 50 Best Restaurants tenha destacado no ano de 2023, Gustu (23), Ancestral (62) e Phayawi (84) como referências da gastronomia a nível internacional.

Tudo isto permitiu que a gastronomia vá adquirindo renome até chamar a atenção das grandes cadeias de comunicação internacionais como Netflix, National Geographic ou CNN que dedicaram documentários e programas completos a difundir a riqueza da gastronomia boliviana, mas em especial a gastronomia pacenha.

Segundo a pesquisa da demanda turística desenvolvida a 2023 pelo Governo Autônomo Municipal de

La Paz, aproximadamente 30% do gasto dos turistas está destinado à alimentação, isto, sem dúvida, constitui uma enorme oportunidade para desenvolver o potencial gastronômico e turístico da cidade de La Paz.

Nesse sentido, o setor privado colocou especial atenção no desenvolvimento da gastronomia através de projetos integrais como Manq'a e Sabor Clandestino, entre outros, que encontraram e converteram a gastronomia em catalizador do empoderamento das comunidades rurais e jovens que nela encontram a possibilidade de melhorar sua qualidade de vida.

Como governo municipal, o impulsionamento a este setor estratégico da economia pacenha se materializou no estabelecimento de normativa de declaratória da gastronomia tradicional como Patrimônio Cultural Intangível, a organização de festivais gastronômicos e o desenvolvimento de rotas de turismo gastronômico.

Com este potencial, La Paz se perfila como o próximo destino gastronômico da América Latina que convida os visitantes a descobrir a riqueza da comida boliviana. 🌍



Cabello de ángel

© Governo Autônomo Municipal de La Paz



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Lima

Municipalidade Metropolitana de Lima

A cozinha peruana é considerada como uma das mais privilegiadas do mundo, já que, através da história herdou sua identidade, mestiçagem, criatividade, sabor e fusão de diferentes culturas como a nativa cultura andina, costeira e selvática, somada aos aportes das cozinhas espanhola, africana, chinesa, japonesa e italiana.

O turismo gastronômico é uma interessante aposta e um grande desafio para consolidar a oferta turística da cidade de Lima. Nesse sentido, busca-se incrementar o fluxo de visitantes (nacionais e internacionais) que têm dentro de suas motivações de viagem a gastronomia, para isso, é priorizada a promoção de experiências e produtos turísticos baseados em nossa variedade culinária.

A difusão e promoção dos atrativos turísticos devem estar complementados por uma excelente qualidade no atendimento e nos serviços turísticos oferecidos, tanto para o turista local como o turista receptivo; promovendo o consumo em espaços públicos mediante eventos que gerem confiança e segurança nos comensais, complementados com uma excelente experiência gastronômica como estratégia chave para posicionar o destino Lima.

Ainda assim, a gastronomia deixou de ser um complemento de viagem para se converter em um aspecto prioritário para muitos destinos turísticos.

Cabe mencionar que a gestão da imagem do Peru como um destino de turismo gastronômico de

primeiro nível foi positiva através dos anos e permitiu obter reconhecimentos de transcendência internacional como «Melhor Destino Gastronômico» nos World Travel Awards e na recente nomeação de Lima como Capital Ibero-americana da Cultura Gastronômica 2024-2025 pela Academia Peruana de Gastronomia na Feira Internacional de Turismo (FITUR) na Espanha.

Ainda assim, busca-se impulsionar a experiência turística considerando a megadiversidade; assim como na cadeia de valor de insumos nativos e cozinhas regionais através da promoção de unidades empresariais vinculadas ao grêmio gastronômico (restaurantes tradicionais - emblemáticos, cevicherias, adegas de Pisco, fazendas cafeteiras, fazendas cacaeiras, fábricas de chocolate, entre outros) e, desta maneira, contribuir com a conservação e uso sustentável do patrimônio alimentar. 🌐



© Municipalidade Metropolitana de Lima

Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Managua

Prefeitura de Managua

A cidade de Managua, capital da Nicarágua, tem uma população de 1.6 milhões de habitantes e é visitada, diariamente, por pessoas do interior do país por razões diversas, destacando o comércio, serviços; além disso, o turismo sócio cultural e recreativo emerge com bom dinamismo, o qual integra o turismo gastronômico, que é essencial para a cidade por seu aporte à economia local. As famílias da capital e os visitantes de seu entorno metropolitano, apreciam e desfrutam das alternativas de ócio e da variada oferta de comidas tradicionais que são oferecidas nos diversos estabelecimentos populares, comerciais e de interesse

turístico existentes; pelo quê, existe um aporte real ao desenvolvimento e crescimento socioeconômico e, fundamentalmente, à preservação da identidade cultural e à sustentabilidade meio ambiental.

Desde uma perspectiva econômica, o turismo gastronômico representa uma porção significativa dos ingressos turísticos totais em todo o país, contribuindo aproximadamente a 23,3% segundo dados do Banco Central da Nicarágua. Estes ingressos não só beneficiam os restaurantes e fornecedores de alimentos, senão que também impulsionam a criação de emprego e o investimento em infraestrutura turística.

Em termos culturais, a gastronomia em Managua atua como um vínculo vital com a identidade local, refletindo a diversidade cultural e a rica história da cidade através de pratos tradicionais transmitidos de geração em geração que, além disso, promove a inclusão social e o intercâmbio cultural, o fortalecimento dos laços comunitários e geram um sentido de pertencimento na população.

Entre os programas sociais relacionados com a gastronomia, destacam o impulsionamento nacional e local dos festivais gastronômicos, promovendo a gastronomia e os sabores das diferentes épocas do ano (sabores de inverno, comidas de quaresma, sabores de dezembro, promovendo as receitas e os costumes da época de Natal), além de ser efetuado em Managua um Festival

internacional das artes, a cultura e a gastronomia dos povos, impulsionado pelo Instituto nicaraguense de turismo (INTUR) em coordenação com a Chancelaria da República e as Embaixadas de diferentes países com presença diplomática na Nicarágua, os quais expõem e compartilham a cultura e a gastronomia da América Latina e de todo o mundo e que tem uma alta aceitação com a conseqüente presença social da população nacional. Além disso, no país são elaborados mapas gastronômicos que integram as receitas da gastronomia das cidades, entre estas destaca Managua com sua ampla e requintada gastronomia. Estas receitas são impulsionadas mediante oficinas comunitárias e são realizados concursos locais com a participação dos mercados populares e dos empreendedores gastronômicos de toda a cidade, destaca o concurso "A Fritanga mais gostosa, limpa e bonita impulsionada anualmente pela municipalidade de Managua".

O turismo gastronômico em Managua está estreitamente vinculado com a promoção de práticas sustentáveis na gestão de recursos naturais. A preferência por produtos locais e orgânicos não só apoia os agricultores locais, senão que também contribui à conservação do meio ambiente ao reduzir a pegada de carbono associada com o transporte de alimentos. As iniciativas para adotar técnicas de cozinha sustentável e gerenciar eficientemente os resíduos são fundamentais para minimizar o impacto ambiental da indústria gastronômica na cidade. 🌐

Catedral metropolitana de Santiago Apóstol (Managua)

© Kohi - Kevin J. Valerio



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Montevideu

Um festim gastronômico de três séculos

Prefeitura de Montevideu

O turismo gastronômico desempenha um papel crucial na gestão das cidades quando transcende a experiência culinária para oferecer uma janela à identidade cultural e econômica dos destinos turísticos. Nesse sentido, Montevideu reconhece a importância deste setor, não só por seu potencial para impulsionar o crescimento econômico local, senão também por sua capacidade para fomentar o desenvolvimento social e meio ambiental, a preservação cultural e o vínculo com as comunidades locais e produtoras.

A combinação entre excelência em qualidade da matéria prima, a tradição e a influência das migrações puseram à disposição de turistas e residentes uma gama de pratos singulares que convertem a gastronomia de Montevideu em um motivo de visita. Se bem isso impulsiona a demanda de serviços de alojamento, transporte e entretenimento a partir do gasto direto e indireto, seu impacto supera os benefícios econômicos tangíveis, uma vez que as cidades conseguem aproveitar seu potencial para gerar valor social nos territórios.

Nesse sentido, a Intendência de Montevideu desenvolve programas de cozinhas comunitárias no marco dos Centros de Desenvolvimento Local, assim como o programa Cozinha Uruguai da Secretaria de Educação para a Cidadania, o primeiro programa de educação alimentar de acesso livre e gratuito para a cidadania. Funciona

desde 2007 percorrendo os diferentes bairros de Montevideu e a área metropolitana. Trabalha-se a alimentação como direito humano, promovendo hábitos saudáveis, apelando à construção de cidadania e à participação, através de ações educativas permanentes quanto à preparação e consumo de alimentos desde o valor intercultural, a utilização de recursos naturais e de estação. Para promover sua difusão e amplificar seu impacto, o programa conta com livros com receitas saudáveis, simples, que utilizam alimentos de temporada e de fácil acesso, os quais são entregues nos cursos que são realizados.

A adoção desse tipo de práticas que fomentam o consumo consciente, a agricultura urbana, a participação cidadã nos processos, a proximidade entre quem produz e quem consome, a utilização de produtos locais e orgânicos, e a redução do desperdício alimentar, contribuíram para a consolidação da resiliência da cidade frente aos desafios climáticos, de sustentabilidade e de desigualdade, onde também o turismo tem um papel crucial, como motor de desenvolvimento territorial, desde que se conceba como direito humano e seja reconhecido o seu papel integrador entre culturas e nações. 🌐

© Prefeitura de Montevideu



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Quito

Distrito Metropolitano de Quito

A superfície do Distrito Metropolitano de Quito é de 4.218 km² dos quais as paróquias urbanas ocupam tão só 8.8%, possui uma ampla variação de altitude entre 500 e 4.780 metros sobre o nível do mar e 17 tipos de ecossistemas, como resultado se conta com zonas que produzem grande diversidade de alimentos, que permitem ter um abastecimento variado para os estabelecimentos de Alimentos e Bebidas, e que se ancoram na ruralidade a lugares onde se encontram atrativos turísticos tanto naturais como culturais.

A demanda pelo turismo gastronômico foi incrementado nos últimos anos, forjando a revalorização da identidade local no resgate de seu patrimônio culinário, na valorização de saberes ancestrais gastronômicos, assim como na dinamização econômica do destino melhorando a qualidade de vida de sus habitantes e sobre todo nos produtores que são a parte essencial na cadeia de valor.

Com a participação de vários atores da indústria de alimentos e bebidas, foi gerada uma estratégia gastronômica considerando critérios de responsabilidade, solidariedade e sustentabilidade está é uma ferramenta de planificação que guia o posicionamento do DMQ como um destino gastronômico a nível nacional e internacional, além disso se fortalece a oferta de turismo gastronômico mediante o fomento da associatividade e inovação, a identificação da identidade gastronômica, o desenvolvimento

e promoção de produtos de qualidade e valor agregado e gerar um impacto social nos bairros e comunidades que são parte da cidade, convertendo-se a gastronomia em uma ferramenta de transformação social consolidando nossa identidade por meio do alimento.

Duas das arestas da estratégia gastronômica, são reconhecer os pratos emblemáticos e representativos que identificam à cidade de Quito como:

- Entradas: mote com chicharrón e empanadas de morocho
- Sopas: yaguarlocro, locro de papa.
- Pratos fortes: hornado com tortillas, fritada e seco de chivo.

- Bebidas: canelazo, e colada morada
- Sobremesas: pristiños, sorvete de paila e doce de figos.

E para atrair o turista são organizadas atividades gastronômicas como: festivais, feiras, foros, rotas turísticas, visitas a mercados locais, show cooking entre outros.

Desta forma Quito fortalece sua oferta gastronômica com uma estratégia pensada a longo prazo onde os saberes e sabores ancestrais e as propostas inovadoras buscam conquistar os paladares de turistas locais, nacionais e estrangeiros, posicionando a Quito como um destino pleno e de alto impacto. 🌐



© Distrito Metropolitano de Quito



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

San José

Um cardápio gastronômico com sabor social e ambiental

Diego Miranda Méndez. Prefeito de San José

O turismo e, em especial, aquele vinculado com a oferta gastronômica que San José, em sua qualidade de capital da Costa Rica, oferece ao mundo, tem um especial valor agregado, especialmente no relativo ao reposicionamento da cidade, não só como lugar de hospedagem, para os que desejam conhecer as maravilhas paisagísticas, ecológicas e culturais do país, senão como um destino de interesse artístico, de educação, saúde, negócios, investimento e entretenimento.

Desde este ponto de vista, emoldurado em uma visão de desenvolvimento sustentável que gere uma melhor qualidade de vida para a cidadania e que, por sua vez, crie oportunidades de mobilidade social e de progresso econômico para as pessoas, a nova administração do governo local josefino, que me honro em dirigir como o novo Prefeito de San José, considera que o turismo deve ser um elemento essencial para gerar riqueza.

Desde uma perspectiva de mudança, as novas autoridades municipais reconhecemos o valor do turismo gastronômico, como um elemento crucial para o desenvolvimento econômico e social da cidade e, por este motivo, a médio prazo, esperamos pôr em funcionamento uma série de iniciativas que apoiem este setor.

Para isto, esperamos fortalecer e dar maior conteúdo social a projetos, para os quais temos o apoio do setor privado e do governo nacional, por meio do Instituto Costarricense

de Turismo (ICT), como a Rota Gastronômica de San José, que oferece percursos por diferentes bairros e mercados da cidade, onde os visitantes podem degustar a comida típica e conhecer a cultura local.

Por sua vez, com o propósito de promover os micro, pequenos e médios empreendimentos, a Municipalidade de San José planejou organizar festivais gastronômicos, como o Festival Sabores de San José, que reúne chefs locais e internacionais para oferecer uma experiência culinária única.

Também, nossa intenção é a de apoiar os pequenos negócios de comida, por meio de programas de capacitação e financiamento, em coordenação com sócios externos, dos âmbitos da educação vocacional e da banca pública.

Em conformidade com dados do ICT, o turismo, nos últimos anos, teve um impacto significativo na economia de San José. Estima-se que este setor gera mais de \$100 milhões em ingressos anuais e cria milhares de empregos, muitos deles vinculados com a gastronomia e a restauração.


Além disso, o turismo gastronômico contribuiu à revitalização do centro histórico da cidade, onde se encontram muitos dos restaurantes mais populares, da mesma forma que em comunidades de grande valor histórico e cultural, como os bairros Escalante, Amón, Otoya e Aranjuez.

Nosso interesse, como já mencionei, é sublinhar a vocação social deste

importante setor da economia local. Para isso, nossa prioridade será criar e fortalecer programas sociais relacionados com a gastronomia, de modo que as pessoas e suas comunidades sejam beneficiadas.

Por exemplo, queremos explorar iniciativas para dar formação culinária, capacitação em restauração e insumos agrícolas, tanto a mulheres chefes do lar, a jovens em risco social e a pessoas com deficiência, para que possam empreender negócios que vão desde restaurantes, bares e, inclusive, hortas urbanas, com o objetivo de gerar emprego vinculado a esta atividade, que está em auge.

Além dos benefícios econômicos, é evidente que o turismo ligado à gastronomia temo potencial de aportar valor social, meio ambiental e cultural à cidade de San José, porquanto promove a cultura local e as tradições, cria oportunidades de emprego e ingressos para as comunidades, fortalece o tecido social e a coesão comunitária, promove o consumo de produtos locais e sustentáveis, reduz o desperdício de alimentos e valoriza a conservação da biodiversidade.

Em resumo, o turismo gastronômico é um setor com um grande potencial para o desenvolvimento de San José. As autoridades locais e as organizações da sociedade civil, junto ao setor privado, estamos trabalhando para aproveitar este potencial ao máximo e garantir que os benefícios do turismo gastronômico cheguem a toda a comunidade. 

Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

San Juan

Município de San Juan

Durante este ano, o prefeito de San Juan, Miguel A. Romero Lugo, apresentou o *"Prove o Campo de San Juan"*, uma inovadora rota culinária destinada a posicionar a capital como um destino gastronômico de primeira linha. Esta iniciativa busca destacar os sabores únicos, a arte, a história e a natureza de San Juan, acessíveis a apenas alguns minutos de distância. A rota gastronômica, que convida os visitantes a *"chinchorrear"* sem sair de San Juan, ressalta a gastronomia e as atrações turísticas de áreas rurais como Cupey Alto e Caimito.

Este projeto, enquadrado na política de turismo gastronômico e na visão San Juan 360, tem como objetivo desenvolver rotas gastronômicas em diferentes áreas da cidade para promover os negócios locais menos visitados por turistas. A rota inclui 19 negócios selecionados, desde restaurantes até cafés, oferecendo uma variedade de pratos e bebidas.

Prove o Campo de San Juan também contribuiu para a economia local, fortalecendo os empregos existentes e gerando novos. Além disso, a

rota promove a colaboração entre os proprietários de negócios, o que beneficiará a comunidade. Para melhorar a experiência dos visitantes, o município fez melhorias nas infraestruturas viárias e no entorno. Em uma próxima fase, planeja-se promover outras zonas gastronômicas de San Juan, cada uma com sua identidade única. Isso porque o objetivo é estabelecer 4 novas rotas gastronômicas na cidade. 🌐

© Municipio de San Juan



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

San Salvador

Manuel Alfredo Rodríguez Joachin. Coordenador UCCI - Prefeitura Municipal de San Salvador

O turismo gastronômico está emergindo como uma força poderosa na indústria do turismo global, e a cidade de San Salvador não é uma exceção. Com sua rica história culinária e uma variedade de sabores autênticos, a capital salvadorenha está se posicionando como um destino de comida imperdível. Projetos inovadores como Sivar Emprende e o Restaurante Escola, este último, um programa executado pela Prefeitura de San Salvador Centro graças ao financiamento da Prefeitura de Madri e que conta com o apoio da ONG CESAL, estão contribuindo significativamente para esta evolução.

O projeto municipal Sivar Emprende está injetando vitalidade na cena culinária de San Salvador. Este projeto não só fomenta a criatividade, senão que também brinda oportunidades a pequenos empresários, promovendo assim o desenvolvimento sustentável na região. Sivar Emprende está ajudando a converter sonhos culinários em realidades comerciais.

Por outro lado, o Restaurante Escola, que funciona no novo mercado Hula Hula no Centro Histórico de San Salvador, está fortalecendo os laços entre a Espanha e El Salvador através da gastronomia. O Restaurante Escola oferece formação em cozinha mediterrânea, enriquecendo o conhecimento de jovens salvadorenhos que aspiram a se converter em chefs, ao mesmo tempo que introduz novos sabores e conceitos à cena gastronômica local. Esta colaboração

internacional não só beneficia os participantes diretos, que são jovens provenientes das comunidades próximas ao Mercado; senão que também enriquece a oferta gastronômica de San Salvador, atraindo turistas ávidos de experiências culinárias únicas.

A promoção do Centro Histórico de San Salvador como destino turístico é fundamental para capitalizar este auge gastronômico. Mais além de seus monumentos históricos e sua rica e diversa arquitetura, o Centro Histórico é um crisol de tradições culinárias que refletem a rica diversidade cultural de El Salvador. Desde o requintado tempero da sopa de batatas, o imperdível sabor das tradicionais pupusas até os reconfortantes aromas de um café recém preparado acompanhado

de uma semita saída do forno, cada prato conta uma história de gerações passadas e presentes.

Ao ressaltar o aspecto cultural e gastronômico do Centro Histórico, San Salvador pode atrair viajantes que buscam uma experiência autêntica e enriquecedora. A promoção de festivais gastronômicos nos diversos mercados municipais nos quais podemos saborear deliciosos petiscos, os percursos culinários que, proximamente, estarão disponíveis na nova Praça Universitária na que funcionará um moderno mercado gastronômico no centro histórico de San Salvador e aulas de cozinha tradicional oferecidas por locais, não só brindam entretenimento aos visitantes, senão que também preservam e promovem a herança culinária da região. 🌐



© Prefeitura Municipal de San Salvador

Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Santiago

Municipalidade de Santiago

A comuna capital de Santiago, conta atualmente com 10 bairros gastronômicos, os quais reúnem mais de 200 restaurantes. As autoridades de Santiago reconhecem o potencial do turismo gastronômico como um motor do desenvolvimento econômico. Desde o bairro Franklin com suas picadas históricas e uma inovadora oferta de sabores experimentais e produtos de autor, passando pelo caráter festivo do Bairro Brasil e Lastarria, até o resgate da memória e a recuperação dos espaços patrimoniais através de sabores tradicionais nos bairros Matta Sul, Mercado e Yungay; o turismo gastronômico vai mais além de provar pratos típicos, buscando conectar com quem nos visita com a identidade local, a

história e o patrimônio cultural de Santiago através da gastronomia.

Foram implementadas diversas iniciativas para fomentar este setor, como a criação de rotas gastronômicas e a promoção de restaurantes locais. Além disso, foi posto ênfase na importância da gastronomia como elemento chave para a identidade cultural da comuna, já que permite visibilizar e valorizar a cozinha das distintas comunidades que nela habitam.

Existem, além disso, diversos programas sociais relacionados com a gastronomia em Santiago. Alguns exemplos são:

- Feiras gastronômicas locais: São

uma plataforma para que pequenos produtores e empreendedores gastronômicos possam dar a conhecer seus produtos e gerar ingressos.

- Programa Santiago Cozinha: Projeto comunitário, produtivo e formativo para empreendedores e empreendedoras da comuna, baseado no cooperativismo e na promoção da associatividade. Através de seus criadores e criadoras, permite conhecer novas culturas e receitas, em um espaço de elaboração gastronômica que entrega todas as ferramentas técnicas, incluída a resolução sanitária, para que os produtos possam ser, posteriormente, comercializados em distintos espaços.

Também existem outras iniciativas como compostagem de matéria orgânica, reciclagem de óleo, selo de apoio à lactância, selo de espaço de ócio seguro para mulheres e diversidades, espaços pet friendly, o que mostra o compromisso em fazer da comuna de Santiago um exemplo de promoção da economia local, colaboração público-privada, inclusão social, promoção do bom viver e cuidado do meio ambiente.

Em conclusão, o turismo gastronômico se converteu em um setor estratégico para o desenvolvimento econômico e social da comuna de Santiago, onde as autoridades locais, junto a diversos atores do setor privado, estão trabalhando para fortalecer esta área e convertê-la em um motor de crescimento sustentável da comuna. 🌐

© Municipalidade de Santiago



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Santo Domingo

Por: Rosalía Feris Paiewonsky. Delegada do Centro Histórico de Santo Domingo para a Prefeitura do Distrito Nacional
Com a Colaboração de Omar Cepeda Darauche, Presidente de ADERES e Inés Páez Nin (Chef Tita) do Restaurante Morisoñando

No ano 2023, a República Dominicana alcançou um marco histórico ao receber mais de 10 milhões de visitantes, o que representa um aumento de 20% com respeito a 2022 e de 36% em comparação com 2019. Esta conquista posiciona o país caribenho como um dos destinos turísticos mundiais com maior crescimento pós-pandemia. Dentro desta notável expansão, o turismo gastronômico emerge como um componente vital e um motor chave para o crescimento econômico do país. Ao impulsionar a demanda de produtos locais, este setor beneficia diretamente agricultores, pecuaristas e pescadores, promovendo assim um desenvolvimento econômico mais sustentável.

