

A OFERTA DA GASTRONOMIA REGIONAL BRASILEIRA NOS CARDÁPIOS DOS RESTAURANTES DE HOTÉIS 5 ESTRELAS EM COPACABANA – RJ – BRASIL

RESUMO: O Brasil é um dos maiores países do mundo, por isso sua diversidade em aspectos socioculturais, econômicos, climatológicos, demográficos o tornam um país singular. Mesmo sendo um país de muitas colonizações e influências, foi-se criando sua própria cultura sendo bastante marcada em suas regiões e conhecidas por todo o mundo. Sua gastronomia é notável e sua importância a tem tornado parte do turismo cultural, o que incentiva as viagens realizadas com o intuito de conhecer a culinária