Organismos como a Associação Dominicana de Restaurantes Inc. (ADERES), a Associação de Hotéis e Turismo da República Dominicana (ASONAHORES) e a Associação Dominicana de Chefs (ADOCHefs) colaboram de maneira conjunta para fortalecer a indústria gastronômica do país e fomentar as tradições culinárias locais. Bons exemplos dos trabalhos em colaboração são o SDQ Gastronômico, evento anual que oferece uma plataforma única para destacar os ingredientes locais e a riqueza cultural culinária dominicana e o Restaurant Week que permite aos restaurantes apresentar pratos elaborados com produtos locais, dinamizando a economia e ressaltando a criatividade gastronômica da região.

Omar Cepeda, presidente da ADERES, assinala: “Nosso objetivo é preservar e promover a herança cultural de nossa gastronomia, inovando em conceitos culinários e colaborando estreitamente com agricultores e produtores locais”. Outra face da gastronomia é a dos programas sociais que podem ser desenvolvidos, como é o caso da Fundação IMA, exemplo de gastronomia social que utiliza a cozinha como arma de mudança para transformar a vida de camponeses, comunidades vulneráveis e pequenos produtores da República Dominicana e assim contribuir ao desenvolvimento das comunidades através da promoção do produto local e da valorização da gastronomia dominicana.

A colaboração internacional, em associação com a Food Agriculture Organization (FAO) da ONU,

contribui a manter viva a herança gastronômica dominicana e promover programas de desenvolvimento sustentável. Por outro lado, a associação com o Basque Culinary Center para elaborar um Plano de Adaptação à Mudança Climática evidencia o compromisso do setor gastronômico com a proteção do meio ambiente e o cumprimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Em conclusão, o turismo gastronômico na República Dominicana não só beneficia a economia local, senão que também preserva a cultura culinária, impulsiona o desenvolvimento sustentável e atrai turistas internacionais. A gestão da cidade está focada em potencializar estes aspectos para consolidar o país como um destino turístico único e atraente a nível mundial. 🌐



Imagem cedida pela Prefeitura do Distrito Nacional

Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Sucre

Governo Autônomo Municipal de Sucre

A gastronomia de Sucre, não só é uma celebração de sabores, senão também de cultura e história, cada mordida conta uma história, cada prato leva consigo séculos de tradição e cada experiência culinária é uma viagem ao coração de Sucre.

A oferta gastronômica em Sucre é um verdadeiro tesouro, onde a tradição, a variedade e a qualidade se combinam para oferecer pratos emblemáticos que vão desde aqueles preparados em base à pimenta

e outros que acompanham os tradicionais chocolates e bebidas artesanais.

A história da pimenta em Sucre está estreitamente ligada à agricultura local e às tradições culinárias da região, seu cultivo se remonta a tempos ancestrais, sua presença na mesa é um símbolo de identidade e orgulho sucreense.

Na rica tradição culinária de Sucre, destaca o chouriço *chuquisaqueño*, o *mondongo*, *ck'ocko* de frango, o picante *trimixto* (rabo, língua e frango), a *sullka*, o *k'arapecho* e a caçarola de amendoim.

Entre os doces artesanais emblemáticos destacam os chocolates, reconhecidos por sua qualidade e sabor excepcional, elaborados com cacau natural e técnicas transmitidas de geração em geração.

As *hojarascas* são parte da confeitaria tradicional, bolachas crocantes e circulares recheadas com goiabada, fruto produzido nos vales da Capital.

Quanto a bebidas tradicionais, Sucre oferece uma variedade de opções que refrescam e deleitam o paladar como o *mocochinchi*, refresco popular muito consumido durante o verão, a *chicha* de amendoim e de quinoa são outras duas bebidas tradicionais de Sucre ao igual que a *horchata* de *anchi coco*, fruto nutritivo produzido na zona do Palmar em Chuquisaca. 🌍



Governo Autônomo Municipal de Sucre



Turismo gastronômico | Análise do setor nas cidades UCCI

Tegucigalpa

Prefeitura Municipal do Distrito Central

A riqueza cultural, histórica e a essência do tempero capitalino é um incentivo para potencializar o turismo gastronômico na capital hondurenha. Na administração do prefeito do Distrito Central, Jorge Aldana, o turismo se converteu em um de seus eixos para empurrar o desenvolvimento e dinamismo na Cidade de Buen Corazón.

Desde então o município experimentou um renascimento turístico, especialmente no setor gastronômico. Este grêmio dinamizou a economia local e também gerou emprego, onde destaca a calidez e qualidade de produtos que sua gente elabora.

O turismo gastronômico é um dos grêmios mais importantes da cidade, pois é um gerador de emprego, onde 51% são mulheres, das quais 57% são das zonas periféricas do Distrito Central, que o converte em um destino turístico atraente para os visitantes, por sua variedade de petiscos e pelo compromisso de sua administração local, segundo dados da gerência de Turismo da comuna capitalina.

A capital hondurenha, integrada por Tegucigalpa, Comayagüela e suas 43 aldeias, com uma grande oferta gastronômica, desde pequenos cafés até restaurantes icônicos da cidade. Entre restaurantes históricos podem ser mencionados:

Duncan Mayan, Chinda Díaz, El Buen Gusto, Villa San Miguel, Los Toneles, La Ronda, Café Paradiso, Finlay, Tito Aguacate, localizados no centro histórico. Além deles, El Patio, Baleadas El Birichiche, Carnitas Lempira, entre outros icônicos comércios.

Além dos deliciosos petiscos que são preparados e servidos nos refeitórios dos 12 mercados municipais, assim como, as diversas feiras gastronômicas que são realizadas no Parque Central e na Feira Natalina de Buen Corazón. Entre pratos que destacam podemos mencionar: a burrita capitalina, as baleadas, o prato típico de carne assada, catrachas, tortilhas com queijoinho, pupusas, banana com feijões, mandioca com torresmo, batata frita com carne, entre outros petiscos.

A Prefeitura Municipal do Distrito Central (AMDC) implementa projetos destinados a revitalizar o centro histórico da cidade para torná-lo mais atraente para os turistas nacionais e estrangeiros. Ainda assim, está reparando a avenida Cervantes, para melhorar as condições de infraestrutura dos comércios e reabilitando os acessos das aldeias produtoras das frutas e vegetais que são vendidos em mercados da capital. Também, mediante a entrega de capital semente a prefeitura apoia os microempresários para impulsionar e fortalecer seus empreendimentos.

A Cidade de Buen Corazón está pronta para ser descoberta por milhares de turistas que queiram vir degustar a variedade de sabores e desfrutar as inesquecíveis experiências que oferece. 🌐



© Prefeitura Municipal do Distrito Central

Sabores lusófonos

Lisboa

Turismo e gastronomia

Alberto Laplaine Guimarães

Secretário-Geral da Câmara Municipal de Lisboa
Vice- Presidente da Academia Portuguesa de Gastronomia.

Fotografias: © Câmara Municipal de Lisboa



Lisboa, a deslumbrante capital de Portugal, é um destino turístico rico em história, cultura e beleza cénica. Com as suas ruas sinuosas, vistas panorâmicas surpreendentes do rio Tejo e uma atmosfera encantadora, Lisboa cativa visitantes de todo o mundo.



O turismo gastronómico tem-se tornado cada vez mais popular em todo o mundo. A culinária de um local não é apenas uma forma de alimentação, mas também uma expressão de sua cultura e tradição. Ao viajarem para novos destinos, muitas pessoas buscam experimentar pratos típicos, ingredientes locais e técnicas culinárias únicas.

Explorar a gastronomia de um lugar pode proporcionar uma experiência sensorial incrível, permitindo aos turistas mergulharem na essência de uma cidade ou região. Além disso, a gastronomia pode ser um grande impulsionador económico para destinos turísticos, atraindo visitantes em busca de novos sabores e experiências culinárias.

Lisboa, a deslumbrante capital de Portugal, é um destino turístico rico em história, cultura e beleza cénica. Com as suas ruas sinuosas, vistas panorâmicas surpreendentes do rio Tejo e uma atmosfera encantadora, Lisboa cativa visitantes de todo o mundo.

Um dos pontos turísticos mais icónicos de Lisboa é o bairro de Alfama, com suas ruas estreitas, casas coloridas e a imponente Sé de Lisboa. Ao subir ao topo do Castelo de São Jorge desfruta-se de uma vista espetacular da cidade e é uma jornada pela história medieval de Portugal.



A modernidade e a tradição encontram-se em locais como o bairro do Chiado e a Avenida da Liberdade, onde lojas elegantes se misturam com cafés tradicionais e livrarias históricas. A experiência de passear por Lisboa é enriquecedora, com a oportunidade de explorar museus fascinantes, como o Museu Nacional do Azulejo e o Museu Nacional de Arte Antiga.

Lisboa, que nos últimos anos tem vindo a assistir a um crescimento da base económica da cidade, a um aumento da oferta cultural e a uma dinamização turística sem paralelo, que incorporou, naturalmente, esta nova realidade que é o reconhecimento da gastronomia como área de desenvolvimento e de atração. Dos que cá habitam e dos que nos vistam.

Assim, o turismo e a gastronomia estão intrinsecamente ligados, oferecendo oportunidades para o intercâmbio cultural, o conhecimento e a valorização das tradições locais. Uma nova forma de viajar é através da exploração da rica diversidade gastronómica e da descoberta dos sabores que cada destino tem a oferecer.

A Gastronomia tem vindo, a justo título, a ocupar um lugar de destaque no empreendedorismo económico, na divulgação cultural e na promoção turística. Para além das suas ramificações para áreas tão importantes como a educação e a saúde, onde a necessidade de incutir hábitos alimentares saudáveis e a chamada educação do gosto constituem uma preocupação crescente dos diversos agentes das sociedades contemporâneas.

Dados de 2023 indicam que a Gastronomia de Lisboa é considerada pelos turistas um dos grandes elementos de diferenciação da cidade face a outros destinos concorrentes. A par da Autenticidade de Lisboa (que inclui a história e o património) para cerca de 33% dos inquiridos, da Dimensão Humana (que inclui a segurança, a simpatia e a hospitalidade) que é referenciada por 42% das pessoas, a Gastronomia e a Cultura são indicadas por

47% dos inquiridos, como um grande fator de identificação de Lisboa, sendo ainda referenciados a Modernidade, o Clima, a Criatividade e a Qualidade Urbana.

Além disso, Lisboa é um ponto de partida ideal para explorar outras regiões de Portugal, como Cascais, Sintra e a região vinícola do Alentejo e, mais a norte, o Douro Vinhateiro. Com sua rica história, arquitetura impressionante e uma atmosfera acolhedora, Lisboa é um destino turístico imperdível para quem busca uma experiência verdadeiramente inesquecível.

Para os amantes de gastronomia, Lisboa é também um paraíso. Os mercados de alimentos tradicionais, os restaurantes que servem pratos autênticos como o pastel de bacalhau e a caldeirada de peixe, e os cafés que oferecem deliciosos pastéis de nata são apenas algumas das opções que irão satisfazer os paladares mais exigentes.

A gastronomia de Lisboa é um verdadeiro deleite para os amantes da boa comida. Com uma herança culinária rica e diversificada, a capital de Portugal oferece uma fusão de sabores que reflete a sua história e influências culturais ao longo dos séculos.

Ao percorrer as ruas de Lisboa, é impossível não se render aos aromas tentadores que emanam dos inúmeros restaurantes, cafés e pastelarias. Desde os clássicos pratos tradicionais como o bacalhau à Brás e as sardinhas assadas, até às deliciosas iguarias dos doces conventuais como os pastéis de nata, Lisboa é um paraíso gastronómico.

Além dos pratos mais conhecidos, a cidade também oferece uma variedade de opções para os mais exigentes paladares. O número de restaurantes de cozinha de autor e de cozinha do mundo tem vindo a crescer em Lisboa, grande parte com elevados critérios de qualidade, preocupações ambientais e rigor decorativo, o que muito se deve à promoção da gastronomia que

tem sido feita como marca identitária da cidade. O número crescente de restaurantes com estrelas Michelin – Lisboa tem, em 2024, catorze restaurantes com uma ou duas estrelas Michelin - atesta bem esta realidade.

A par da modernidade e inovação gastronómicas, os mercados tradicionais, como o Mercado da Ribeira, são verdadeiros tesouros de produtos frescos e locais, permitindo aos visitantes experimentarem o do peixe, da carne, dos vegetais e da fruta portuguesas, a par de uma gastronomia de referência.

Não podemos esquecer a influência das viagens marítimas na culinária de Lisboa, que trouxeram sabores exóticos e especiarias de todo o mundo. As influências africanas, asiáticas e sul-americanas estão presentes em pratos como o caril de camarão ou a feijoada à transmontana, tornando a gastronomia de Lisboa verdadeiramente cosmopolita.

Em resumo, a gastronomia de Lisboa é uma celebração da diversidade, da tradição e da criatividade culinária. Ao visitar esta cidade encantadora, prepare-se para uma verdadeira jornada de sabores que irá encantar todos os seus sentidos. 🌍



Sabores lusófonos

Brasília

Considerada Patrimônio Mundial Cultural da Humanidade e reconhecida como Cidade Criativa do Design pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco), Brasília foi eleita pelo renomado jornal The New York Times como um dos 52 melhores lugares do mundo para viajar em 2024, sendo a única cidade brasileira da lista.

Além dos diversos atrativos cívicos, culturais e naturais, a capital da República destaca-se também como uma das principais cidades quando o assunto é gastronomia. Influenciada pelas culturas de diversos estados brasileiros, a culinária brasiliense foi constituída a partir da soma de sabores indígenas, europeus, africanos e tipicamente brasileiros. A qualidade e a diversidade dos serviços gastronômicos oferecidos consagraram a cidade como o 3º polo gastronômico do país.

Brasília Distrito Federal

© Ramon Buçard



A gastronomia promove uma experiência cultural enriquecedora e contribui significativamente para o desenvolvimento econômico local e regional, constituindo um forte fator de atração de visitantes. Segundo dados do Ministério do Turismo, mais de 95% dos viajantes internacionais que visitam o país avaliam positivamente a culinária dos destinos brasileiros, sendo este um dos itens mais bem avaliados por estrangeiros. Além disso, as empresas do setor de comércio de bens, serviços e turismo representam quase 50% do PIB privado do Distrito Federal.

Dessa forma, o turismo gastronômico tem emergido como um dos segmentos mais promissores dentro da indústria do turismo. No Distrito Federal, o governo tem implementado políticas que visam fortalecer este setor, reconhecendo sua capacidade de gerar emprego e renda e de promover a inclusão social. A legislação local também apoia o turismo sustentável e o ecoturismo, criando um ambiente propício para o crescimento do turismo gastronômico.

Um dos destaques do Turismo Gastronômico de Brasília é o Lago Oeste. Localizado entre Sobradinho, Brazlândia e o Plano Piloto, o local é um importante produtor de hortaliças da região que se estabeleceu como referência em agrofloresta.

A produção agrícola da região conta com espaços de plantação bioecológica e orgânica e utiliza sistemas de plantio sustentáveis, como a permacultura e a agrofloresta. No local, são produzidos hortifrúteis, ervas gastronômicas, cafés especiais e pimentas, sendo também uma região reconhecida pela criação e comercialização de diversos animais, como a cabra.

Para promover o turismo na região, empreendedores locais se uniram com o objetivo de criar um roteiro onde o visitante tem acesso a tudo o que é produzido e oferecido por lá. O Viva Lago Oeste foi

criado em 2019 e conta com 16 parceiros, entre restaurantes, sítios, pousadas e produtores orgânicos e de laticínios. A iniciativa conta com o apoio da Secretaria de Turismo para impulsionar o empreendedorismo local, a renda e o emprego. A partir desse roteiro, a Secretaria desenvolveu a Rota Lago Oeste.

Um dos principais atrativos da Rota Lago Oeste é o restaurante Brasis, comandado pela chef Di Oliveira. Indicado como chef revelação e restaurante revelação pela revista Encontro Gastrô, o local apresenta uma mistura de sabores da gastronomia brasileira.

O restaurante está inserido dentro de uma área de preservação ambiental, e é também uma galeria de arte com vários quadros de artistas brasileiros, além de esculturas e peças do folclore nacional. O restaurante premiado, com gastronomia autoral e ambiente rústico, é muito bem decorado em meio à natureza local.

No cardápio, os sabores do cerrado, como jambu, seriguela, framboesa do cerrado e pequi são incorporados aos pratos. O carro-chefe são os frutos do mar, além de carnes vermelhas e opções vegetarianas.

Entre os pratos mais pedidos está Camarão da Chef, feito de camarões-rosa crocantes empanados na farinha de panko e coco, com arroz de bacon, alho-poró, três pimentões, cebola e palmito pupunha.



© Brasília Distrito Federal

Filé do bosque



Camarão da Chef



Acompanha vinagrete defumado e farofa de limão siciliano. O restaurante também serve uma paella um pouco diferente, com tucupi e jambu, e pirarucu e um filé ao molho de framboesa do cerrado.

Outro destaque é o menu clássico de cinco etapas, que passeia pelos principais pratos da casa. Um dos pratos é filé do cerrado, que é um filé mignon alto, grelhado na manteiga de ervas e colocado em um molho de framboesa do cerrado, acompanhado de um aligot, de queijos emmental e canastra, e farofa.

Nesse contexto, a Secretaria de Turismo do Distrito Federal (SETUR-DF) tem trabalhado para integrar o turismo gastronômico com outras formas de turismo, como o turismo rural, o turismo de eventos e o enoturismo, que tem ganhado destaque com o desenvolvimento de vinícolas na região.

Como materialização desse trabalho, foi desenvolvida a Rota das Uvas, e está sendo desenvolvida a Rota do Café.

O governo vem estimulando também a realização de grandes projetos, como o Comida di Buteco, e apoiando uma série de eventos gastronômicos locais, como o Brasília Restaurant Week, o Brasília Gourmet Festival e o Encontro Gastrô. Além disso, está investindo em grandes eventos e estimulando a participação do setor gastronômico da cidade em feiras, festivais e shows.

Outro projeto patrocinado pelo governo do Distrito Federal e realizado pela SETUR-DF, em parceria com o Senac-DF, é a implantação de empresa pedagógica de gastronomia na Casa de Chá, um importante ponto turístico da cidade. O objetivo é valorizar esse patrimônio histórico e cultural, fomentar o turismo e oferecer ao público um local acessível e receptivo. Serão oferecidos pratos típicos que demonstrem a diversidade da culinária brasileira e valorizem a produção brasileira.

Além do impacto econômico, o turismo gastronômico no DF está intrinsecamente ligado a programas sociais que promovem a segurança alimentar e o bem-estar da população. Programas como o Prato Cheio e a Cesta Verde garantem que famílias de baixa renda tenham acesso a alimentos saudáveis e nutritivos. Essas iniciativas não apenas combatem a insegurança alimentar, mas também promovem a educação nutricional e a valorização dos produtos locais.

Dessa forma, o turismo gastronômico no Distrito Federal é um exemplo de como a gastronomia pode ser um motor para o desenvolvimento econômico e social. As políticas públicas implementadas têm como objetivo não apenas promover o DF como um destino turístico, mas também gerar benefícios quantitativos e qualitativos para a população local. Ao integrar o turismo gastronômico com programas sociais e estratégias de desenvolvimento sustentável, o governo do DF demonstra um compromisso com a criação de valor social, ambiental e econômico para a cidade. 🌐

Sabores lusófonos

Rio de Janeiro

Que o Rio de Janeiro é a cidade mais turística do Brasil, ninguém duvida. Mas o que é o turismo hoje em dia? Para além das belezas naturais e alguns atrativos já consolidados, como o Pão de Açúcar e o Cristo Redentor, o turista do século XXI busca uma experiência única e coerente. Uma cidade que não percebe essa característica dos viajantes atuais e aposta em uma fórmula ultrapassada está fadada ao fracasso e perderá bilhões de dólares em receitas.

Antônio Mariano

Subsecretário de Assuntos Estratégicos
Prefeitura do Rio de Janeiro

© Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro

Dentro dessa lógica, diversas formas de incrementar o turismo e, por consequência, o desenvolvimento econômico de um município vêm surgindo ao longo dos últimos anos, em todo o mundo. Desde o aproveitamento de áreas já existentes, mas nunca exploradas, até a criação de novos paradigmas. E o turismo gastronômico não poderia ficar fora dessa tendência.

Talvez você não se lembre de comer um prato típico peruano há 15 anos? O sabor único de um ceviche não era amplamente conhecido e não se encontravam restaurantes peruanos como agora. Cidades como Lima, que vendeu o ceviche como porta de entrada de seu país como muitos outros atrativos turísticos, que se reinventaram e investiram em negócios gastronômicos, agora colhem benefícios. Um intenso trabalho de "gastrodiplomacia", a partir do momento em que valorizamos a culinária tradicional e entendemos que é possível conquistar o mundo... pela boca.

Milhões de pessoas viajam anualmente em busca dos melhores restaurantes, dos pratos mais saborosos e dos chefs mais renomados. Rankings e premiações, como Guia Michelin e o 50 Best Restaurants, são excelentes exemplos de como a comida move o mundo, de uma indústria que movimenta cifras astronômicas.

Precisamos aprender a nos reinventar, ir além das tradicionais atrações de sol, mar e paisagem.

No final de 2023, o Rio de Janeiro recebeu a premiação do 50 Best Restaurants Latin America, pela primeira vez no Brasil, desbancando fortes concorrentes. Também já voltou o Guia Michelin, junto com São Paulo, após um hiato de anos. Essas iniciativas marcam o início de uma oportunidade de ouro e uma reviravolta no turismo gastronômico do Rio, que hoje tem dois restaurantes na lista dos 100 melhores restaurantes do mundo de 2023.

O Rio possui, segundo dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), 4,2 mil estabelecimentos de bares e restaurantes, empregando aproximadamente 60 mil trabalhadores. Segundo a Secretaria Municipal de Fazenda e Planejamento (SMFP), a cidade arrecadou, em 2023, R\$238,1 milhões de impostos referentes ao setor do turismo. Considerando que o turismo gastronômico, potencializado com o Latin America's 50 Best Restaurants, pode aumentar o fluxo anual de turistas no Rio, a arrecadação pode crescer significativamente: R\$ 11,9 milhões (cenário de 5%), R\$ 23,8 milhões (cenário de 10%) ou até R\$ 35,7 milhões (cenário de 15%) ao ano. Em um período de 10 anos, isso representaria um incremento de R\$119,1 milhões (cenário de 5%), R\$238,1 milhões (cenário de 10%) ou até R\$357,2 milhões (cenário de 15%).

A Prefeitura do Rio estima que, em 2023, a cidade tenha recebido 5,6 milhões de turistas no total, entre estrangeiros (1,2 milhão) e nacionais (4,4 milhões). Com o fortalecimento do turismo gastronômico, esse número pode crescer consideravelmente, estimando-se um aumento anual de 278,7 mil turistas (cenário de crescimento

de 5%), 557,4 mil (cenário de crescimento de 10%) e até 836,1 mil (cenário de crescimento de 15%). Em 10 anos, isso pode significar um incremento de 2,8 milhões (cenário de crescimento de 5%), 5,6 milhões (cenário de crescimento de 10%) e até 8,4 milhões (cenário de crescimento de 15%) de turistas adicionais. Ou seja, nesse cenário, o turismo gastronômico, impulsionado pelo Latin America's 50 Best Restaurants, pode aumentar a arrecadação da cidade em impostos em até R\$357,2 milhões, com mais 8,4 milhões de turistas em uma década.

Que este seja o início de um novo capítulo na história da nossa cidade e do nosso turismo. Precisamos aprender a nos reinventar, ir além das tradicionais atrações de sol, mar e paisagem. Claro, são o nosso carro-chefe, mas podemos fazer mais! O turismo gastronômico pode e deve ser uma mola propulsora desse desenvolvimento tão almejado.

Além disso, é crucial que o Rio de Janeiro invista em infraestrutura e capacitação para que possa receber bem esses novos turistas. Melhorar a qualidade dos serviços, promover eventos gastronômicos de renome e investir em marketing internacional são passos fundamentais para consolidar a cidade como um destino culinário de destaque. Aproveitar o momento e as oportunidades que surgem com eventos internacionais é essencial para criar um legado duradouro e transformar a gastronomia em um pilar sólido do turismo carioca. O Rio tem todos os ingredientes necessários para se tornar uma referência global, basta saber cozinhar essa oportunidade com sabedoria e visão estratégica. 🌐



Sabores lusófonos

São Paulo

Nas últimas décadas, o turismo gastronômico entrou em plena expansão. Também pudera: ele é uma imersão nas tradições, histórias e cultura de uma região por meio da culinária, transformando cada refeição em uma experiência única que valoriza os sabores, o meio ambiente e a herança cultural local. Esse tipo de turismo vai além do prato, destacando a gastronomia como um elemento essencial da identidade regional.

Guta Chaves

Jornalista gastronômica, escritora e membro do Observatório da Gastronomia

© Raphael Nogueira

Ao explorar mercados, feiras, festivais, restaurantes e espaços alimentares que proporcionam experiências únicas, os viajantes se conectam profundamente com a comunidade, entendendo a importância do alimento e sua produção na construção de laços sociais. Os roteiros focados no turismo gastronômico proporcionam vivências autênticas e inesquecíveis aos viajantes que buscam um envolvimento com a gastronomia regional.

Desde o final do século XIX, São Paulo se transformou em um caldeirão cultural com a chegada de imigrantes estrangeiros e migrantes de outras regiões do Brasil. Essa diversidade moldou um patrimônio alimentar vibrante e diversificado. Com mais de 11 milhões de habitantes, a cidade oferece uma culinária que reflete sua população multinacional e regional, combinando mais de 50 tipos de cozinhas étnicas comerciais com as tradições culinárias brasileiras.

São Paulo é reconhecida nos certames mundiais como um destino gastronômico de destaque. Segundo o ranking World's Best Cities 2024, é a terceira melhor cidade do planeta no quesito restaurantes, superando Nova Iorque e Londres, e ficando atrás apenas de Tóquio e Seul. Em 2024, cinco restaurantes paulistanos foram inseridos na lista do The Latin America's 50 Best Restaurants, com evidência para A Casa do Porco, cuja sócia-proprietária, Janaína Rueda, foi eleita a melhor chef do mundo pelo The World's 50 Best Restaurants.

Os roteiros focados no turismo gastronômico proporcionam vivências autênticas e inesquecíveis aos viajantes que buscam um envolvimento com a gastronomia regional.

Já o Guia Michelin 2024 premiou 15 restaurantes de São Paulo com estrelas – três com duas e 12 com uma. Deste total, sete são japoneses, refletindo o crescimento dessa culinária na cidade. A cozinha italiana também se destaca, com oito pizzarias paulistanas entre as melhores do continente no ranking 50 Top Pizza Latin America 2024, incluindo quatro entre as sete primeiras posições.

Dados e promoção do Setor de Gastronomia em São Paulo

Conforme a pesquisa do Dieese/Observatório da Gastronomia (2022), São Paulo possui cerca de 29 mil estabelecimentos de alimentação, representando mais de 9% do total de estabelecimentos comerciais da cidade. Destes, quase 11 mil são bares, restaurantes e similares, empregando aproximadamente 252 mil pessoas, cerca de 5% do total de empregos formais na cidade.

A produção de alimentos é significativa, com mais de 1.200 locais de agricultura urbana mapeados na plataforma Sampa+Rural em 2023, muitos deles agroecológicos. Essas unidades produzem hortaliças, frutas e legumes, contribuindo para a economia, segurança alimentar e preservação de mananciais. O Polo de Ecoturismo de Parelheiros, na zona sul da cidade, desenvolve também roteiros turísticos baseados na gastronomia e na natureza.

Para celebrar a diversidade culinária paulistana, a Câmara Municipal de São Paulo criou o Troféu São Paulo: Capital Mundial da Gastronomia, que desde 1997 premia em dez categorias, incluindo reportagens em diversos meios de comunicação e trabalhos acadêmicos de cursos de Turismo, Gastronomia, Hotelaria e Jornalismo.

A Câmara Municipal de São Paulo mantém a Comissão Extraordinária de Apoio ao Desenvolvimento do Turismo, do Lazer e da Gastronomia, que se reúne quinzenalmente para discutir desafios e oportunidades da área. O Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), liderado pela Secretaria Municipal de Turismo, realiza reuniões mensais para deliberar sobre iniciativas de turismo, incluindo o turismo gastronômico. Entidades da sociedade civil e do poder público participam dessas governanças.

O Observatório da Gastronomia

Criado em 2018, o Observatório da Gastronomia da Cidade de São Paulo trabalha em colaboração com diversos segmentos da cadeia alimentar para promover a economia, cultura, segurança alimentar, turismo gastronômico e sustentabilidade. O colegiado estabelece parcerias em vários níveis e busca posicionar São Paulo como uma capital global da gastronomia, utilizando comitês temáticos para gerar soluções inovadoras. São eles: o Comitê de Imagem e Patrimônio Gastronômico de São Paulo, Comitê de Gastronomia Social, Comitê de Qualificação Profissional e Comitê de Comida de Rua. Participam órgãos e instituições municipais, associações, cooperativas, ONGs, instituições de ensino, sindicatos, entidades do setor, chefs de cozinha, bares, restaurantes, empresas do setor de alimentação e de distribuição, comida de rua e produtores agrícolas.

O Observatório da Gastronomia, representando a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Trabalho, integra o corpo de jurados do Troféu SP Capital Mundial da Gastronomia, a Comissão Extraordinária de Apoio



ao Desenvolvimento do Turismo, do Lazer e da Gastronomia e o COMTUR.

Entre as realizações do Observatório da Gastronomia ligadas ao turismo gastronômico, constam o Festival Gastronômico Modernista e o projeto Identidade Gastronômica Paulistana.

Festival Modernista do Cuscuz

Em 2022, para celebrar o centenário da Semana de Arte Moderna, o Observatório da Gastronomia, em parceria com a Secretaria Municipal de Cultura, realizou a curadoria do Festival Gastronômico 22+100: Modernismo e Gastronomia na Capital Paulista. O festival contou com 22 restaurantes, que ofereceram versões clássicas e releituras do cuscuz paulista, resgatando uma receita tradicional que faz parte da memória afetiva dos moradores. Durante o mês de abril, foram comercializados mais de 3 mil cuscuzes durante o evento. No encerramento do evento, foi lançado o e-book com a história dos restaurantes, chefs e suas receitas.

Projeto Identidade Gastronômica Paulistana

O Projeto Identidade Gastronômica Paulistana, realizado pela Prefeitura de São Paulo em parceria com a Universidade Anhembi Morumbi, visa mapear e revelar as diversas culturas alimentares da cidade. Em 2023, a pesquisa, feita pelos alunos in loco, iniciou-se no Centro da cidade, culminando no 1º Simpósio Identidade Gastronômica Paulistana. Em 2024, o projeto expandiu-se para os bairros do Bom Retiro e Mooca, avançando a cada semestre para novas regiões. A iniciativa resulta em simpósios semestrais, e-guias, roteiros

Cuscuz e virado, receitas bem paulistanas

Originário do Norte da África, o cuscuz chegou ao Brasil via Portugal, onde foi adaptado com farinha de milho. A versão paulista surgiu no século XVIII, sendo adotada pelas fazendas do interior de São Paulo. No século XIX, o prato era vendido por quitandeiras, mulheres negras que ofereciam comida de rua na capital paulista. Preparada a partir de uma massa de farinha de milho flocada, enformada como bolo salgado, leva ingredientes como ovos, palmito, molho e rodelas de tomate, sardinha, frango ou mesmo camarão.

Outro prato icônico é o Virado à Paulista, considerado Patrimônio Imaterial de São Paulo, composto por arroz, bisteca, torresmo, couve, ovo frito, banana e linguça. Criado no século XVII, na era colonial, a receita se popularizou nas décadas de 1940, na cidade de São Paulo, quando os restaurantes passaram a oferecer pratos do dia para atender trabalhadores que almoçavam longe de casa, sendo o Virado servido às segundas. Costume mantido em muitos estabelecimentos paulistanos.

gastronômicos e festivais que celebram a diversidade culinária paulistana.

Para sensibilizar os estabelecimentos sobre a importância do projeto e selecionar os que compõem o e-guia, foi formada uma comissão com representantes de diversas associações culturais e de estabelecimentos gastronômicos, incluindo a (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes), ANR (associação Nacional de Restaurantes), ABGJ (Associação Brasileira da Gastronomia Japonesa), Aregala (Associação de Restauradores Gastronômicos das Américas e do Mundo), ABC (Associação Brasileira dos Coreanos), CCCB (Centro Cultural Coreano no Brasil)

e CONSCRE (Conselho Estadual Parlamentar de Comunidades de Raízes e Culturas Estrangeiras).

São Paulo é um verdadeiro mosaico gastronômico, refletindo a diversidade cultural de seus habitantes e sua história rica em influências internacionais e nacionais. A cidade não só é reconhecida globalmente por sua excelência culinária, mas também continua a inovar e celebrar sua identidade gastronômica através de várias iniciativas. Esses esforços reforçam a posição de São Paulo como um dos destinos mais importantes do mundo para os apreciadores da boa comida, contribuindo significativamente para a economia criativa e a identidade cultural da cidade. 🌐

© Hilton Souza/SMDT



Ibero-américa na mesa

Ferrán Adrià

O célebre chef Ferran Adrià nos oferece uma perspectiva profunda sobre a alta gastronomia e sua visão do talento culinário na Ibero-América. Adrià, conhecido mundialmente por seu inovador enfoque na cozinha através de seu lendário restaurante El Bulli, compartilha conosco sua opinião sobre os desafios e oportunidades que a gastronomia enfrenta hoje em dia. Além disso, reflete sobre a importância da educação gastronômica e os desafios que a Ibero-América enfrenta neste campo, destacando a riqueza e potencial das cozinhas tradicionais da região. Esta conversa é uma janela inestimável à mente de um dos chefs mais influentes de nosso tempo.

Fotografias: ©ElBullifoundation. Pepo Segura



O que é a alta gastronomia e o que opina sobre o talento culinário na Ibero-América?

A alta gastronomia é tudo o que há ao redor do prazer, desde os agricultores, até o comensal. Deve-se dizer que tem um preço alto porque é muito artesanal e cada vez existem menos produtos de qualidade. A escassez faz com que os preços subam e, no final, isto arrasta tudo o mais. Dentro da alta gastronomia existem dois grandes enfoques: um é a cozinha tradicional e outro é a alta cozinha. Hoje em dia quase sempre é alta cozinha criativa porque a alta cozinha clássica se faz muito pouco, a cozinha tradicional está ligada à sua riqueza histórica, cultural e nem todos os países têm uma cozinha tradicional excelente. Além disso, a cozinha tradicional nasce em casa, nas classes populares, onde o tempo não era um problema, porque as pessoas estavam em casa cozinhando. Hoje em dia se cozinha muito pouco em casa, principalmente na Europa e nos Estados Unidos. Na América Latina ainda há lugares onde existe a cozinha tradicional, sobretudo em povoados e isto é uma vantagem competitiva. Eu conheço muito bem o México e o Peru e ainda há cozinhas tradicionais muito boas. Coisa que na Europa não é fácil.

Pode-se ser inovador na cozinha tradicional?

Não. São duas coisas diferentes. A cozinha tradicional, em princípio, tem de ser bastante inamovível, outra coisa é que vá evoluindo e, logicamente, o que hoje é tradicional não é a mesma coisa que há duzentos anos. É verdade que se pode refinar, ou renovar, mas então entramos em um campo que gera conflito porque caso se renove já seria alta cozinha, onde também, podemos nos inspirar ou não, na cozinha tradicional.

No elBullifoundation oferecem ferramentas para consolidar a gastronomia como uma disciplina acadêmica. De que maneira a gastronomia pode seguir evoluindo da mão da educação?

A gastronomia não foi uma disciplina universitária até há vinte e dois anos. A primeira universidade onde se faz um graduado é na Itália. Todo o conhecimento de qualidade é gerado nas empresas ou nas universidades. Falta muito conteúdo de qualidade para nossa profissão, para nossa disciplina. No elBullifoundation, principalmente com o Bullipedia, estamos marcando caminho a fazer, mas temos de ser realistas e demoraremos, certamente, uns vinte anos em ser outra disciplina onde um profissional possa contar com o melhor conhecimento. Para que tenhamos uma ideia não existe nenhum livro da história de alta cozinha que seja uma referência mundial. As escolas de cozinha, que fazem um trabalho maravilhoso, não têm tempo de pesquisar, de estudar e se não há pesquisa e não há estudos, é impossível.

Quais são os desafios, quanto à formação gastronômica se refere, e que cidades ibero-americanas são referência neste âmbito?

Nós com a Universidade de Comillas estamos fazendo uma Universidade em Madri, Madrid Culinary Campus (MACC), nossa vontade é compartilhar muito do que se fizer com as escolas de cozinha e com outras universidades. Afinal, meu trabalho é procurar que meu setor melhore continuamente. As cidades que, segundo os reconhecimentos, têm mais prestígio, são Lima e México D.F. Mas não sei se há alguma universidade gastronômica na América Latina, universidade, não graduação. Ou seja, isto é um desafio, que ao menos seja criada uma primeira universidade para o mundo latino-americano. Ter boas universidades gastronômicas é um tema importantíssimo em face ao futuro.

Quais pensa serem os aspectos que mais atraem os turistas internacionais à gastronomia ibero-americana?

Normalmente o turismo de alta gama, o turismo de qualidade, um dos aspectos pelo qual ele se move é pela gastronomia. Quanto melhor gastronomia houver

em um país, ou uma cidade, mais importante é, e este tipo de turismo se move por uma boa cozinha tradicional e uma alta cozinha de qualidade. A Espanha tem liderado a alta cozinha criativa nos últimos vinte anos e também, a cozinha tradicional. É verdade que hoje em dia não é fácil fazer uma oferta de cozinha tradicional por um preço daqueles que víamos antes. A gasolina subiu, a inflação dos produtos, mas ainda restam lugares. A gastronomia é vital para o turismo de alta gama, não como turismo gastronômico, senão para o turismo de alta gama.

Acha que o turismo gastronômico na Espanha está sendo impulsionado corretamente?

A comunicação poderia ser muitíssimo mais intensa. Normalizamos que nos últimos quinze anos haja três ou quatro restaurantes entre os dez melhores do mundo, no dia em que não acontecer, pode ser que percebamos que talvez não tenhamos explorado tudo isto de uma maneira importante. Que eu conheça, não

se fez nenhuma campanha conjunta de país. Na Espanha temos de ser conscientes de que a idade de ouro que se viveu entre o ano 2000 e o 2020 ainda dura, mas não vai ser fácil que dure outros cem anos. Como pode se ajudar para que continuemos? Educação, educação, educação, ou em seu caso, formação.

Que importância tem a qualidade da matéria prima espanhola?

É vital e isto é uma das coisas que fazem falta, não existe um inventário sobre a excelência na Espanha. Saber quantos restaurantes de cozinha tradicional, quantos restaurantes de alta cozinha.... Deve-se fazer um bom estudo de mercado, saber o que existe e como o contextualizamos, porque hoje em dia temos um problema porque os produtos, principalmente os do mar, são os que são.

Como se encara este desafio?

Há de se fazer um estudo de mercado, para depois poder comunicar e comercializar. Temos de buscar estas três ou quatro pessoas que tenham um talento descomunal



e ajudá-los para que possam desenvolver seu trabalho a nível empresarial. Há de se fazer um plano estratégico com relação ao turismo gastronômico no governo espanhol. Por exemplo, na Espanha temos a melhor educação universitária em gastronomia, temos o Basque Culinary Center, Gasma... há de se pôr recursos ao máximo, não para fazer muitas a mais, senão para que tenham os meios para ser as melhores. É bastante inexplicável que seja investido tão pouco em educação, em um setor que é tão importante para o turismo.

Como acha que a tecnologia mudará a forma na qual cozinhamos ou desfrutamos da comida?

Uma das vantagens competitivas que a experiência tem em um restaurante é que devemos vivê-la. Como em qualquer outro setor, a tecnologia mudou as plataformas de reserva, ou todo o tema de gestão... Mas creio que na medicina por exemplo, será mais aplicado do que na própria gastronomia.

Que lugar o surpreendeu mais quanto à inovação na cozinha?

Toda a América Latina está incrível. Hoje em dia, a América Latina já fala de igual

para igual com a Europa e a Ásia. A cozinha mexicana é algo descomunal. A cozinha tradicional caminha apoiada por grandes civilizações e no México houve grandes civilizações, ou no Peru, no Brasil, na Argentina, na Colômbia, no Equador... vi uma evolução enorme nos últimos anos, e vai continuar porque está havendo uma geração de gente jovem, tanto na cozinha como na sala, que vão conseguir que na América Latina, haja, daqui a dez anos, quase o mesmo nível de restaurantes gastronômicos que na Europa.

Existe alguma área da gastronomia que gostaria de explorar em seus futuros projetos?

O país do futuro é a China, isto é indiscutível. Porque a China é uma civilização de sete mil anos. É a grande desconhecida, suas regiões, sua cozinha tradicional... Quando há mais de 1.400 milhões de habitantes, logicamente é também mais fácil que apareçam mais talentos. 🌐



Ibero-américa na mesa

Ángel León

Fotografias: © Álvaro Fernández



Ángel León é uma figura emblemática na gastronomia mundial, cuja vida e carreira estão profundamente arraigadas em sua paixão pelo oceano. Desde sua infância, desenvolveu uma conexão única com o mar que depois o levaria à cozinha. Com uma obsessão por explorar e aproveitar ao máximo os recursos marinhos, Ángel León revolucionou o mundo culinário com propostas audazes e sustentáveis em seu restaurante Aponiente. Este estabelecimento, é um santuário de inovação e respeito pela natureza. Nesta entrevista, Ángel León compartilha sua fascinante trajetória pessoal, seu compromisso com a sustentabilidade, e sua visão sobre o futuro da alimentação, convidando-nos a olhar para o mar com novos olhos e a descobrir os tesouros que esconde.

O que despertou em você a paixão pela cozinha e em especial pelos produtos do mar?

A primeira coisa que sempre foi: o mar. O mar me levou à cozinha. Meu amor pelo mar foi inculcado pelo meu pai com quem saía para pescar desde pequeno. Nunca fui bom estudante e, além disso sou hiperativo de manual e o mar é o lugar onde encontro a paz e a calma. Sempre explico que a primeira coisa sempre foi o mar e depois veio a cozinha e me converter em cozinheiro. Quando saía para pescar com meu pai e chegávamos em casa com tudo o que pescávamos minha mãe não queria limpá-lo e eu me encarregava. Gostava de acariciar os peixes, sentir a dureza de sua pele, romper suas barrigas para saber o que comiam e assim saber qual a melhor isca para colocar. Deste modo ia conhecendo a cadeia trófica e ia me familiarizando com os cortes no peixe.

Você se reconhece no apelido de “O Chef do Mar”?

Minha obsessão sempre foi o mar. Desde criança minha fascinação pelo mar e suas espécies alimentaram minha fantasia e foram criando em mim essa curiosidade. Dentro de todas as espécies sempre tive predileção por dar voz a todos esses peixes que o mundo, o sistema, não considera por questões de moda, sempre fui

o alto-falante do descarte por convicção. Creio que toda essa biomassa marinha é uma ingente fonte de alimentação e que nada tem a desmerecer de outras espécies. Se bem é certo que, quando abrimos o Aponiente e radicalizamos nossa proposta gastronômica para só cozinhar peixe houve quem me tachou de louco, pensando que nosso caminho, nosso percurso culinário seria limitado, mas realmente só conhecemos 5% do oceano.

Existe algum produto da despensa do mar que o tenha surpreendido recentemente?

A Canavalia rosea, uma leguminosa marinha que constitui uma extraordinária fonte de proteínas. É uma planta que se encontra de forma natural em dunas frente à beira do mar em latitudes tropicais e subtropicais da África e da América. Apesar de esta planta ser conhecida desde os tempos pré-hispânicos, suas aptidões para o consumo humano não foram difundidas. Apresenta altas concentrações de proteínas de alta qualidade (até 50%), hidratos de carbono complexos (ao redor de 40%), além de uma impressionante variedade de vitaminas e minerais, incluído o ferro. Por outra parte, esta leguminosa possui um conteúdo muito baixo em antinutrientes, o que convertem este fruto do mar em uma solvente e benéfica alternativa alimentícia.

Quem ou o quê foram suas maiores influências e inspirações em seu caminho como cozinheiro?

Os grandes da nossa cozinha.

Costuma dizer que “não há criatividade sem necessidade” Qual foi o maior desafio que enfrentou em sua trajetória como chef e como o superou?

Ao princípio não foram fáceis. Ninguém entendia nosso trabalho. Os clientes entravam, viam o cardápio e iam embora. A crítica também não... foram anos nadando contra a corrente. Quando o cliente vinha a um gastronômico esperava produto e nós lhes servíamos plâncton e peixe de descarte. “Acusavam-me” de roubar a comida às baleias... ha ha ha ha. O desconhecido sempre gera incerteza e sou um cozinheiro a quem, mais do que descobrir novas técnicas, emociona encontrar ingredientes do mar inéditos para o ser humano. Isso supõe novos desafios sempre.

Um dos aspectos fundamentais de sua cozinha é a sustentabilidade, de fato, o Aponiente é considerado como um dos restaurantes mais sustentáveis do planeta. Como integra as práticas sustentáveis em sua cozinha?

De maneira absolutamente orgânica. No Aponiente estamos reivindicando a conservação da natureza desde o começo, quando ninguém falava disto. Gostaria de usar mais essa palavra que do que a tão substituída sustentabilidade. Hoje tudo quer ser sustentável.

Quais inovações sustentáveis implementou recentemente e como foram recebidas por seus clientes e equipe?

Pois, desde o emprego do peixe de descarte, nas formas de receber os fornecedores e os seus produtos, no consumo de produtos do nosso entorno mais próximo, no uso em elaborações desde as escamas até as espinhas dos peixes,

no próprio edifício do Molino de Mareas onde está situado o Aponiente, um lugar abandonado e que reinventamos para, cada vez ser mais autossuficientes energeticamente, com os painéis fotovoltaicos que coroam o nosso teto... são muitas as ações nas quais, no dia a dia, fazem com que nos mantenhamos atentos em nossas práticas.

Que papel acredita que desempenham os chefs na educação e conscientização sobre a sustentabilidade alimentar?

Hoje em dia a cozinha está na moda. Até as crianças querem ser cozinheiros em vez de polícias ou bombeiros!! Devemos ter consciência de que a gastronomia é um alto-falante na sociedade e desempenha um papel crucial na forma de nos alimentarmos.

Um dos projetos pelo qual, imagino, se sentirá muito orgulhoso que é o ‘Despesques’, que, aliás, já é referência no mundo da gastronomia...

Despesques é um foro de debate internacional celebrado a cada dois anos. O motivo central que nos reúne é promover uma revolução sustentável. Um momento onde refletir sobre o papel que a hotelaria quer assumir na sociedade aproveitando o alto-falante que este setor representa. São reflexões compartilhadas desde o âmbito da cozinha, com a convicção de tentar gerar um mundo mais sustentável. Trata-se de um encontro profissional, íntimo, sem mais assistentes que os cozinheiros e convidados de outras disciplinas, para refletir, a porta fechada, sobre os desafios meio ambientais e como dar um passo à frente.

Também é uma grande convivência livre na natureza. Um lugar de encontro e de reconexões. Um parêntese no frenético ritmo habitual para dialogar e tomar consciência de nosso entorno, de nossa maneira de nos relacionarmos com nossos meios mais afins, esses dos quais nos alimentamos.



Que aspectos do Aponiente considera que mais atraem os turistas?

Creio que o Aponiente tem um enclave único e um discurso diferente. Um restaurante situado em um antigo moinho de mar do século XIX, onde a água do cano passa por baixo do restaurante, onde só se cozinha o mar e em pleno parque natural da Baía de Cádiz... onde valorizamos espécies que o mundo não quer e desvelamos ingredientes inéditos e damos para degustar sabores aos que não estamos acostumados...

Que potencial vê na Ibero-América para se converter em uma referência mundial em turismo gastronômico sustentável?

Muito potencial. Tenho grandes companheiros por lá, com projetos muito sérios e que, além disso, estão valorizando seu entorno, seu território, seus produtos... sendo fiéis à sua área e transcendendo fronteiras... talvez o grande precursor em seu momento foi Gastón Acurio... hoje em dia no que se refere a turismo gastronômico sustentável, sem dúvida, Virgilio Martínez e Rodolfo Guzmán...

Que impacto gostaria que tivesse sua carreira nas próximas gerações de chefs e na indústria gastronômica em geral?

Sem dúvida, que fosse um reclame para olhar o mar com fome. Tenho certeza de que o futuro da alimentação passa pelo mar.

Se tivesse de escolher uma cidade ibero-americana para abrir um restaurante, qual escolheria e por quê?

Nesta passada temporada tive ocasião de estar no México em várias ocasiões, uma delas visitando Sonora e a tribo dos seris que colhem zosteria marinha, o projeto de I+D do cereal marinho nasce dessa curiosidade. Por fim pude conhecer o labor que fazem ali, quando fui com dois dos biólogos que temos no Aponiente. Por outro lado, e em outra versão muito diferente pude fazer um 4 mãos com meu amigo Jorge Vallejo, que nos deu muita satisfação e que me ensinou muitíssimo de sua cultura gastronômica e desfrutei como uma criança. Apaixonei-me por muitas das técnicas de lá... 🌐



Ibero-américa na mesa

Henrique Sá Pessoa

Henrique Sá Pessoa tem conquistado paladares pelo mundo fora com a sua abordagem inovadora à cozinha portuguesa. Desde os seus primeiros passos nos Estados Unidos, Henrique levar-nos-á numa viagem através das suas experiências e aprendizagens. Descobriremos como a gastronomia pode transformar o turismo de uma cidade e como integra a rica cultura ibero-americana nas suas propostas culinárias. Preparem-se para uma conversa cheia de sabor, paixão e criatividade com um dos chefs mais destacados da nossa era.

Fotografias: © Silvia Martínez



Como começou a tua paixão pela gastronomia?

A paixão começou tarde. Aos 18 anos fui para os Estados Unidos num programa de intercâmbio cultural, fui viver com uma família americana e graduei-me no liceu. Lá, visitei uma escola de cozinha e fiquei fascinado. Estudei durante um ano e depois fui trabalhar para Londres, onde tudo começou.

Como achas que a gastronomia pode contribuir para o atrativo turístico de uma cidade?

O turismo gastronómico é muito importante para a economia de um país. Não só pela identidade, que envolve costumes, produtos, experiências... Para mim, é muito importante que a experiência dos conceitos no meu restaurante seja representativa de mim como cozinheiro, mas também do meu país como português. É aí que percebes que o teu trabalho não é só dar de comer e ter um negócio; tens também a responsabilidade de fazer com que este espaço que te representa, represente também o teu país em tudo o que é importante na gastronomia. É importante que haja qualidade para que o nível de turismo e a massa crítica te vejam como uma referência.

Como integras esta experiência culinária com a cultura de Portugal para oferecer uma experiência completa aos teus clientes?

No início, a minha cozinha era muito internacional porque me formei nos Estados Unidos, trabalhei em Londres e na Austrália... Com o tempo, comecei a investigar e a aprender mais sobre a cozinha portuguesa. Não é que não tenha nada de cozinha internacional no meu restaurante, porque tenho influências, mas são essas influências que lhe dão o toque pessoal. Como ponto de partida, centrei-me na cozinha tradicional portuguesa e, a partir daí, inovei.

Sustentável é também ter a tua equipa com boas condições de trabalho. Nos últimos anos, centrei-me muito em mudar esta filosofia de que trabalhar num restaurante Michelin é trabalhar 18 horas.

Como integras esta experiência gastronómica no Alma com a promoção de um turismo sustentável?

No Alma, 95% é produto português, principalmente peixe, porque acredito que a nossa grande diferença é a nossa costa; somos uma cozinha atlântica. Em termos de sustentabilidade, acho que quando falamos de alta cozinha, é normal que o chef tenha o melhor produto do melhor produtor. Quando falamos de um menu de degustação de 15 pratos, sustentável seria fazer um menu de um prato. É uma conversa complicada. Sustentável é também ter a tua equipa com boas condições de trabalho. Durante muitos anos, trabalhar num restaurante com duas estrelas Michelin era muito difícil, com horários complicados, muita pressão... Nos últimos anos, centrei-me muito em mudar esta filosofia de que trabalhar num restaurante Michelin é trabalhar 18 horas, para ser mais sustentável para a minha equipa, para mim e para o negócio.

A mudança climática é outro dos grandes desafios que a gastronomia enfrenta.

Sim. Tento pensar numa escala mais pequena, porque se pensares de uma forma demasiado global, acabas por não conseguir fazer nada. Tento descobrir como posso ser sustentável com os meus vizinhos, no meu restaurante, como posso melhorar a minha comunidade. Acho que se todos pensarmos assim, o mundo vai mudar de uma forma global.

Como descreverias a gastronomia ibero-americana?

É das mais saborosas do mundo. Em termos de produto, de cultura, de história, é incrível o que temos. E esse orgulho pela cozinha também se reflete no turismo. Essa filosofia de pensar sempre que somos os melhores tem muito a ver com a nossa forma de ser... O prazer que temos em comer, a nossa cozinha e a forma como a transmitimos aos turistas que nos visitam. Falamos sempre da nossa gastronomia com muito orgulho e não vejo isso noutros países.

Quais cidades da Ibero-América merecem especial atenção pela forma como trabalham os peixes e mariscos?

Além de Lisboa, acho que em Espanha, o País Basco e a Galiza. Da América Latina, acho que o Chile tem um marisco absolutamente magnífico também.

Qual é a cidade que mais te atrai em termos de turismo gastronómico?

Cidade do México. Agora mesmo, está incrível como destino gastronómico. Acho que o México tem investido muito nos seus cozinheiros, tal como o Peru. Acho que o governo investiu muito e fica claro que os chefs podem ser embaixadores do turismo.

A cultura ibero-americana está integrada na tua proposta gastronómica no teu novo restaurante Sereia em Miami?

O conceito é um restaurante de cozinha ibérica onde estou a promover cada vez mais uma cozinha marítima, muito influenciada pelo produto do mar. Tento procurar o melhor peixe do nordeste dos Estados Unidos, na zona de New England, uma zona de águas frias, também atlântica. Não é o mesmo peixe que tenho em Lisboa, mas é um peixe de grande qualidade. O tema dos Estados Unidos é algo em que quero investir bastante tempo,

porque acho que Miami é uma cidade que ainda tem muito por crescer e acho que nos próximos 10 anos se tornará num destino gastronómico.

De que prato te sentes especialmente orgulhoso?

Isso é sempre muito difícil de dizer, porque é como perguntar de que filho gostas mais, mas acho que um dos pratos mais emblemáticos que tenho em todos os meus restaurantes é o Bacalhau à Brás. É um prato muito simples e eu fiz uma interpretação. Quando me inspiro num prato tradicional, penso em como posso desconstruir (algo que Ferran Adrià fazia muito, ir a cada detalhe do prato). Imagina: tens a cebola, o alho, o azeite, o bacalhau, a salsa, as azeitonas. O que posso fazer com todos estes produtos? Individualmente, tirar o melhor de cada um e depois, com a mistura, fazer algo muito tradicional, que o cliente quando provar diga: "Este é um Bacalhau à Brás, mas elevado a algo espetacular."

Qual é o teu restaurante preferido dos nove que tens?

O Alma é de onde tudo sai. E o Alma tem uma influência enorme em tudo o que faço. Hoje em dia, tenho restaurantes em Amesterdão, Londres, Macau, Miami, Porto e quatro em Lisboa. O mais importante para mim é ter uma identidade muito própria, que em cada restaurante onde vás, reconheças a cozinha de Henrique Sá Pessoa.

O que te inspira?

Viajar. Passo quatro meses fora de casa a ver os costumes, as formas de pensar das pessoas, o que gostam, o que não gostam... Sou uma pessoa muito atenta, que absorve muito o que se passa à minha volta e isso, quando volto a Portugal, é algo que influencia sempre a minha forma de pensar quando estou a criar pratos.

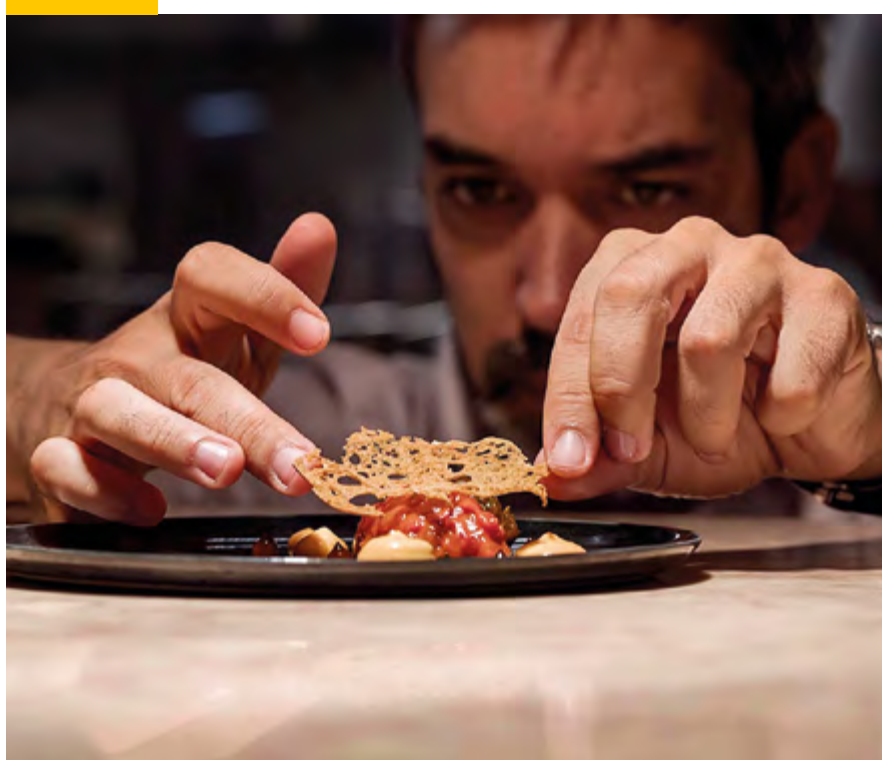


Como distribuis o tempo entre a investigação e o desenvolvimento de produto?

Tenho uma estrutura de três pessoas que estão sempre comigo. Um chef de cozinha de I&D, um chef executivo que faz as rotinas de controlo de qualidade em todos os meus restaurantes e uma pessoa que trata de toda a parte pessoal, de congressos... etc. É importante dar protagonismo à tua equipa e principalmente a pessoas que estão contigo há 8 ou 10 anos.

Quais são os teus desafios para o futuro?

O meu futuro passa por ser um embaixador da cozinha portuguesa. Quero que, no futuro, penses na cozinha portuguesa e penses em Sá Pessoa. Não por mim, nem pelo meu ego, mas por expandir a cozinha portuguesa. 🍷



Ibero-américa na mesa

Narda Lepes

Fotografias: © Martin Piccinati

Com uma carreira marcada pela paixão e pelo compromisso com a cozinha saudável e sustentável, a chef Narda Lepes revolucionou a maneira pela qual entendemos e desfrutamos os alimentos. Seu estilo combina criatividade, tradição e inovação, refletindo-se tanto em seus restaurantes quanto em seus programas de televisão e livros de cozinha. Sua figura está intimamente ligada à essência da gastronomia argentina, homenageando suas raízes em cada receita e promovendo uma cozinha consciente e autêntica. Ela é uma das vozes mais respeitadas na gastronomia a nível internacional e da qual tivemos o privilégio de aprender.



Quais princípios guiam sua cozinha?

Quando comecei a cozinhar, sempre foi através do ingrediente e do produto. Agora há certas coisas que sabemos, podemos escolher acreditar ou não, mas é mais evidente como a comida é produzida ou as consequências de comer certas coisas. Tudo isso, antes, não era tão óbvio. Quando comecei a viajar, comecei a ver quais padrões havia em comum na alimentação dos lugares que levavam a coisas positivas ou negativas. Então, comecei a ver como era produzido, mas não era só o produto, senão onde e como era produzido. A televisão, naquele momento, era muito poderosa e acarretava uma responsabilidade porque você estava promovendo algo.

Qual é o elemento diferenciador de cada um dos seus negócios?

Narda Comedor é a mãe, a base, o carro-chefe e o primeiro que abri nesta etapa já adulta. A condição é que eu goste. Não vou fazer nada que eu não coma. Tem a ver com viajar, comer bem, com as crianças serem bem-vindas. Tem a ver com fazer você provar coisas que talvez nunca tenha provado, recuperar receitas que talvez encontre em algum lugar e que, muitas vezes, encontro receitas que têm coisas em comum com outras de outros lugares na Argentina. Tentar fazer com respeito, não mudar a essência do que é, mas ajudar a apresentá-lo de outra maneira. E isso é o que gosto de fazer.

Kōnā é japonês e o que eu queria era que fosse um restaurante japonês como seria no Japão. Se eu pegar um cardo selvagem, o que uma avó japonesa faria com este cardo? E a partir daí o fazemos mais elaborado, mas o processo de pensamento é se colocar na cabeça de uma avó japonesa que diz “vamos ver o que faço com isso e com as ferramentas de cozinha que uma avó japonesa teria então”. A partir daí, dizemos: bem, isso seria feito ao vapor, em uma salada, com arroz... Trabalhar com um enfoque para pensar a comida de um lugar é divertido.

E no aeroporto, fiz o que busco nos aeroportos, porque viajo muito, queremos que tenha o que eu como nos aeroportos ou o que quero comer.

Em que consiste seu trabalho no Conselho Internacional do Basque Culinary Center?

A principal tarefa é escolher o vencedor do Basque Culinary World Prize. Essa é a principal responsabilidade que temos. E quando digo responsabilidade é porque é um trabalho que começa antes, com a convocação e a pré-seleção. Essa convocação tem de ser o mais visível possível e para isso você precisa de pessoas influentes. É também um exercício de escutar e tentar não impor, incorporando o pensamento do outro no que você quer. É um exercício muito enriquecedor e de uma humildade importante.

Você realizou muitas ações em termos de responsabilidade social. De qual você se sente mais orgulhosa?

Da lei de rotulagem. Quando são apresentadas leis que têm a ver com o alimento na Argentina, às vezes me enviam para eu ver. Eu já acompanhava este tema quando não era um assunto de opinião pública. Há 25 anos que olho para lei de rotulagem no mundo inteiro, então era algo onde eu estava muito confortável. Em um momento, surgiu uma lei para colocar um imposto sobre o açúcar e eu disse: “ótimo, imposto sobre o açúcar, vamos lá”. Não trará grandes mudanças, mas marca uma agenda interessante, você falou sobre o tema. Mas essa lei incluía que o imposto também fosse para o álcool. Eu passei 25 anos vendo como os alimentos são produzidos e em um país como a Argentina, que tem uma indústria vinícola de agricultura familiar enorme, você não pode colocar o mesmo imposto em algo que é centralizado e em algo que é federal e descentralizado. Então eu disse “essa lei não”. E não sou incoerente, sei do que estou falando.

Todo esse tempo que estive na televisão me permitiu explicar algo complexo de uma maneira mais amável, ou poder limpar de ruído, porque o que se faz em geral quando há um tema assim é carregar de ruído.

Qual papel Buenos Aires desempenha na cena gastronômica tanto da Argentina quanto da Ibero-América?

Há cerca de 20 anos, a cozinha em Buenos Aires era principalmente internacional, com produtos importados. Depois, a economia mudou e não podiam ser trazidos produtos do exterior, o que levou muitos cozinheiros a buscarem produtos locais. Isso iniciou uma onda de exploração para o interior do país, conectando com produtores e outros cozinheiros. Assim, se começou a construir algo coletivamente, primeiro de maneira desordenada

e inconsciente, e depois mais estruturada e consciente. Foram criadas associações enquanto na região explodiam cenas gastronômicas como a do Peru e do México, embora a Argentina ainda não tivesse esse arraigo cultural.

Temos um país grande com uma logística péssima e muito centralizada em Buenos Aires. Os cozinheiros desafiaram essa logística e começaram a unir esforços com outras províncias. Descobrimos produtos excelentes em nosso país e começamos a fazê-los crescer. Criamos uma associação e uma feira, primeiro desordenada, mas com o tempo mais organizada. Este processo deu dinamismo à gastronomia argentina, com uma sazonalidade muito marcada que não se vê em outras partes da América do Sul e que os turistas apreciam.



A Argentina é um país em processo de conectar suas identidades e culturas. Não apenas em Buenos Aires, mas graças a programas recentes, mais argentinos estão viajando pelo interior do país, misturando turismo e comunicação interna. Isso está ajudando a construir uma cena gastronômica mais fresca e diversa, com produtos de alta qualidade de diferentes regiões, como as framboesas da Patagônia. Os cozinheiros estão se organizando, realizando compras coletivas e buscando modelos autogeridos e escaláveis, sem depender do Estado.

Quais são os desafios que Buenos Aires enfrenta em termos de desenvolvimento da gastronomia como atração turística?

Buenos Aires oferece uma grande variedade gastronômica. Aqui você pode encontrar pequenos restaurantes onde se come muito bem, criados por cozinheiros apaixonados. Há um ditado na Argentina: "votamos com a fome que temos". Nem sempre se trata de grandes investimentos, mas de lugares onde se come bem e se desfruta.

Que conselhos você daria aos empreendedores gastronômicos que buscam se destacar no mercado nacional e regional na Ibero-América?

O primeiro conselho é ter uma conversa honesta consigo mesmo e perguntar por que você faz isso. Ter um bom plano de negócios não garante o sucesso; é crucial entender sua motivação. Se você faz isso porque ama a gastronomia e quer viver disso, ótimo. Se você faz por dinheiro, também está bem, mas tenha claro seu objetivo. Mantenha sempre esse norte e tome decisões baseadas em seus motivos reais. Não se deixe levar pelo que outros dizem que você deve fazer.

É fundamental sair da sua zona de conforto. Ter um negócio significa fazer coisas que nem sempre você gosta de fazer, mas que são necessárias. Confie em seus sócios, mas eles não precisam ser seus

amigos. Mantenha um equilíbrio entre trabalho, amizade e relações pessoais.

Quais são seus projetos futuros e seus desejos para a gastronomia na Argentina?

Tenho vários projetos em mente, como escrever livros e criar uma série animada sobre alimentação para crianças. Também quero fazer com que produtos sazonais de alta qualidade cheguem a lugares como churrascarias de bairro ou bares de esquina. É importante que as pessoas reconheçam esses produtos e os incorporem em sua dieta diária.

Outro projeto ambicioso é introduzir a educação sobre comida nas escolas. Não me refiro a nutrição ou alimentação desde um ponto de vista sanitário, mas a ensinar sobre a comida em si: reconhecer ingredientes, saber como cozinhá-los para que sejam deliciosos. Isso ajudaria as pessoas a desfrutar mais da sua alimentação e a adotar hábitos saudáveis de maneira natural. 🌍



Ibero-américa na mesa

David Hertz

Com uma carreira culinária que começou nas prestigiadas cozinhas de São Paulo, David Hertz uniu sua paixão pela comida com um profundo compromisso com as comunidades desfavorecidas. Através da Gastromotiva, ele capacitou milhares de pessoas em situação de vulnerabilidade, proporcionando-lhes habilidades culinárias e novas oportunidades de vida. Reconhecido internacionalmente por seu impacto social, Hertz nos ensina que por trás de cada prato há uma história, e que cada receita tem o potencial de transformar vidas. Seu trabalho é um lembrete de que a culinária, em sua essência, é uma celebração da humanidade e uma ferramenta para construir um futuro melhor.



Fotografias: © Angelo Dal Bó



Como surgiu a ideia da Gastromotiva?

A Gastromotiva surgiu em 2006 com um buffet escola para as pessoas das comunidades carentes do Brasil, com o objetivo de promover a gastronomia social em todo o mundo. Queríamos criar uma metodologia que capacitasse, de maneira profissional, pessoas que vivem em situação de vulnerabilidade. Aos poucos, nosso projeto começou a fazer parte da responsabilidade social nas universidades até se expandir para 152 cozinhas distribuídas em nove estados do Brasil e no México.

Você acha que é importante que as instituições se envolvam nessas ações relacionadas à gastronomia social?

Sim, de fato, muitos dos restaurantes na América Latina receberam investimentos do governo para não fecharem e evitar o aumento do desemprego. Isso fez com que durante a pandemia, os chefs comessem a se envolver em trabalhos sociais. Graças à gastronomia social, as pessoas que estão no mundo culinário começaram a perceber que as soluções para as desigualdades sociais e para os problemas políticos vividos na América Latina podem ser encontradas ao ouvir a base, as pessoas locais.

A partir daí, a Gastromotiva trabalhou com as comunidades da Amazônia promovendo os produtos que nascem em seu território, sempre com respeito e cuidando dos saberes ancestrais, ao mesmo tempo potencializando sua cultura e tradições.

Além da gastronomia social, há de se falar dos saberes locais.

Graças a isso, a Gastromotiva se tornou tão grande, porque nunca foi para as pessoas, mas com as pessoas.

E com pessoas você também trabalha em diferentes empresas, porque muitas empresas estão interessadas em investir em seus projetos sociais...

Sim, exatamente. Para poder gerar todos os projetos que temos em mente, a Gastromotiva precisa de investimentos. Trabalhamos com a Coca-Cola, a Pepsico, a JP Morgan..., mas ainda falta que mais empresas se interessem em promover nossos projetos. Quando uma empresa se envolve nas causas sociais da Gastromotiva, as pessoas trabalham mais felizes, gerando resultados mais positivos.

Em nosso site www.davidhertz.com.br você pode encontrar uma grande quantidade de informações e perspectivas sobre como a alimentação pode ser um motor de transformação social. Acredito que essas ideias e iniciativas não só inspirarão, mas também conectarão formadores de opinião e interessados nesses temas, permitindo-nos ampliar nosso impacto conjunto.

Qual é a base de um sistema alimentar saudável e equilibrado?

Uma das coisas que aprendi foi a preparar os alimentos aproveitando todo o produto e sem desperdiçar. Isso seria a primeira coisa e a base de um sistema alimentar equilibrado. A segunda é a educação. Educação, não apenas em comida, mas também em direitos humanos. Encontrar soluções locais que possam influenciar as políticas públicas.

Eu faço parte de um grande movimento no Brasil chamado 'Pacto contra a Fome'. Graças a todas as organizações que estão nesse pacto, conseguimos conscientizar sobre a cesta básica. Na cesta que o Governo entregava às pessoas só havia produtos industrializados: farinha, feijão. Agora, graças ao nosso ativismo, a política do Governo precisa incluir frutas, legumes e verduras. Uma educação saudável e nutricional é um direito de todas as famílias.

As políticas públicas de hoje favorecem as grandes empresas, o grande agronegócio, então, é um projeto de longo prazo. Não há uma solução imediata. Para conseguir mudanças na educação alimentar das famílias, são necessários anos.

Os turistas que visitam São Paulo poderiam aprender em suas cozinhas sobre turismo sustentável e se informar sobre a problemática que existe em torno do desperdício de alimentos?

Completamente. O Governo e a Prefeitura de São Paulo criaram um observatório da gastronomia, onde mapeiam a comida para evitar desperdícios. Além disso, os turistas se interessam cada vez mais pelo tema. Por exemplo, no Rio de Janeiro, nosso Refettorio Gastromotiva oferece almoços na zona turística das escadarias do Selarón e sempre há estrangeiros que vêm comer e, quando descobrem que há um projeto social, querem se envolver. Eles pagam

Para conseguir mudanças na educação alimentar das famílias, são necessários anos.

o almoço para custear um jantar para pessoas em situação de rua.

Além do Brasil, temos projetos sustentáveis em outras cidades. Por exemplo, na Cidade do México temos uma escola onde todos os sábados realizamos um tour gastronômico com a história mexicana como base e há muita demanda para fazer essa atividade. Isso também estimula o turismo local.

Enquanto o turismo cresce na América Latina, são necessários mais investimentos dos governos para que isso aconteça. O turismo sustentável é possível, mas é necessário uma mente aberta dentro dos órgãos institucionais.

Quando fui pela primeira vez a uma comunidade carente, isso mudou tudo, porque comecei a olhar a realidade com os meus olhos e a partir das minhas próprias referências.

É possível que outros restaurantes que compõem a comunidade ibero-americana possam fazer parte de seu projeto, beneficiando também essa população mais vulnerável?

Sim, eu trabalho com o Chile, com Rafael Rincón, que tem o festival Ñam. Além disso, fui parte do processo e ajudei a montar sua Fundação Gastronomia Social. Também, estive em La Paz nas escolas sociais do restaurante Manq'ay e em El Salvador fundamos uma Gastromotiva.

Os chefs ibero-americanos estão interessados em fazer parte desses projetos. O Refettorio Gastromotiva é um ímã para muitos que querem vir cozinhar aqui e levar o projeto para as suas cidades. Além disso, o turismo sustentável está gerando congressos com chefs interessados na parte social. Em setembro, organizamos um fórum internacional de gastronomia social na Gastromotiva do Rio de Janeiro, onde convidamos todos os líderes das cozinhas solidárias do Brasil e do México.

O turismo sustentável é um grande ramo hoteleiro, os chefs e empresários estão cada vez mais conscientes dos problemas sociais na América Latina. Portanto, deve haver mais promoção para esses lugares de experiência, de inovação e de aprendizado da cozinha para que os turistas gerem suas próprias experiências.

Quais são os aprendizados mais importantes que você extrai desses projetos?

O que me mudou foi viver as experiências. Uma coisa é falar, ouvir histórias e outra coisa é vivê-las. Quando fui pela primeira vez a uma comunidade carente, isso mudou tudo, porque comecei a olhar a realidade com os meus olhos e a partir das minhas próprias referências.

Para mim, é muito importante comunicar nossa própria visão das coisas, sempre com exemplos. Eu sempre falo da minha visão. No meu caso, para que os projetos sociais tenham sucesso, é preciso ouvir muito. Sempre haverá mudanças no meio do caminho, porque como qualquer empresa, os planos mudam. Nesse sentido, a Gastromotiva é uma organização muito empreendedora, muito aberta à novidade e a observar o que acontece na Ibero-América. Nós não somos ativistas, mas somos ativistas com o exemplo. Eu vivo assim e, para mim, isso que faço é minha missão de vida. 🌐



Leonor Espinosa

Leonor Espinosa é uma chef e artista colombiana que transformou a gastronomia do seu país em uma autêntica viagem sensorial e cultural. Desde seus inícios em Barranquilla e Cartagena, sua paixão pela cozinha e pela arte, levaram-na a descobrir e celebrar a biodiversidade da Colômbia, convertendo o seu restaurante LEO em uma referência mundial. Galardoada como a Melhor Chef Feminina do Mundo em 2022, Espinosa conseguiu situar a Colômbia no mapa gastronômico internacional. Nesta entrevista, Leonor compartilha suas reflexões sobre sua trajetória, seu compromisso com a sustentabilidade e a preservação do patrimônio cultural, e sua visão da gastronomia como motor de desenvolvimento social e econômico.

Fotografias: © Juan Pablo Gutiérrez

Leonor, você começou a cozinhar no final dos anos 90 em Barranquilla e Cartagena. Como esses inícios moldaram sua carreira atual?

Na realidade a cozinha sempre foi parte de minha vida, desde muito pequena. ao ver como na cozinha da casa da minha avó eram tecidas tantas histórias, descobri o labor social que a gastronomia tem. Eu sou artista e desde que estava no colégio em Cartagena comecei a estudar na escola de Belas Artes e com a passagem do tempo, vivendo em Bogotá, em uma zona como a Macarena, onde para a época um domicílio ou restaurantes à mão eram difíceis de encontrar, comecei a cozinhar e a viajar pela Colômbia, pelos territórios profundos e entendi que a maneira pela qual queria me manifestar, artística e socialmente, era através da gastronomia. Dali surge o LEO, é minha manifestação artística.

Ao ver como na cozinha da casa da minha avó eram tecidas tantas histórias, descobri o labor social que a gastronomia tem.

Em 2022, foi galardoada como a Melhor Chef Feminina do Mundo por The World's Best 50 e seu restaurante LEO está, há 6 anos consecutivos, na lista dos 100 melhores restaurantes do mundo. O que significam para você estes reconhecimentos?

Significa que estamos fazendo as coisas bem. A Colômbia nunca tinha sido referência

gastronômica mundial, ainda quando estamos cheios de ingredientes extraordinários e pratos tradicionais cheios de sabor e cultura. Quando conheci a Colômbia profunda, os territórios, a biodiversidade e começamos a explorar novos sabores, combinações e criamos o LEO, se converteu em um atrativo mundial, que atraiu a vista de votantes, de jornalistas internacionais... conseguimos fazer um lugar nestas importantes listas. Seis anos depois não só continuamos ali, senão que abrimos a porta a novas propostas. Existem dezenas de restaurantes e cozinheiros emergentes que já representam o nosso país internacionalmente e a Colômbia é referência. Uma aposta tão arriscada como foi o LEO em seu momento, seis anos consecutivos como um dos melhores do mundo, só significa que o que estamos fazendo está bem.

O LEO é reconhecido também por seu cardápio degustação que representa a sustentabilidade e a diversidade culinária da Colômbia. Que processo você segue para selecionar e combinar os ingredientes de cada região em seus pratos?

Trabalhamos diretamente com produtores, conhecemos a região e seus produtos, portanto, o nosso cardápio sempre varia de acordo com a existência de ingredientes, já que existem temporadas de uns ou outros produtos e assim também varia nosso cardápio.

Um dos objetivos do LEO é oferecer uma viagem gastronômica pela Colômbia. Como acha que sua cozinha pode contribuir para promover o turismo nas distintas regiões da Colômbia?

De muitíssimas formas. Quando nossos comensais fazem a experiência se adentram em territórios como o Amazonas, a costa Caribe, a Savana, a planície e não só através dos ingredientes dos pratos, senão, principalmente, através da história por trás de cada prato. Isto faz com que aqueles que nos visitam se interessem por aprender mais de algumas regiões ou culturas, que de fato queiram levar esses ingredientes, que só se conseguem diretamente na região, para suas casas, e decidam empreender uma viagem até esses lugares que mais chamaram sua atenção durante o cardápio.

O conceito de ciclobioma em sua cozinha implica a incorporação de espécies pouco utilizadas. Poderia nos explicar mais sobre como desenvolveu este conceito e como ele é aplicado?

É uma exaltação à cultura nacional. Na Colômbia temos uns quantos pratos tradicionais, mas centenas de especiarias que nem sequer os próprios colombianos conhecemos. Ciclobioma é isso, uma inspiração na interconexão entre o ser humano, a herança cultural e o entorno natural, honrando a sustentabilidade e as economias locais.

O LEO realiza três transformações ao ano em seu cardápio. Como decide que ingredientes e sabores incluir nestas novas propostas?

Leo é minha proposta artística, então depende muito da inspiração, mas também da pesquisa, assim, de acordo com os territórios para onde levamos projetos, de acordo aos ingredientes que houver, assim são criados os pratos, os tempos, e Laura, minha



filha e nossa sommelier, é quem se encarrega da maridagem.

Seu trabalho com a FUNLEO se centra na preservação do patrimônio colombiano e no bem-estar das comunidades. O que a inspirou a criá-la?

A FUNLEO trabalha pela reivindicação das tradições gastronômicas das comunidades colombianas, a partir de seu patrimônio biológico e imaterial. Desta maneira se centra na compilação de espécies biológicas promissoras para a culinária e na promoção de uma cultura alimentar que valorize o potencial de nossa biodiversidade e celebre as identidades nacionais.

O turismo gastronômico está em auge. Como o LEO influenciou na promoção e impulsionamento de Bogotá?

O LEO foi uma proposta muito arriscada em seu momento ao fazer pratos com ingredientes 100% locais e que não foram tradicionais. Seis anos seguidos na lista dos melhores do mundo, os olhos do mundo inteiro na Colômbia

permitiram que a Colômbia se posicionasse e as múltiplas e maravilhosas propostas que o país tem.

Que papel desempenha a gastronomia como motor de desenvolvimento social e econômico de uma cidade?

Trabalhar com o primeiro elo da cadeia produtiva é um impacto enorme, desenvolvimento econômico e social das regiões. A aposta do LEO é essa e, por isso, assumimos os custos que isso implica, porque 80% dos nossos ingredientes provêm de pequenos produtores. Isso faz com que a economia dessas regiões se mova, adicional à que permite que haja também mais convicção por seus produtos, por sua cultura, a saber que é algo apreciado pelo mundo inteiro, através da oferta gastronômica do LEO. Assim, impactamos a economia, mas também a sociedade.

De que maneira acredita que o turismo gastronômico pode revitalizar as economias urbanas na Ibero-América e quais seriam os passos cruciais para que as

idades aproveitassem este potencial?

Um exemplo disto é a Colômbia, que nunca tinha sido um país conhecido por sua gastronomia e, ainda assim, nossa proposta e todas as novas que surgiram permitiram que os olhos do mundo focassem em nosso país, mostrando que a Colômbia tem muito a narrar em termos gastronômicos. A biodiversidade, a etnobotânica, os ingredientes de sabores, de magos trazidos à gastronomia foi nossa aposta e uma aposta que deu frutos, que abriu a porta a outros chefs, outros restaurantes e é o mesmo que está acontecendo no resto da América Latina. A América Latina é uma região cheia de magia, de ingredientes únicos, a biodiversidade e tudo o que temos é maravilhoso para fazer disso uma história.

Que conselho daria aos jovens chefs que desejam explorar e promover a cozinha de suas próprias regiões no cenário mundial?

Que o façam. 🌐



Ibero-América na mesa

Marsia Taha

Marsia Taha é uma chef cuja vida e carreira são tão diversas e ricas quanto suas criações culinárias. Nascida na Bulgária de mãe boliviana e pai palestino, mudou-se para a Bolívia aos seis anos, país ao qual dedicou sua paixão e talento. Desde seu trabalho no renomado restaurante 'Gustu' até seu compromisso com as comunidades locais, nestas linhas conheceremos sua visão sobre a riqueza da culinária boliviana e exploraremos um mundo onde tradição e inovação se encontram em cada prato.

Fotografia © Christian Gutiérrez



De onde vem sua paixão pela comida?

Principalmente da minha avó, que me ensinou sobre os mercados populares e, apesar de não cozinhar, adorava comer e gostava muito da gastronomia nacional. Depois foi minha mãe quem sugeriu que eu estudasse gastronomia. Naquela época, na Bolívia, só havia uma escola de culinária em La Paz e que ficava perto de minha casa. Minha família e amigos concordavam que eu cozinhasse bem. Foi amor à primeira vista e tive a grande sorte de surgirem muitos projetos interessantes.

O que torna a culinária boliviana única no mundo?

Ela é extremamente diversa. Temos uma enorme diversidade biológica, cultural e geográfica. A Bolívia é conhecida por ser andina, mas também é amazônica; de fato, 60% do país é Amazônia. Temos um país cheio de cultura com 37 nações indígenas, cada uma com sua própria cultura e língua, o que nos torna muito diversos em termos de gastronomia. Nos Andes,

usamos muito a batata, os tubérculos, e na Amazônia temos uma variedade imensa de peixes, uma culinária mais grelhada, muitos frutos amazônicos, muitas raízes como a mandioca...

Como vocês trabalham no 'Gustu' com as comunidades locais?

Nossa filosofia sempre foi usar produtos nativos. É importante romper as barreiras da cidade e explorar o exterior. Nós, através do projeto 'Sabores Silvestres', fizemos exatamente isso. A maior tarefa é quando viajamos e conseguimos convencer as pessoas de que queremos trabalhar com elas. É difícil, porque na Bolívia não existe a melhor infraestrutura de estradas para que os produtos possam chegar à cidade, mas tivemos sucesso. Um dos exemplos mais bonitos é nosso trabalho com os lagarteiros, uma comunidade *tacana*, ao norte de La Paz. É a população onde o abate do jacaré é feita uma vez por ano. Começamos a trabalhar com eles no restaurante e hoje vendem a carne de jacaré até em supermercados.

Como a alta gastronomia pode contribuir para melhorar a qualidade de vida dessas comunidades?

Temos a responsabilidade de comunicar as coisas corretamente. No meu caso, não inventamos a pólvora, simplesmente conseguimos comunicar muito bem nossa cultura, com excelência através do conhecimento, e acredito que essa é a responsabilidade de todos os cozinheiros. Usar esse poder midiático com responsabilidade e em benefício da nossa culinária.

Como você integra a ciência em suas criações culinárias?

Acredito que os cozinheiros têm muito de cientistas, ainda mais em países onde tudo ainda é muito virgem, onde há uma tradição de conhecimento de plantas incrível. Aqui as plantas são algo vital para nossa cultura; temos culturas ancestrais, como as altiplânicas, os kayahuayas, que são médicos andinos cujo trabalho se baseia nas plantas. Nós, como cozinheiros, também começamos a integrar essa farmácia à nossa gastronomia. Acredito que os alimentos são medicina e é importante aplicá-los com conhecimento.

Aqui tudo funciona de maneira diferente e você também precisa saber de ciência por essa razão. Em La Paz, o altiplano está a 4.100 m de altura sobre o nível do mar e, a partir daí, vai descendo. É uma topografia muito interessante, em cada altitude você tem um ponto de ebulição diferente... Normalmente, ao nível do mar, a água ferve a 100 graus, aqui em La Paz, na altura mais alta de 4.100 m, a água ferve a 85 graus Celsius. Isso influencia



© Restaurante Gustu

tudo, porque a maioria das receitas que a gastronomia nos vende são feitas ao nível do mar: tempos, temperatura... Aqui você precisa pensar diferente e fazer adaptações à altura. Estamos em um lugar alto e seco, os ingredientes vão demorar muito mais tempo para cozinhar, você vai precisar de muito mais hidratação para suas receitas, porque, estando a maior altura e com a água fervendo a 86°C, ela evapora muito mais rápido.

Como você integra a educação em seu trabalho social?

Nós começamos como uma escola de gastronomia que durou três anos. Essa escola de gastronomia ainda faz parte da nossa fundação, mas agora trabalha sob seu próprio guarda-chuva. A filosofia sempre foi baseada no mesmo conceito do Gustu, ou seja, promover e utilizar o produto local, produto de origem, com muito enfoque nas técnicas locais... Existe muita economia popular através da culinária nas ruas, e essas escolas capacitaram esse setor, um setor que chama muito a atenção do turismo.

Que recomendações você daria aos turistas gastronômicos que desejam explorar a culinária boliviana?

Visitar um mercado. Acho que o espírito de toda culinária e de todas as cidades está nos mercados. Na América Latina, temos mercados populares incríveis onde os produtores vêm do campo e vendem seus produtos nas ruas. Aqui temos o Mercado Rodríguez, onde levo meus convidados e lhes sirvo um "guayaque". O Guayaque é uma sopa ancestral, uma das

poucas técnicas pré-hispânicas que ainda estão vivas nas cidades e é uma sopa feita de peixe do Lago Titicaca, com batata nativa. É uma sopa deliciosa que se come de manhã cedo.

Quais são seus ingredientes favoritos na despensa boliviana?

Do altiplano, o *isaño*, um tubérculo incrível de duas cores, que os peruanos também chamam de 'mashua'. Acho esse produto fascinante porque é muito versátil. Eu o uso para sobremesas, saladas, para absolutamente tudo... Nas terras baixas, a variedade de peixes é infinita, há muitos peixes incríveis nos rios. Em relação às frutas, adoro o *motacú*, que é a manteiga das frutas amazônicas, um fruto silvestre que cresce na palmeira *motacú*, uma árvore que as comunidades indígenas aproveitam por inteiro.

Quais são os benefícios de basear sua culinária em ingredientes locais e sustentáveis?

Estamos em um momento em que queremos homogeneizar tudo, e nossa diversidade não é homogênea. Agora se trata de homogeneizar nossos produtos, e em vez de ter 20 tipos de banana na prateleira, colocamos apenas um. O que estamos fazendo ao não consumir essa diversidade? Fazendo-a desaparecer, simplesmente. Se nós não consumirmos essa fruta, essa terra já não será aproveitável. Ao consumir esses produtos nativos, não estamos apenas ajudando a conservar nossa diversidade e cultura gastronômica, mas também contribuindo para a conservação dessas terras.

Além disso, na Amazônia há muita mineração... Quando as comunidades não têm o que colher porque as pessoas não compram seus frutos, entram na mineração, e a mineração, na maioria das vezes, não é regulamentada, usam produtos químicos altamente nocivos e poluentes para nossas águas, que vão diretamente para o rio e, portanto, para o consumo das pessoas. Então, temos que ver isso também pelo lado da sustentabilidade. O benefício que se dá às pessoas é a conservação de nossas terras, a conservação de nossos produtos nativos... Consumir local é 100% positivo.

A que nível internacional você diria que a culinária boliviana está posicionada?

Está em um nível muito bom, ainda obviamente se desenvolvendo, se consolidando, mas ainda precisamos de mais, e isso é tarefa de todos os bolivianos, não apenas um trabalho dos cozinheiros.

Quais são seus projetos futuros?

Continuar desenvolvendo culinária com produtos bolivianos, continuar promovendo o país com orgulho, mostrar nossa culinária como ela é, incentivar nossas economias criativas, para que as pessoas venham conhecer nossa cultura, nossa tradição, nossa culinária... Vejo esse desenvolvimento do país como o ideal, poder vender nossa cultura como algo atraente para que as pessoas possam vir e contribuir para nossas economias. Acredito que essa deveria ser nossa maior saída e nosso maior foco como país latino-americano. 🌐



Pedro Miguel Schiaffino

Pedro Miguel Schiaffino é Amazônia e é mar. Seu amor pela natureza se reflete em cada um de seus pratos, tanto em seu trabalho na Amazônia quanto no 'La Rosa Náutica', onde ele funde os sabores do mar e da selva. Com cada criação, Schiaffino demonstra que é possível fazer alta cozinha de maneira responsável e conectada com o ambiente.



Qual é a sua maior influência na sua trajetória como chef?

Eu tive a sorte de cair em um restaurante italiano chamado Pinocchio, em Borgomanero (Itália), e trabalhar ao lado de Piero Bertinotti, meu mestre e a pessoa que mais me influenciou. Para mim, ele é o melhor cozinheiro do mundo além de ser uma grande pessoa. Ele me ensinou muito e ainda mantenho muito do que aprendi.

O que o levou a se concentrar na gastronomia amazônica?

Comecei percorrendo o Peru quando nenhum cozinheiro o fazia. Só Gastón Acurio apostava em viajar e divulgar o que encontrava em seu caminho. Quando comecei a trabalhar na alta cozinha em meu país em 2001, havia cozinheiros e restaurantes que trabalhavam com a cozinha tradicional limeña, mas fazer cozinha com insumos peruanos era muito atrevido e raro. Eu sempre pensei nos ingredientes e na boa cozinha que tínhamos, porque, apesar de me formar na Itália, nunca considerei fazer cozinha italiana ou europeia. Para mim, o natural era fazer cozinha peruana, e isso implicava entender o Peru e suas cozinhas regionais. Nesse processo, me deparei com a Amazônia. A natureza sempre me atraiu a, decidi conhecê-la de perto graças aos produtos amazônicos que encontrei no caminho.

À medida que a percorria, descobri muitos produtos. O que mais me impressionou foi um mercado em Iquitos com uma despensa totalmente desconhecida para mim. Cada viagem era uma descoberta, e era emocionante trazer um produto para minha cozinha e trabalhar com ele.

Qual produto você destacaria de todos eles?

A mandioca. Não só como matéria-prima, mas como alimento básico das comunidades nativas amazônicas. Há um conhecimento e uma versatilidade brutais, desde a farinha de mandioca, conhecida como farinha no Brasil, até o amido de

mandioca, ou tapioca. Da mandioca também provém o tucupi — um molho preparado pelas mulheres bora, huitoto e algumas outras etnias — que conheci pela primeira vez na zona do Ampiyacu, e com o qual tenho trabalhado muito desde então.

Do que se trata o projeto 'Despensa Amazônica'?

'Despensa Amazônica' nasceu pela necessidade de pesquisa e formação de cadeias de valor em torno da cozinha amazônica. Inicialmente, trabalhávamos na Amazônia graças ao restaurante 'Malabar' e 'Aqua Expeditions', um cruzeiro que assessoro há 17 anos. Quando abrimos 'Amaz, um restaurante amazônico profissional, as necessidades de contar com insumos sustentáveis da Amazônia cresceram. Precisávamos de um enfoque de longo prazo, assim formamos 'Despensa Amazônica' como uma organização sem fins lucrativos. 'Forest Trends', uma ONG americana, se interessou pelo nosso trabalho, o que nos ajudou a entender melhor a conservação da floresta e sua relevância para a gastronomia.

E qual tem sido seu impacto?

Tivemos conquistas significativas, como o projeto de preservação do paiche, que tem sido exemplar. No entanto, é um desafio constante dar a relevância e a importância que merece. Em meu país, os projetos a curto prazo têm gerado desconfiança, especialmente entre as comunidades indígenas que têm sido vítimas desses enfoques.

Na 'Despensa Amazônica', buscamos um impacto sustentável e a longo prazo, sabendo que introduzir insumos amazônicos no mercado e trabalhar em projetos de conservação requer anos de esforço. Por isso, mantemos nosso enfoque e continuamos apoiando as comunidades e a conservação da Amazônia, apesar dos desafios.

'Canasta Amazônica' é outro dos projetos que desenvolvemos em parceria com



a USAID (Agência dos Estados Unidos para Desenvolvimento Internacional) e a WCS (Wildlife Conservation Society). Busca difundir produtos amazônicos sustentáveis no mercado gastronômico. O conceito de “canasta” permite posicionar a riqueza amazônica e transmitir o potencial que a sua biodiversidade tem para a gastronomia profissional.

A ideia é promover esses produtos através dos chefs no Peru e na Colômbia e das comunidades produtoras. Além disso, ao envolver os clientes e seguidores dos restaurantes, conseguiremos aumentar a visibilidade e o consumo dos produtos amazônicos e gerar mercados de alto valor que ajudem a melhorar as economias locais.

Qual é o papel da educação e da conscientização na sua missão de promover a gastronomia amazônica e como isso envolve os turistas?

Eu acredito que uma boa plataforma para educar o turista é o restaurante. É um meio de comunicação muito potente. A culinária conecta e essa prática de explicar o menu, de contar uma técnica que foi utilizada na cozinha de vanguarda, ou de explicar o insumo e de onde vem e quem está por trás, hoje já não tem a mesma popularidade que no início porque os clientes estão um pouco cansados de todo esse discurso que existe ao redor do prato. Mas no nosso caso, quando começamos, era muito importante explicar o que você estava comendo, porque para a maioria dos turistas era desconhecido.

Que recomendações você daria a quem quer explorar a gastronomia peruana?

Visitar os mercados. Quando eu visito uma cidade, a primeira coisa que faço é ir aos mercados, aos entrepostos, aos portos, e conectar com os vendedores. A eles eu peço que me recomendem lugares e pergunto onde comem ou quem são seus fornecedores... Foi assim que conheci a Amazônia e consegui pesquisar os produtos em profundidade. Eu acho que os turistas devem

Quando eu visito uma cidade, a primeira coisa que faço é ir aos mercados, aos entrepostos, aos portos, e conectar com os vendedores.

desaprender para voltar a aprender.

Com ‘La Rosa Náutica’ você está em um processo de conexão com o mar, enquanto que na Amazônia você se conectava mais com a floresta. Sendo espaços tão diferentes, como você os equilibra no seu dia a dia?

Para mim, o mar sempre foi uma paixão. Cresci em frente a ele, o que me permitiu uma conexão profunda com meu trabalho atual no ‘La Rosa Náutica’. Essa conexão faz com que meu trabalho seja motivador e enriquecedor.

Eu acho que a maior diferença entre a Amazônia e a costa peruana é que existe um trabalho gastronômico ao redor do mar peruano. Enquanto o mar tem sido aproveitado e manejado há anos, o trabalho na Amazônia traz um novo olhar à gastronomia local.

Um restaurante pequeno é mais sustentável?

Eu acredito que um restaurante deve ser atraente economicamente. O impacto econômico é crucial na relação com produtores e pescadores. No ‘Malabar’, minha capacidade de compra era limitada, afetando assim a minha influência. No entanto, no ‘ámaZ’, com maior capacidade de compra, eu tinha um impacto mais significativo nas relações com os fornecedores e, portanto, um impacto positivo a nível social e econômico.

No ‘La Rosa Náutica’, com uma média de 500-600 serviços diários, trabalho diretamente com 8 pescadores, comprando todo o seu produto quando eles têm uma boa pesca. Isso seria impossível em um restaurante pequeno. Além disso, me uno



a outros restaurantes para que os pequenos também possam acessar certas pescas, algo essencial para quebrar cadeias viciosas existentes na América Latina, na pesca e na agricultura.

No nosso contexto, muitos pescadores e agricultores estão economicamente presos, sem apoio estatal e dependendo de terceiros, o que os prejudica. É aqui que a gastronomia e os cozinheiros desempenham um papel crucial para gerar um impacto positivo.

O que é uma experiência culinária responsável?

Para mim, uma experiência culinária responsável se baseia no conhecimento profundo do entorno e no impacto local do restaurante. Ser consciente dessas dinâmicas é fundamental para tomar decisões informadas e sustentáveis. O conhecimento é essencial. Sem ele, é difícil tomar decisões acertadas. É crucial entender sua posição e a responsabilidade que você tem com seu entorno. A coerência também é importante, embora possa ser subjetiva. Ser coerente nem sempre garante que você esteja no caminho certo, mas é um componente vital para a sustentabilidade.

Quando falamos de sustentabilidade, frequentemente pensamos no meio ambiente. No entanto, a sustentabilidade econômica e social também são cruciais e o restaurante precisa ser sustentável ao longo do tempo.

O que as cidades ibero-americanas podem fazer para continuar se consolidando como referências da alta cozinha a nível mundial?

Embora falemos da Ibero-América como uma região unificada, na verdade temos realidades muito distintas. Não é a mesma coisa falar de gastronomia em uma região peruana do que em uma região da Espanha, estamos falando de realidades diferentes.

A globalização é boa e tem seus aspectos positivos, mas também pode distorcer nossa realidade. Acho que é fundamental voltar e entender a realidade de cada um. Para mim, isso é básico. Antes de buscar reconhecimento pelo que faço, prefiro direcionar meu trabalho para a resolução de problemas internos e a melhoria de certas condições.

Não estou envolvido no circuito mundial porque não é minha prioridade. Prefiro valorizar a cozinha regional, conhecer a fundo os

ingredientes e trabalhar em certas cadeias produtivas. Meu foco é sempre como posso contribuir para melhorar meu entorno e realidade. Embora buscar reconhecimento possa ajudar, acredito que há tarefas mais importantes que requerem tempo e esforço, mais do que se dedicar a obter uma posição em uma lista ou um reconhecimento gastronômico.

Sempre digo aos meus amigos: trabalhem em coisas que tenham um impacto positivo na nossa sociedade e entorno, em vez de buscar reconhecimento. A América Latina está muito focada em listas e reconhecimentos europeus, mas nossas necessidades são diferentes. Devemos atender às nossas próprias necessidades em vez de buscar aplausos ou reconhecimento. Os aplausos e reconhecimentos devem ser consequência do seu trabalho; o melhor reconhecimento é o do seu entorno, da sua sociedade e dos seus clientes. Aprendi essa filosofia com Piero Bertinotti. Seus ensinamentos me motivaram a continuar trabalhando com um enfoque local e sustentável, e sempre voltarei a esse norte. 🌍



Ibero-América na mesa

Gabriela Cámara

Gabriela Cámara é uma das figuras mais influentes na gastronomia contemporânea. A chef mexicana nascida em Chihuahua é a mente criativa por trás de vários dos restaurantes mais bem sucedidos do cenário culinário atual, entre os quais se destaca o Contramar, um ícone da gastronomia na Cidade do México conhecido por sua excelente qualidade tanto nos alimentos quanto no serviço.

Como uma alquimista de sabores, Gabriela não só cria experiências gastronômicas inesquecíveis, mas também inspira uma nova geração de chefs a seguir o seu caminho de inovação e sustentabilidade. Reconhecida como uma das pessoas mais influentes do mundo pela revista Time, seu legado vai além da cozinha, promovendo a equidade e a inclusão no âmbito gastronômico e celebrando com cada prato a riqueza e a diversidade do México.

Poderia compartilhar alguma lembrança especial da sua infância que tenha influenciado na sua paixão pela culinária?

Eu adoro comer. Felizmente, tive a sorte de experimentar muita comida gostosa durante minha infância. Uma lembrança especial que tenho desde muito pequena é ver como as tortillas de farinha se inflavam em Chihuahua.

Nos seus restaurantes, você implementou programas que beneficiam seus funcionários e comunidades locais. Poderia nos contar mais sobre isso, do que se trata e qual tem sido o impacto?

Desde que começamos com o Contramar, já há vinte e seis anos, foram muitos os programas e ações que, em equipe,

implementamos em todos os restaurantes. Algumas ações, por exemplo, são: comprar peixes e frutos do mar mexicanos, garantir que todas as nossas compras tenham origem legal, respeitar as proibições de pesca, apoiar projetos de produção pesqueira responsáveis com o meio ambiente, pagar um preço justo pelos produtos que adquirimos, reduzir desperdício, capacitar constantemente toda a equipe, promover a diversificação do consumo de ingredientes e colocar nossa voz a serviço da sustentabilidade. Tudo isso com o propósito de manter uma boa qualidade de vida em nosso entorno.

O impacto tem sido positivo tanto para as comunidades de pescadores, agricultores e outros fornecedores, quanto para os restaurantes. Conhecer a

rastreabilidade de nossos ingredientes, ou seja, entender sua origem, o processo de produção, como são distribuídos, etc., nos deu o benefício de ter produtos de melhor qualidade. Nosso trabalho em comunidades com projetos sustentáveis ajuda a reduzir o impacto negativo e promove a sustentabilidade em todas as partes do ecossistema que envolve os restaurantes.

Você também se destacou por empregar ex-presidiários. O que a levou a tomar essa decisão e qual tem sido a resposta da comunidade?

Esse programa foi implementado formalmente no Cala, o restaurante que abrimos em São Francisco, e foi implementado por praticidade.

Na Califórnia, e principalmente em São Francisco, é muito difícil encontrar pessoas que queiram trabalhar em restaurantes, pois os salários que podem gerar não permitem que vivam na cidade, que nos últimos quinze anos aproximadamente, experimentou mudanças significativas e ficou muito cara devido à indústria tecnológica.

Por outro lado, existe uma comunidade de ex-presidiários que, após cumprirem suas penas,

© Eduardo Aguirre



enfrentam muitas dificuldades para encontrar emprego. Sem oportunidades de trabalho, muitos voltam ao crime porque a única coisa que conhecem é o ambiente de onde vieram. A reincidência é muito comum. Para reduzir esses índices, a cidade de São Francisco criou um programa de apoio aos ex-presidiários, fornecendo apoios econômicos para moradia e concedendo incentivos às empresas que os contrataram.

Nesse contexto, o Cala se beneficiou muito ao participar desses programas. Com a colaboração de várias organizações não governamentais e o apoio da cidade de São Francisco, criou-se uma iniciativa benéfica tanto para os restaurantes quanto para os ex-presidiários empregados. Além de melhorar o serviço e o ambiente do restaurante em geral, esse programa promoveu a ideia de fazer mais em termos de sustentabilidade, além de produtos, ingredientes e fornecedores. Pudemos apoiar essas pessoas na melhora da sua qualidade de vida, e isso é o que eu chamo um programa de sustentabilidade 360°, que é cuidar do pessoal em todos os sentidos.

Que medidas concretas adotou para garantir que seu trabalho seja ambientalmente responsável?

Ser realmente responsável, não apenas em palavras, mas em ações e atitudes.

Qual é o processo de seleção dos produtos que você utiliza nos seus restaurantes? Você participa de cada etapa desde a origem até o prato?

Um dos princípios fundamentais da nossa proposta gastronômica sempre foi conhecer a origem e a rastreabilidade de nossos ingredientes e produtos. O caminho que percorremos durante todos esses anos nos levou a trabalhar bem de perto com diferentes fornecedores do mar e do campo, com suas comunidades e o ambiente que os rodeia.

O processo de seleção do produto é sempre baseado na qualidade. Quando buscamos algo específico, sempre procuramos que seja da melhor qualidade, além de, na maioria das vezes, ser de origem local. Conhecer a rastreabilidade desses produtos, sem dúvida, nos dá essa possibilidade. Também aplicamos isso a outros insumos ou materiais, não necessariamente ingredientes, como produtos de higiene, vidros, móveis, etc.

Quais são os fatores que posicionam a gastronomia mexicana como uma das mais potentes da região ibero-americana e, conseqüentemente, do mundo?

O México é um país de riquezas e diversidade infinitas. Os sabores da gastronomia mexicana são extremamente ricos e variados, com uma imensa quantidade de produtos e receitas.

Quais você acredita serem as tendências atuais no turismo gastronômico e como estão se refletindo na oferta culinária do México?

Essas tendências se concentram no âmbito local, destacam-se por conhecer e testar o que é próprio de cada região.

México é um país de riquezas e diversidade infinitas. Os sabores da gastronomia mexicana são extremamente ricos e variados.

Que exemplos de colaboração ou intercâmbio gastronômico entre cidades ibero-americanas você conhece e como beneficiaram a região?

O exemplo que o Peru nos deu é muito bom. Desenvolvimento de estudantes, apoio aos agricultores, resgate da diversidade e ingredientes únicos peruanos, como a batata.

Em várias ocasiões, você mencionou a importância da alimentação na saúde preventiva. Quais mudanças você acha que são necessárias para melhorar a nutrição e a saúde pública no México?

Promover a agricultura e a educação alimentar. Realmente aproveitar a oportunidade para que a alimentação seja parte do programa de saúde preventiva nacional, que comer bem seja um direito fundamental de todos os mexicanos.

Como vê o futuro da gastronomia na Ibero-América e quais iniciativas acredita serem cruciais para seu desenvolvimento e promoção?

Buscar boas formas para manter e respeitar a diversidade agrícola. O resgate de nossas cozinhas e suas tradições, promover a educação em torno dos ingredientes locais e tradicionais. 🌍

Ibero-América na mesa

Fotografias: © Gonzalo Picón

Mario Castellón



Com uma paixão inabalável por seu país, Mario Castellón sempre teve sua visão clara: recuperar a identidade culinária do Panamá e gerar orgulho pelo que é próprio. Seu enfoque na sustentabilidade, inovação e educação continua inspirando todos aqueles que desejam explorar a autêntica cultura gastronômica da Ibero-América. Também o seu compromisso social, reconhecido na sua indicação ao Basque Culinary World Prize 2019. Nesta entrevista, Castellón compartilha a sua trajetória, os seus projetos e a sua visão de futuro da gastronomia panamenha, convidando-nos a descobrir os sabores que fazem do Panamá um crisol de culturas em cada prato.

Como tem sido sua evolução profissional desde seus inícios até a atualidade?

O Maito sempre teve um objetivo muito claro: aportar um pequeno grão de areia ao Panamá e posicionar a gastronomia panamenha a um nível mundial. Quando cheguei ao Panamá em 2005-2006, a cidade não tinha uma identidade gastronômica muito marcada com relação a restaurantes de média ou alta gama. Também não havia um comensal orgulhoso de uma comida local panamenha. A preferência sempre era por um restaurante de comida europeia. Quando tive a oportunidade em 2010 de abrir o Maito, foi um processo de menos a mais. Fomos criando essa identidade e esse orgulho pouco a pouco. Há sete anos conseguimos entrar na lista dos 50 Melhores Restaurantes da América Latina e pudemos ver a evolução do que significou para o turismo gastronômico e como isso impactou aqui e aos outros colegas nessas comunicações de poder posicionar a comida panamenha no mapa mundial.

O que é a nova cozinha panamenha e como você a desenvolve?

Temos uma mistura tão grande de identidades e culturas que se convertem em sabores aqui no Panamá, que ainda temos dificuldade para entendê-la... Quando se

pensa na Espanha, vem à mente a paella. Você diz Itália e pensa em massas. No México, tacos... Todos os países com grandes gastronomias têm isso. Mas se você pergunta a alguém sua preferência no Panamá, este pode mencionar a comida afro (por toda a influência afro que temos do Caribe e do Pacífico) ou pode mencionar o *chow mein* pela influência cantonesa que temos. Ou seja, nossa mistura de sabores está unida a essas culturas que já têm mais de cinco ou seis gerações no país. Neste trabalho de identificação, utilizamos também o canal do Panamá como base, porque embora o país tenha sido fundado antes, para nós, panamenhos, e para o mundo, o canal é um grande impacto.

Em sua carreira, os projetos de cunho social ocupam um espaço importante. Foi o caso, por exemplo, do projeto Nutre Hogar...

Sim, Nutre Hogar é uma ONG que combate a desnutrição infantil. Minha colaboração com eles começou em uma época em que eu estava no meio de uma revolução pelo combate da doença, de encontrar comida orgânica e, assim, implantar um dos valores do Maito: utilizar os melhores alimentos e os mais naturais possíveis. Naquele momento, o Nutre Hogar estava fazendo um projeto muito bonito

chamado *Chi Nogue Kwin*, que significa “Crianças saudáveis e felizes”, em dialeto Ngäbe. Através dessa ação, encontraram maneiras de resolver a problemática da desnutrição infantil na comarca, levando o alimento às casas. Ou seja, ensinar às comunidades e aos líderes das comunidades a cultivar suas próprias hortaliças para que tivessem o alimento em casa. Eu participei desse projeto apoiando de diferentes maneiras: no início comprando o excedente de produção e depois dando oficinas de como utilizar determinados alimentos que não eram conhecidos. Também criamos a primeira padaria nessa comunidade e impulsionamos uma economia circular. A padaria comprava os insumos das famílias que participavam do projeto de hortaliças e depois os vendiam, e foi um projeto muito bem-sucedido.

Outro de seus fundamentos é a sustentabilidade. Como você implementa essas práticas em seu restaurante?

Tentamos ser o mais sustentável possível. Embora não tenhamos painéis solares e

não coletamos água, focamos em conhecer a origem dos nossos produtos. Isso é uma prática de sustentabilidade de uma forma ou de outra. Porque a maioria dos produtores, não só da América Latina, são vítimas de abusos por parte dos intermediários e é assim que perdemos esses pequenos produtores.

Há produtos de outras cidades ibero-americanas que você também utiliza?

Fora o azeite de oliva da Espanha e certos produtos que vêm de lá... Algum arroz em algum dos restaurantes. Não muito, porque utilizamos a maior quantidade possível de produtos locais.

Que papel você acredita que os ingredientes autóctones desempenham na promoção do turismo gastronômico?

Tudo. No caso da Europa, falamos de um continente mais robusto, com sociedades mais antigas que apreciam e mantêm muito as tradições. Na América Latina, é verdade que as tradições foram se



perdendo, mas a gastronomia tem ajudado a recuperá-las. Neste ano, fiz uma viagem a Mérida, no México, e é incrível como, através da gastronomia, eles têm contribuído para a manutenção e resgate do país. Explicam como têm conservado a tradição, a semente e todo o aporte econômico que há por trás da gastronomia.

Em sua cozinha, você utiliza produtos que não são tradicionalmente usados na cozinha urbana panamenha. Poderia enumerar alguns e explicar em que contexto os utiliza?

Utilizamos produtos sazonais como o arroz vermelho, arroz negro do Darien, *dashin* (folhas de um tubérculo) de Bocas del Toro, *kalalu* da comarca...

O que você diria a um turista que queira mergulhar na cultura gastronômica de uma cidade ibero-americana de maneira autêntica?

É importante que o turista gastronômico faça um mapeamento de restaurantes através das guias que existem hoje em dia: a Guia Michelin, Relais & Châteaux e The World's 50 Best Restaurants. A maioria dos restaurantes que figuram nessas guias também se encarregaram de realizar uma boa comunicação dos produtos. Através delas, o turista encontrará, com certeza, informações sobre onde ir e o que comer.

A comunicação é uma das chaves para a promoção do turismo gastronômico. Faltam iniciativas para impulsionar a promoção do turismo gastronômico na Ibero-América?

Antes, as guias eram de museus e de lugares para conhecer, ou lugares históricos de cada país, de cada cidade. Hoje em dia, já existem muitas guias gastronômicas. Eu acredito que quanto mais informação pudermos documentar e possuir diferentes meios para fortalecer essa informação conectando os pontos, neste caso da Ibero-América, dentro de sua dimensão



cultural, utilizando, por exemplo, os países mais fortes a nível gastronômico para apoiar os menores na correlação que um tem com o outro: como nasceu esse prato ou como chegou esse ingrediente de um lugar a outro. Tudo isso são maneiras de impulsionar o turismo gastronômico através da comunicação. 🌐



Ibero-América na mesa

Chef Tita

Fotografias: © Ernesto Ríos



Inés Páez, mais conhecida como Chef Tita, é uma visionária da gastronomia dominicana que transformou a cozinha do seu país resgatando suas raízes e tradições. Com uma paixão que nasce da sua infância, a Chef Tita criou uma nova cozinha dominicana que celebra o que é local e tem um profundo impacto social. Seu restaurante *Morisoñando*, pioneiro em sustentabilidade na República Dominicana, é um reflexo de sua filosofia de vida: trabalhar em harmonia com a natureza e apoiar os produtores locais.

Como suas primeiras experiências influenciaram sua visão da nova cozinha dominicana?

Quando estudei na República Dominicana, me ensinavam a cozinha das ilhas, a cozinha francesa, mexicana, italiana..., mas nunca me ensinaram nada das minhas raízes nem da minha história. Quando fui para Palma de Mallorca, foi quando comecei a descobrir um pouco mais do mundo e a descobrir técnicas culinárias. Sempre tive amor pelo que é local quando no meu país ninguém acreditava nisso. Também vem muito da minha infância, meu pai tinha uma fazenda e produzia muitos produtos e nós nos envolvíamos com a plantação, com a colheita... Todos na minha família cozinhamos e temos essa sensibilidade. A nova cozinha dominicana que valoriza o produto local tem um impacto social, porque transforma e tem rostos no campo e pessoas maravilhosas que fazem com que tenhamos o melhor produto.

Como impacta a Fundação Ima nas comunidades rurais da República Dominicana?

Ima Ima significa 'comida' em *taíno aruaque*, que é o idioma dos meus ancestrais. Nós trabalhamos com várias comunidades e identificamos os aspectos em que podemos ajudar. É produzido orégano, por

exemplo, nós ajudamos a inseri-lo no mercado de trabalho. Temos uma praça, Agora Mall, e levamos gratuitamente nossos produtores para venderem seus produtos. Também os vendo no meu restaurante na 'La Tiendita de Morisoñando'. Na Ima, também capacitamos as mulheres do campo para inseri-las no mercado de trabalho e para que possam desenvolver novos produtos. Oferecemos cursos, ajudamos na digitalização... Geramos oportunidades impactando suas vidas, dando-lhes visibilidade e gerando essa economia circular nos campos da República Dominicana. Utilizamos a cozinha como uma arma de mudança social e transformamos através dos alimentos.

Quais aspectos da gastronomia dominicana considera mais importantes para preservar?

Na República Dominicana ocorre o primeiro encontro entre dois mundos e começa a se viver as primeiras experiências gastronômicas desde 1492. Temos o primeiro jantar que foi feito, quando o cacique Guacanacáix cozinha pela primeira vez para Cristóvão Colombo. A partir daí, começa a história gastronômica da nossa ilha... Temos influências taina, africana, espanhola, libanesa, italiana, francesa, americana... O mais importante é preservar essa história, esses produtos e esse

intercâmbio. Uma das coisas mais importantes que define um país é a gastronomia... É preciso preservar essa identidade e o que nos define como dominicanos. Somos um país turístico, vendemos muito o destino como sol e praia, mas também temos de vendê-lo como destino gastronômico para que as pessoas possam conhecer os mercados, nossa idiossincrasia através da nossa cultura e também conhecer quem somos através da nossa cozinha.

Você criou a primeira Legislação Gastronômica da República Dominicana...

Sim, em 2018. Foi um projeto que nasceu conversando com um amigo, com Bruno Toso, um grande chef peruano. Perguntávamo-nos como podíamos gerar identidade em nosso país. Começamos a trabalhar essa legislação com meu pai, minha irmã... Por isso temos o Dia Nacional da nossa gastronomia, que é o segundo domingo de dezembro. Conseguimos que a gastronomia dominicana seja patrimônio imaterial da Nação.

Você também impulsionou o primeiro projeto de Diplomacia Gastronômica do país...

Sim, com o Ministério das Relações Exteriores. Temos 49 embaixadas que nos representam no mundo e o que fizemos foi padronizar nossas receitas para que cada

pessoa faça como deve ser e as pessoas conheçam a receita original. Porque na maioria das embaixadas, quando se fazia uma comida ou um evento, se cozinhava outro prato da cultura do país onde estavam. Trabalhamos nisso para preservar e gerar essa identidade. A cozinha dominicana é muito rica porque cada prato tem muitas influências e muitos ingredientes. Um prato pode chegar a ter 15 ingredientes.

Considerando seu papel de embaixadora da Nova Cozinha Dominicana, qual a importância do turismo gastronômico na promoção da cultura culinária das cidades ibero-americanas?

É extremamente importante. É um motor de desenvolvimento. Envolver toda a parte turística e hoteleira com a parte gastronômica é fundamental, quase obrigatório. Acho que deve ser uma iniciativa mais governamental, onde muitos setores se unam, público, privado e todo o setor gastronômico, porque é de suma importância para gerar, poder também dar projeção à cozinha de um país, para que as pessoas não viajem apenas a um "tudo incluído". Mas acredito que estamos no caminho certo. Está sendo feito um estudo com o Basque Culinary Center, do qual também faço parte através da Associação de Restaurantes da República Dominicana (ADERES), para nos ajudar a comercializar nossa gastronomia, continuar projetando e fazendo com que seja conhecida para que o turismo não se interesse apenas pelo atrativo de areia branca, praia e sol, mas também pela gastronomia.

Você foi a primeira dominicana a receber 'La Liste de Paris' na categoria 'Espírito Comunitário'. O que representa este prêmio e como impactou na visibilidade da gastronomia dominicana?

Foi algo maravilhoso, me senti muito feliz e orgulhosa de colher os frutos. Comecei a trabalhar aos 17 anos e não parei, foi um trabalho muito árduo dar essa visibilidade à República através da nossa cozinha e através do que fazemos com



nossos produtores... Fui com minha filha Taína, para que ela visse o esforço da mãe. Algo estamos fazendo bem quando no mercado internacional estão se interessando pela cozinha dominicana. Cada vez nos dão mais abertura em eventos internacionais onde mostramos nossa gastronomia e nossa cultura gastronômica. Há anos trabalhamos pela cozinha do nosso país, mostrando história, cultura, produto, influências e tudo o que nos distingue como dominicanos.

Qual o papel dos chefs na promoção da sustentabilidade e como você aplica isso no seu restaurante?

Os chefs somos líderes, somos agentes de mudança que já não estamos entre quatro paredes. O chef sai, descobre, pesquisa, vê seu entorno... Parte importante da sustentabilidade é descobrir o que está acontecendo ao seu redor. Nós, por exemplo, acredito que somos o único restaurante sustentável da República Dominicana. Temos nossa produção de hortas, produzimos todas as ervas aromáticas e todas as leguminosas que usamos no restaurante. Temos plantação de mandioca e de banana. Temos 11 produtores e compramos diretamente, sem intermediários, assim todos estamos impactando vidas e o dinheiro chega direto ao campo. Também trabalhamos com comunidades de pescadores e com artesãos, porque todo o restaurante é feito por mãos dominicanas.

Uma vez por mês fazemos o 'Ima nos une', onde montamos mesas no meu restaurante, cozinhamos com nossos produtores e nessas mesas são vendidos seus produtos. Tentamos cozinhar, fazer oficinas e ensinar o produto, dá-lo a conhecer para que outros cozinheiros também possam utilizá-lo. Fazemos cozinha com impacto social, onde apoiamos a cadeia de valor de maneira direta e eu utilizo minhas influências como cozinheira para ser embaixadora de todos eles e gerar oportunidades para que continuem crescendo e possam viver de forma mais estável em seus campos.



Quais projetos você tem para continuar difundindo a cozinha dominicana?

No próximo ano quero que, além do intercâmbio cultural que fazemos com os cozinheiros, também o façamos com as pessoas às quais ajudamos. Que eu faça um intercâmbio entre um dos meus produtores e os produtores, por exemplo, da Costa Rica, de um amigo meu, Pablo Bonilla, que também faz um lindo trabalho. Que compartilhem os conhecimentos e eles possam treinar meu produtor e eu treinar o produtor dele no campo.

Também continuar com o Top Chef VIP. Claro, continuar com meu outro restaurante Aguají (em Puerto Plata, Sosúa) onde temos uma experiência totalmente dominicana, também voltada aos ancestrais.

Continuarei trabalhando com a fundação e com outras fundações de grandes amigos, além de continuar trabalhando com a educação do meu país, para que as crianças conheçam a cozinha dominicana e abracem com orgulho essa identidade. A educação tem de começar desde pequenos para que as pessoas se sintam orgulhosas do país, da nossa essência, do que somos e possam continuar potencializando e acreditando no que somos. 🌐

Delícias das cidades UCCI

Escudella

Andorra la Vella



- Arroz 150 g
- *Butifarra* branca 435 g
- Macarrão para sopa 150 g
- Focinho de porco 490 g
- Feijões brancos 100 g
- Toucinho 250 g
- Grãos-de-bico 100 g
- Carne de vaca 245 g
- Batatas 1.250 g

- *Bringuera* 250 g
- Alho poró 250 g
- Ossos (de vaca e de presunto cru) 135 g
- Cenouras 200 g
- Ossos de galinha 75 g
- Aipo 200 g
- Almôndegas (*) 825 g
- Repolho 350 g

- Abóbora 250 g
- *Butifarra* negra 675 g
- Sal, pimenta, alho, salsinha, farinha e água de Andorra

(*) 275 g de porco, 275 g de carne de vaca e 275 g de galinha

1. Colocamos a água para ferver. Quando ferver, colocaremos os ossos e o toucinho para fazer o caldo (30 minutos).
2. Por enquanto, prepararemos as almôndegas ou pilota (bola) com a carne de porco, vaca e galinha, e misturaremos tudo com o alho, a salsinha, o sal e a pimenta.
3. Faremos as almôndegas e as passaremos pela farinha. Cozinharemos em uma panela à parte porque, se tivermos de acrescentar caldo à escudella, aproveitaremos o das almôndegas (1 hora).

4. Cortaremos as verduras e as batatas. Normalmente temos de ir tirando a espuma do caldo até que toda ela esteja retirada.
5. Quando os ossos tiverem fervido, uns 30 minutos, acrescentaremos a carne de vaca e deixaremos que ferva por 1 hora a mais.
6. Passado este tempo, retiraremos os ossos e a carne, e acrescentaremos a *butifarra* negra e a *butifarra* branca. Deixaremos ferver uns 30 minutos a mais e depois retiraremos tudo.

7. Acrescentaremos as verduras para que ferverem uns 30 minutos e depois as batatas uns 25 minutos a mais. Colocaremos o macarrão para sopa e o arroz. Deixaremos ferver uns 15 minutos e, finalmente, acrescentaremos os feijões e os grãos-de-bico cozidos para que ferverem por 15 minutos.
8. Por enquanto, cortaremos a carne, a *bringuera*, as *butifarras* e o toucinho, junto com as almôndegas, no mesmo prato onde serviremos a escudella. Temos de ir provando a escudella para retificar o ponto de sal. Acompanhamos, se for possível, com pão integral.

© Comú d'Andorra la Vella



Chipa maisena

Asunción



- 12 ovos
- 2 ½ kg de maisena de mandioca
- ½ kg de gordura de porco
- 750 g de queijo paraguai (pode ser outro tipo de queijo)
- ½ litro de leite
- Anis a gosto
- Sal a gosto

1. Batem-se a mão os ovos, com a gordura, o leite, o queijo e o anis, por espaço de 15 minutos e depois se agrega a maisena em forma de chuva e vai se misturando até formar uma massa compacta, se for necessário, agregar mais leite, necessita uma boa amassada.

2. Cozinhar ao forno até que a casca esteja dourada e crocante.

Fonte: *Chipa Pão Sagrado* - Margarita Miro

Escrito por Lic. Yeruti Fay Michalik - Departamento de Turismo
Direção Geral de Cultura e Turismo da Municipalidade de Assunción.

Arroz de frango da raça Prat com abóbora e romesco de avelãs de Reus

Barcelona



- 80 g de arroz do delta variedade Sénia
- 100 g de abóbora violino
- 1 cebola de Figueres
- 1 l de caldo de frango
- 1 tomate maduro
- 4 dentes de alho

- 6 cl de azeite de oliva virgem
- 500 g de frango da raça Prat, cortado em pedaços pequenos
- 1 g de sal
- 30 g de avelãs de Reus
- 2 cl de vinagre de xerez

1. Para o *romesco* de avelãs: assar meia cebola, dois dentes de alho e o tomate, ao forno, com um fio de azeite, a fogo forte, até que estejam assados e tenham tomado cor. No copo do liquidificador, colocar as avelãs tostadas, sal, o vinagre de xerez, as verduras assadas descascadas e um bom fio de azeite de oliva e triturar tudo até que fique um *romesco* bem fino.

2. Para o arroz: pôr um pouco de azeite em uma frigideira de ferro e dourar o frango, previamente salpimentado, até que tome cor. Incorporar a cebola cortada em dados e o alho, e dourar tudo junto.

3. Ato seguido, cobrir com água e cozer 45 minutos a fogo lento e tampado, até que o frango esteja tenro e a água tenha se evaporado.

4. Acrescentar o arroz e mexer um pouco a fogo lento. Acrescentar a abóbora cortada em dados e alguma verdura de temporada a gosto, como alcachofras. Incorporar o caldo e retificar o sal. Acabar a cocção ao forno, 12 minutos, a 220 °C.

5. Retirar a frigideira do forno, experimentar para comprovar o ponto e decorar com uns pontos de *romesco* de avelãs.

A proporção de caldo para fazer um arroz seco é de uma parte de arroz por quatro de caldo.

© Prefeitura de Barcelona

Ajiaco santafereño

Bogotá



- 600 g de frango (peito e/ou coxa), segundo preferência
- 600 g de espiga de milho tenra (2 espigas pequenas)
- 250 g de cebola longa
- 125 g de coentro de castilha (uma rama)
- 10 g de alho
- 100 g de *guascas* (um ramalhete)
- 700 g de batata *sabanera*

- 700 g de batata *pastusa*
- 700 g de batata *crioula*
- 2,4 litros de água
- Sal a gosto

Acompanhamento:

- 30 ml de creme de leite
- 30 ml de alcaparras
- 600 g de abacate
- 30 ml refogado (tradicional) ou creme de leite

1. Elaborar um bom caldo com a água, o frango, um "bouquet garni" (alho, cebola, coentro e uma parte das *guascas*), e a espiga. Deixar ferver a fogo alto.
2. Descascar os três tipos de batata, lavá-las bem e cortá-las em lâminas ou cubos médios; reservá-las em água fria.
3. Uma vez que o caldo estiver com bom sabor, retirar o coentro, a cebola e o frango. Acrescentar a batata *sabanera*,

depois a *pastusa* e a metade da crioula, que se desfaz mais rápido e dá consistência e cor ao ajiaco.

4. Baixar o fogo a intensidade média e corrigir o sal. Mexer suavemente e agregar o resto de batatas crioulas e de *guascas*. Baixar a fogo lento e deixar conservar.
5. Acrescentar o frango desfiado, deixar um último ferver e servir.

Acompanhamentos:

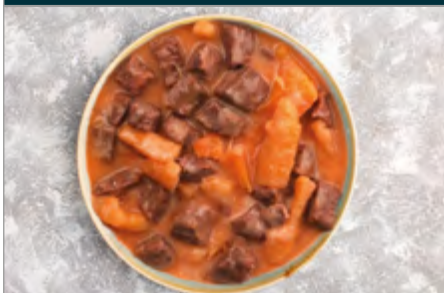
Tradicionalmente o *Ajiaco* Santaferenho é acompanhado com abacate, creme de leite e alcaparras, que são servidos por separado e adicionados a gosto.

Receita para 4 porções

© Prefeitura de Bogotá. Ricardo Báez

Vaca atolada

Brasília



- 1,5 kg de costela bovina em pedaços
- 4 dentes de alho picados
- 3 tomates
- Sal, pimenta-do-reino e cheiro-verde picado a gosto
- 4 colheres (sopa) de óleo
- 2 cebolas picadas
- 2 cubos de caldo de carne
- 1 kg de mandioca em pedaços

1. Emperna a costela com o alho, sal e pimenta.
2. Aqueça uma panela de pressão com o óleo, em fogo alto, e frite a carne até dourar.
3. Junte a cebola, o tomate, o caldo de carne e refogue por 5 minutos.
4. Cubra com água, tampe e cozinhe por 25 minutos em fogo baixo, após iniciada a pressão.
5. Desligue, deixe a pressão sair naturalmente e abra a panela.

6. Adicione a mandioca, cubra com mais água, se necessário, tampe e cozinhe por mais 25 minutos em fogo baixo, após iniciada a pressão.

7. Desligue, deixe a pressão sair naturalmente e abra a panela.

8. Volte a panela ao fogo médio, tempere com sal, pimenta e cozinhe até a costela e a mandioca amaciarem.

© Brasília Distrito Federal



Milanesa à napolitana com batatas fritas

Buenos Aires



- 500 gr filés
- 3 ovos
- Alho
- Salsinha
- Sal e pimenta
- 2 colheres mostarda
- Farinha de rosca
- 500 cc molho de tomate
- 200 gr presunto
- 500 gr queijo muçarela

Guarnição:

- 1 kg de batatas
- Óleo

1. Bater os bifés de carne para fazê-los maiores e temperar com sal e pimenta.
2. Fazer uma mistura com os ovos, o alho e a salsinha picados e a mostarda.
3. Passar a carne pela mistura e depois empanar com a farinha de rosca..
4. Fritar em abundante óleo.
5. Colocar as milanesas em uma assadeira, cobrir com salsa, presunto e muçarela e gratinar uns minutos no forno.

Para as batatas fritas:

6. Descascar, lavar e cortar as batatas em bastões.
7. Secá-las bem com um papel.
8. Colocar abundante óleo em uma frigideira e levar ao fogo. Quando o óleo estiver bem quente, incorporar as batatas, sem que estas se amontoem.

9. Assim que estiverem douradas, retirar com uma escumadeira e colocar sobre papel de cozinha para que este absorva o excesso de óleo.

10. Agregar sal antes de servir.

© Governo da Cidade de Buenos Aires

Cavalas con *babetas*

Cádiz



- 1 kg de cavalas
- 200 g de pimentão verde picado
- 250 g de cebola picada
- 4 dentes de alho
- 500 g de tomate descascado e picado.
- 250 centilitros de azeite de oliva virgem
- Sal
- 300 g de babetas frescas (massa aplastada parecida a um talharim, mas muito mais curto, da longitude de um macarrão).

1. Limpar as cavalas de tripas e guelras, tirar a cabeça e abri-las em filés. Colocar as cabeças e as espinhas bem enxaguadas em uma caçarola com água e deixar cozinhar por meia hora. Este será o caldo empregado para este guisado.

2. Em outra caçarola pôr o azeite a aquecer e dourar os alhos. Uma vez que comecem a dourar, acrescentar pimentão e cebola, deixar cozinhar até que estejam bem cozidos, subir o fogo e incorporar o tomate e refogar até que perca toda a água. Nesse momento, acrescentam-se uns dois litros de caldo coado e deixa-se cozinhar 15 minutos.

3. Temperar e acrescentar as babetas e um minuto mais tarde as cavalas, para que a cocção não seja longa e o pescado não passe do ponto.

4. Se utilizamos pasta seca o tempo de cocção será maior. Por último, o pescado será acrescentado no último momento, seguindo as mesmas normas que para a massa fresca.

Receita elaborada pela Escola de Hotelaria de Cádiz. © Prefeitura de Cádiz

Chuchitos Guatemaltecos

Cidade de Guatemala



- 1 kg de Fubá Mimoso ou farinha de milho pré-cozida
- 1 kg de Frango
- 2 Barras de manteiga
- 3 Colheres de Óleo
- 15 Tomates
- 4 Tomates-mexicanos (tomatinhos verdes)

- 2 Pimentões vermelhos
- 1 Cebola média
- 3 Dentes de alho
- 1 Chile *guaque*
- 1 Chile *sambo*
- Sal e consomê
- ½ k de Palha de milho (folha de milho seca)

1. Prepare o Fubá (ou a farinha de milho pré-cozida) misturando com água, a massa deverá ficar aguada, mas com consistência, agregue o óleo, a manteiga, sal e consomê a gosto.
2. Para preparar o molho, asse os chiles *guaque* e *sambo*. Já assados coloque-os de molho uns 20 minutos em água para que soltem o picante, retire a água e bata no liquidificador com um pouquinho de água e passe pelo coador.

3. Por separado, asse os tomates, os tomates-mexicanos, alhos, cebola, pimentões. Triture no liquidificador para fazer o molho e junte à mistura dos chiles. Coloque tudo em uma panela e ferva.
4. Corte o frango em pedaços pequenos e cozinhe com sal e consomê a gosto.
5. Coloque de molho as palhas de milho em água quente. Arme os *chuchitos* colocando uma colherada grande no centro da palha, jogando o molho por cima e inserindo um pedaço de frango no centro.

6. Dobre a palha para o centro e para cima, amarrando com uma tirinha de palha.
7. Cozinhe por, aproximadamente, duas horas

© Municipalidade de Guatemala

Machete de tinga de frango

Cidade do México



- 1 peito de frango cozido e desfiado
- 2 cebolas fatiadas em tiras finas
- 2 colheres de óleo
- ½ kg de tomates
- 4 pimentas *morita*, assadas e sem sementes
- 3 dentes de alho médios
- Sal a gosto
- Caldo de galinha em pó
- *Machete* de 60 cm (tortilha)

1. Cozinhar a Tinga de frango: coloque um recipiente untado a fogo baixo, onde se adiciona a cebola até que cozinhe um pouco.
2. Triture o tomate com o alho e a pimenta *morita*. Quando ferver um pouco, adicione o peito de frango desfiado.
3. tempere com um pouco de sal fino, deixe ferver por cerca de 10 minutos para que tempere bem.
4. Recheie o machete (tortilha de 60 cm de diâmetro) e aqueça em um comal ligeiramente untado para evitar que a tortilha grude, mas sem fritá-la.

Receita de **Machetes** Amparito

Guia Gastronômica das Cidades Mexicanas Patrimônio Mundial
© Associação Nacional de Cidades Mexicanas do Patrimônio Mundial A. C



Camarões ao Molho de Coentro com *Patacones*

Cidade do Panamá

**Para os camarões:**

- 6 camarões
- 2 dentes de alho
- 1 punhado de salsa picada
- 1 colher de sopa de páprica
- 2 folhas de coentro fresco
- 2 colheres de sopa de molho de tomate
- 150 ml de caldo de peixe
- 400 ml de leite de coco fresco ou enlatado
- 1 pitada de sal e um pouco mais a gosto
- 1 fio de óleo de coco

Para os patacones:

- 2 bananas verdes inteiras
- Óleo para fritar
- Sal a gosto

Para a salada:

- ½ repolho roxo picado bem fino
- 1 cenoura ralada
- ½ xícara de maionese
- ½ colher de sopa de açúcar
- Sal a gosto

1. Limpar os camarões, mas deixá-los inteiros, com casca e cabeça.
2. Picar todos os vegetais a gosto e refogar no óleo de coco com sal e especiarias. Adicionar o leite de coco e cozinhar por 10 minutos em fogo baixo.
3. Levar a mistura ao liquidificador, bater e ajustar o sal, se for necessário.

4. Em uma frigideira limpa, selar os camarões com o resto do óleo de coco e sal a gosto.
5. Servir os camarões e regar com o molho triturado e quente.
6. Descascar as bananas e cortá-las em pedaços de 1 polegada.
7. Fritar em fogo médio-alto até que estejam cozidas internamente.

8. Retirar, deixar descansar por 1 minuto e amassar.
9. Voltar a fritar já amassadas, com o óleo em fogo alto.
10. Misturar a cenoura, o repolho, a maionese, o açúcar e o sal ao mesmo tempo.
11. Servir e decorar a gosto.

© Prefeitura do Cidade da Panamá

Receita de roupa velha cubana

La Habana



- 1 libra de carne de vaca
- 1 cubinho caldo de carne
- 2 folhas de louro
- Pitada pimenta do reino
- Pizca sal al gusto
- 1 cebola grande
- ½ pimentão
- 2 dentes alho

- ½ colher cominho em pó
- 1 colher de orégano que pode ser fresco ou em pó
- ½ xícara vinho tinto
- 1/8 xícara vinho seco
- ½ xícara purê de tomate
- Pouquinho de óleo

1. Encha de água uma panela, preferencialmente de pressão, e ponha para amolecer a carne prestando atenção para que a água cubra a carne uns três dedos. Agregue sal e deixe ferver durante uns 30 minutos aproximadamente ou até que a carne fique suficientemente macia para poder desfiá-la (pode verificá-lo se, ao introduzir um garfo na carne, este se afunda facilmente).
2. Escorra a carne em um recipiente e espere até que esfrie. Pode conservar o caldo para preparar outros pratos.

3. Ajudando-se com dois garfos, desfie bem a carne e reserve.
4. Para preparar o molho, triture bem os dentes de alho e pique em quadrinhos pequenos a cebola e o pimentão, em uma frigideira bem quente com uma colher de óleo..
5. Acrescente ao refogado o cominho, o orégano, o vinho tinto, o vinho seco e o purê de tomate. Misture até que tudo fique bem integrado durante outros 30 segundos.

6. Em uma frigideira grande, incorpore a carne desfiada e cubra-a bem com todo o molho. Deixe cozinhar a fogo médio durante uns poucos minutos.
7. Retifique o ponto de sal a seu gosto.
8. Sirva em um prato raso acompanhado de arroz branco, batata ou banana frita, salada de temporada e desfrute deste saboroso prato.

© Governo Provincial de Havana

Chairo Pacenho

La Paz



- 4 batatas cortadas em tirinhas
- 6 *chuños* (batata desidratada) amassadas
- 2 cenouras cortadas em tirinhas
- 1 nabo inteiro 1/2 xícara de farinha de trigo
- ½ kg de carne de peito de vaca moída
- ½ kg de osso de vaca
- ½ cebola sem picar
- 2 colheres de salsinha picada
- 1 colher de aipo picado
- 1 colher de hortelã picado
- 1 xícara de milho de canjica (mote)
- 100 g de *Chalona* (carne de cordeiro seca)
- 1 ½ litros de água
- Sal
- Pimenta a gosto

1. Refogar as verduras.
2. Depois cozer todos os ingredientes em água com as carnes (exceto as ervas) durante uma hora.
3. Posteriormente, acrescentar as ervas e deixar cozinhar 5 minutos.
4. Servir bem quente.
5. Acrescentar um pouco de torresmo de porco.

© Governo Autônomo Municipal de La Paz

Causa limenha

Lima

**Para a massa**

- 3 *ajíes* amarelos
- 1 kg de batatas amarelas
- 3 limões
- 60 ml de óleo vegetal
- Sal e pimenta a gosto

Para o recheio

- 250 g de frango
- 2 cebolas
- 1 pimentão verde
- 5 *ajíes*
- 100 g de maionese
- 1 abacate médio picado em fatias
- 1 cenoura média
- 6 vagens ou feijões

Para a massa:

1. Descasque as batatas e leve-as para ferver com um pouquinho de sal até que fiquem macias.
2. Por enquanto, prepare o molho de *ají* amarelo que serve para dar sabor e cor à massa. Só deve picar os *ajíes*, eliminar as sementes e as veias; cortá-los em quartos. Coloque para ferver até que fiquem macios. Quando estiverem suaves, retire a pele e triture a carne dos *ajíes*. Obterá um molho de consistência um pouco espessa e de uma bonita cor amarela. Reserve-a; quando as batatas estiverem prontas, aproveite enquanto estão quentes para elaborar a massa prensando-as, procurando que fique o mais liso possível.

3. Agregar à massa todos os demais ingredientes: o molho amarelo, o óleo, o suco dos limões, sal e pimenta. Misturar muito bem amassando com as mãos.

Para o Recheio:

4. Preparar o frango cozido em água junto com uma das cebolas, o pimentão verde, os *ajíes* e o sal a gosto. Na mesma água do frango pode-se pôr a ferver os feijões ou vagens e as cenouras. É importante que nada seja cozido mais além do ponto. Quando estiverem prontos, retirar da água e desfiar o frango completamente.
5. Una o frango já desfiado junto com a outra cebola bem picada, a maionese e um pouco de sal e pimenta.

Para a montagem:

6. Primeiro tome uma porção da massa e cubra o fundo de uma forma. Depois, coloque as fatias de abacate por cima da massa. Cubra o abacate com a mistura do frango.
7. Tome outra pequena porção de massa e tampe todo o frango. Por cima, coloque a camada de cenouras e feijões ou vagens.
8. Com a massa que sobrar, cubra bem a causa *limenha*. Para o enfeite, corte os ovos de forma longitudinal e coloque-os em cima da causa junto com as azeitonas. Deixar repousar um pouco na geladeira. Este é um prato que se serve frio.

© Municipalidade Metropolitana de Lima



Bacalhau à Brás

Lisboa



- 500 g de Bacalhau
- 500 g de batatas
- 4 colheres de sopa de azeite
- 350 g de cebolas
- 5 ovos
- 2 dentes de alho
- 1 colher de sopa de salsa picada
- Azeitonas pretas
- Sal e pimenta
- 2 colheres de sopa de natas (opcional)

1. Desfaça o bacalhau em lascas. Descasque as batatas, lave-as e corte-as em palha, com a ajuda de um ralador. Lave-as depois em várias águas, escorra-as e enxugue-as num pano.
2. Descasque e pique os dentes de alho e corte as cebolas em rodelas finíssimas.
3. Leve o azeite ao lume numa frigideira e, após quente, junte-lhe os dentes de alho.

4. Assim que o alho começar a alourar, adicione imediatamente as batatas e frite-as ligeiramente, mexendo sempre com um garfo, para evitar que fiquem coladas umas às outras.
5. Retire as batatas e, na mesma gordura, aloure as cebolas.
6. Junte depois o bacalhau, envolva-o bem nas cebolas e deixe cozer durante uns minutos.

7. Reintroduza as batatas na frigideira, mexa e regue com os ovos batidos e temperados com sal e pimenta. Mexa sem parar sobre lume médio, de modo que os ovos fiquem macios.
8. Polvilhe com a salsa picada e decore o Bacalhau à Brás com azeitonas pretas.

© Câmara Municipal de Lisboa

Cozido madrilen

Madri



- 1 xícara grãos-de-bico
- 50 g batata
- 50 g chouriço asturiano
- 50 g toucinho
- 1 osso de presunto cru

- 150 g carne de músculo
- 100 g galinha
- 100 g repolho para acompanhamento
- 3 dentes de alho
- 1 punhado macarrão cabelo de anjo

1. Colocamos os grãos-de-bico de molho na noite anterior.
2. Em um pote de barro, feito a mão, introduzimos a carne de músculo, o presunto cru, a galinha, os grãos-de-bico, o toucinho e o chouriço.
3. Quando tiver cozinhado por 3 horas acrescentamos a batata e deixamos cozer por 1 hora a mais.
4. Depois de colocar todos os ingredientes crus acrescentamos a água e colocamos tudo ao fogo lento do carvão de azinheira durante 4 horas.

5. Durante este período deve-se estar regando os potes continuamente com caldo de cozido para que não se sequem, já que a temperatura que se acumula na grelha onde são cozidos ao carvão é muito elevada e o caldo se consome.
6. Deve-se cozer o repolho e depois refogá-lo com azeite de oliva e alho. Os macarrões cabelo de anjo são cozidos com água e um pedaço de chouriço.

Receita: Mara Verdasco | Restaurante La Bola

© *Cien recetas icónicas de Madrid (con parada en sus mercados)*. Prefeitura de Madri.

Arroz aguado nicaraguense

Managua



- 2 lbs e meia de Frango
- 2 lbs de arroz inteiro
- Sal a gosto
- 1/2 de hortelã
- *Achiote* a gosto

- A metade de uma Cebola
- 4 tomates
- 2 *Chiltomas*
- Laranja azeda a gosto
- 1 dente de alho amassado

1. Primeiramente limpamos o frango com laranja azeda e sal, depois disso o colocamos a cozer com 2 litros de água e agregamos a cebola, o dente de alho, os tomates e a *chiltoma*.
2. Depois disso, quando o frango estiver um pouco suave, agregamos o arroz lavado, e um pouco de laranja azeda a gosto e o *achiote* para dar essa cor vermelha. Deixamos que o arroz arrebente.

3. Quando o arroz estiver no ponto continuamos agregando o azedo a gosto e um pouquinho de sal. E terminamos agregando o hortelã e o deixamos repousando uns 5 ou 6 minutos, sempre mantendo a consistência para que fique ensopadinho.
4. Depois o servimos em umas cumbucas de sopas e saboreamos nosso requintado arroz aguado.

© Prefeitura de Managua

El chivito

Montevideú



- 200 g churrasco de lombo
- Alface
- Tomate
- Cebola
- Presunto
- Muçarela
- Toucinho defumado
- Ovo cozido ou frito
- Maionese
- Pão "tartaruga"

1. Bater a carne até que fique macia e fininha.
2. Formar pacotes com o presunto e o queijo.
3. Cortar as verduras em tirinhas, o toucinho direto à chapa quente.
4. Tostar um pouco as faces internas do pão para que tenham um "crunch" especial.
5. Colocar sal e pimenta a gosto na carne na chapa.

6. Pôr em cima da carne quase pronta o pacote de presunto e muçarela para que se funda e acrescentar o toucinho.
7. Depois de finalizado este processo, pôr maionese no pão, as verduras e agregar a carne.
8. Para um grande final acompanhar com batatas fritas.

© Prefeitura de Montevideú



Locro quiteño

Quito



- 1 kg Batata chaucha ou amarela cascada
- 1 kg Batata leoa branca
- 2 kg Batata *chola* cascada
- 200 g cebola branca picada
- 1 ají inteiro
- 50 g de óleo achiote
- 500 ml de leite

- 50 g de manteiga
- 100 ml de creme de leite
- 1 ají asado
- 2 Abacate
- 400 g de queijo fresco
- 150 g de tostado

Base:

1. Refogar cebola branca em achiote.
2. Agregar batata chola descascada, batata chaucha descascada e batata bolona em large dice, 1 ají assado, 1 água até cobrir.
3. Cozer por 30 minutos aprox e retirar o ají.
4. Cozer até amolecer e obter uma base cremosa.

Locro quiteño

5. Locro base + leite + creme + 10% queijo processado com leite.
6. Pode ser guarnecido com abacate, ají, queijo e tostado entre outros.

© Distrito Metropolitano de Quito

Filé Osvaldo Aranha

Rio de Janeiro



- 1 filé mignon de aproximadamente 200g
- Sal e pimenta-do-reino a gosto
- 2 dentes de alho picados ou em lâminas
- 2 colheres de sopa de manteiga
- 2 colheres de sopa de azeite
- 1 xícara de arroz branco cozido
- 1 xícara de batata portuguesa (batata frita em rodela finas)
- 1 ovo frito (opcional)

Preparar o Filé:

1. Tempere o filé mignon com sal e pimenta-do-reino a gosto.
2. Em uma frigideira grande, aqueça o azeite e a manteiga em fogo médio-alto.
3. Adicione o filé mignon e sele de ambos os lados até atingir o ponto desejado (mal passado, ao ponto, bem passado).

Preparar o Alho:

4. Na mesma frigideira, depois de retirar o filé, adicione mais um pouco de manteiga e frite o alho até dourar. Cuidado para não queimar.

Batata Portuguesa:

5. Frite as batatas em rodela finas até ficarem douradas e crocantes. Retire e coloque sobre papel toalha para escorrer o excesso de óleo. Tempere com sal a gosto.

Montagem:

6. No prato, coloque o filé mignon, cubra com o alho frito.
7. Ao lado, coloque uma porção de arroz branco e outra de batatas portuguesas.
8. Se desejar, adicione um ovo frito sobre o arroz.

© Prefeitura do Rio de Janeiro

Galo Pinto

San José



- 2 xícaras de arroz branco cozido
- 3 xícaras de feijões pretos cozidos
- ¼ xícara de cebola picada
- ½ pimentão verde picado (opcional)
- 2 colheres de coentro picado
- 3 colheres de azeite vegetal
- Sal e pimenta a gosto
- Molho Lizano a gosto (opcional)

1. Aquecer o azeite em uma frigideira a fogo médio.
2. Agregar a cebola e o pimentão verde (caso se use) e refogar até que estejam tenros.
3. Incorporar os feijões pretos e cozinhar durante 2 minutos.
4. Acrescentar o arroz branco, o coentro, o sal e a pimenta. Misturar bem e cozinhar durante 3-5 minutos a mais, ou até que estiver quente.
5. Servir quente com ovos fritos, abacate, tortilhas ou creme azedo.

© Municipalidade de San José

Pinha Colada

San Juan



- 2 xícaras de gelo
- 1 xícara de suco de abacaxi
- ½ xícara de rum branco
- 1 xícara de creme de coco
- Pedacos de abacaxi fresco para enfeitar
- 2 cerejas ('cherries') ao marrasquino para decorar

1. Em um liquidificador combine o gelo, o suco de abacaxi, o creme de coco e o rum.
2. Misture em velocidade alta por vários segundos até que o gelo fique triturado. Procure que todos os ingredientes se integrem bem.
3. Sirva em copos e decore com pedaços de abacaxi e cerejas.

© Municipio Autónomo de San Juan



Popusas salvadoreñas

San Salvador

**1. Preparar a massa:**

- Em uma tigela grande, misture a farinha de milho com o sal.
- Pouco a pouco, agregue a água morna enquanto mistura com as mãos até obter uma massa suave e manejável. A massa deve ser úmida, mas não pegajosa. Se estiver muito seca, agregue um pouco mais de água; se estiver muito pegajosa, agregue um pouco mais de farinha.

2. Formar as pupusas:

- Divida a massa em bolas do tamanho de uma bola de golfe (umas 12 porções).

Para a massa:

- 2 xícaras de farinha de milho
- 1 ½ xícaras de água morna
- ½ colherzinha de sal

- Aplaine cada bola em um disco grosso usando suas mãos.
- Coloque uma colher de queijo ralado (e um pouco de loroco se o estiver usando) no centro do disco.
- Dobre as bordas da massa para o centro, envolvendo o recheio e fechando bem para que o queijo não saia.
- Aplaine suavemente a bola recheada entre suas mãos até formar uma tortilha grossa de aproximadamente 1/4 de polegada de espessura. Tenha cuidado para que a massa não se rompa e que o queijo saia.

3. Cozinhar as pupusas:

- Esquente uma frigideira grande ou um *comal* a fogo médio-alto. Não é necessário adicionar

Para o recheio:

- 2 xícaras de queijo ralado (pode usar queijo fresco, queijinho, muçarela, ou uma mistura deles).
- Opcional: um pouco de loroco (uma flor comestível típica da América Central) se puder encontrá-lo, para dar um sabor mais autêntico.

óleo, mas se preferir, pode usar um pouco de óleo para evitar que grudem.

- Coloque as pupusas na frigideira quente e cozinhe durante uns 3-4 minutos por cada lado, ou até que estiverem douradas e cozidas por dentro.

- Saberá que estão prontas quando estas se inflarem um pouco e tiverem manchas douradas em ambos os lados..

4. Servir:

- As pupusas são servidas tradicionalmente com pikles (uma salada de repolho curtido em vinagre) e molho vermelho (um molho de tomate suave e picante).

© Prefeitura da Cidade do San Salvador

Rocambole italiano

Santiago



- Marraqueta (tipo de pão)
- Rocambole
- Tomate em lâminas
- Abacate amassado
- Maionese caseira a gosto

1. Antes de começar, torramos o pão por um minuto, até que esteja quente e crocante.
2. Depois cortamos o pão ao meio, longitudinalmente, e untamos o interior da parte superior com maionese.
3. Na outra metade do pão vamos colocando os ingredientes: o rosbife cortado em fatias, o tomate previamente cortado em fatias e o abacate amassado. É importante respeitar a ordem dos ingredientes.
4. Fechamos com a parte superior suavemente para evitar que os ingredientes se derramem.
5. Quando estiver pronto, cortamos o sanduíche ao meio e servimos imediatamente.

© Municipalidade de Santiago

Pescado com Coco de Samaná

Santo Domingo



- 2 lbs. de pescado fresco (xaréu, mero ou dourada) cortado em filés.
- 1 colherzinha de sal
- 1 colherzinha de pimenta preta
- 1 colherzinha de orégano em pó
- 4 dentes de alho
- $\frac{3}{4}$ xícara de azeite + 2 colheresadas
- 1 cebola
- 3 colheresadas de molho de tomate
- 1 maço de coentro
- 2 xícaras de leite de coco

1. Temperamos o pescado com o sal, a pimenta, o orégano, e dois dos dentes de alho amassados.
2. Levamos o azeite a uma frigideira a fogo médio. Assim que o azeite estiver quente, fritamos o peixe até dourar bem por ambos os lados. Retiramos do fogo e deixamos repousar até preparar a salsa.
3. Colocamos as 2 colheresadas de azeite extra em uma panela de fundo grosso e levamos a fogo médio. Assim que o azeite estiver quente agregamos a cebola e os dentes de alho restantes. Refogamos até dourar e acrescentamos o molho de tomate, o coentro e o leite de coco.
4. Procedemos com a cocção, passados uns minutos agregamos os filés de peixe, os banhamos com a salsa, abaixamos o fogo e tampamos a panela. Deixamos cozinhar por aproximadamente dez minutos.
5. Passado este tempo retiramos do fogo e servimos quente.

Receita da Chef Tita. Peça-o no Restaurante MoriSoñando, Santo Domingo.

Cuscuz paulista

São Paulo



© Marcos Issa

- $\frac{1}{2}$ kg de filé de peixe
- 350 g de camarões médios descascados e limpos
- 200 g de sardinha em conserva de óleo
- 45 ml de azeite de oliva
- 20 g de alho
- 150 g de cebola média
- 200 g de tomate maduro
- 50 g de pimentão verde
- 50 g de pimentão vermelho
- 3 ovos
- 150 g de ervilhas em conserva
- 150 g de palmito em conserva
- 15 g de coentro
- 25 g de cebolinha
- 50 g de azeitonas verdes
- 400 ml de caldo de peixe
- 250 g de farinha de milho
- flocada
- 100 g de farinha de mandioca
- Limão q.b. para temperar o peixe e o camarão.
- Sal, pimenta-do-reino, pimenta dedo-de-moça e colorau q.b.
- 10 tomatinhos cereja para decorar

1. Comece o cuscuz decorando uma forma com furo no meio, previamente untada com azeite, usando tomatinhos cereja, ovos cozidos, pimentão, palmito, filés de sardinha, camarão.
2. Tempere o peixe e o camarão com sal, limão, coentro e pimenta-do-reino. Salteie em azeite (separadamente) e reserve.
3. Misture as farinhas e umedeça levemente com as mãos molhadas – reserve.
4. Aqueça o azeite e doure o alho.
5. Acrescente os pimentões, a cebola e o tomate sem pele, em cubinhos. Refogue por uns 10 minutos.
6. Adicione o colorau e a pimenta. Introduza o caldo de peixe, o peixe salteado e o camarão (reserve parte deste para decorar).
7. Quando ferver, agregar os ovos, palmito, sardinha, ervilhas, cebolinha e azeitonas, acerte o sal e a pimenta.
8. Introduza aos poucos as farinhas, mexendo sem parar até dar ponto de pasta firme.
9. Imediatamente (sem que esfrie) despeje o cuscuz na fôrma decorada.
10. Preenchida a forma, faça uma pressão com uma colher para que o cuscuz fique bem compacto.

Dica da chef: Deixe descansar em lugar fresco ao menos 3 horas antes de servir.

Chef: Mara Salles. Restaurante Tordesilhas, São Paulo



Mondongo chuquisaqueño

Sucre



- 2 kg de carne de porco, de preferência, costela
- 10 vagens de *ají* vermelho
- 8 batatas descascadas de característica farinhosa
- ½ kg milho descascado (deixar de molho)
- Banha ou azeite
- 1 pitada de comino
- 1 pitada de pimenta
- 3 dentes de alho
- Hortelã
- 1 colher de cúrcuma ou açafão de raiz
- ½ kg de couro de porco cozido
- Sal, o necessário

Preparação do *ají*

1. Tirar as sementes das vagens e deixar de molho em água fervida, retirar a pele, e realizar cortes pequenos para depois triturar com um pouco de água em um liquidificador até formar uma pasta.
2. Picar o alho em cortes muito pequenos, aquecer duas colheres de azeite e colocar o alho, uma vez que tiver perdido sua cor inicial agregar o *ají* em pasta e remover até conseguir integrar em sua totalidade. Posteriormente aumentar a água fervida até triplicar a quantidade de *ají*, o qual deve ser cozido por aproximadamente 3 horas, agregar o cominho, pimenta e sal, removendo continuamente para evitar que se queime ou grude à panela.

Milho descascado

3. Ferver o milho descascado com abundante água por aproximadamente 4 horas em cocção normal e 1 hora e meia em panela a pressão, à metade do cozimento agregar o couro de porco sem gordura em cortes pequenos.
4. 15 minutos antes de terminar a cocção, agregar um pouquinho de alho em pó, sal e cúrcuma ou açafão de raiz. Com um

processador, triturar um pouco do milho para espessar o preparado.

Carne de porco

5. Realizar cortes médios da carne de porco, deixar de molho em salmoura por aproximadamente uma hora, tirar o excesso de água e condimentar com sal, alho, pimenta, cominho e hortelã, deixar repousar por meia hora.
6. Em uma caçarola, colocar a carne com um pouco de água e deixar cozinhar até que esta doure com a banha produzida pela própria carne.
7. Uma vez dourada, tirar a carne e colocar ao *ají* para realizar um fervor de 15 a 20 minutos
8. Cozinhar a batata em água com uma pitada de sal.
9. Servir o prato, começando com o milho e as batatas. Agregar uma porção de carne de porco acompanhado do *ají*, finalmente, decorar com um pouquinho de salsinha finamente picada.

Fotografia: Governo Autônomo Municipal do Sucre
Receta: Giovanna Martínez Bravo

Carne Assada

Tegucigalpa



- Carne de vaca ou porco grelhada
- Tortilhas de Milho
- Feijões Fritos
- Salada de Repolho ou salada verde
- Guacamole (molho de abacate com tomates, ovo cozido, cebola e coentro)
- Bananas fritas
- *Chimol* (mistura de tomate e cebola picados e coentro)

O prato típico de carne assada é um dos petiscos icônicos da gastronomia do Distrito Central. Este manjar é um deleite para os capitalinos, que se reúnem para conversar em momentos e datas especiais, desde festas familiares até celebrações esportivas. É apresentada uma lista dos ingredientes típicos necessários para preparar uma autêntica carne assada hondurenha.

© Prefeitura Municipal do Distrito Central

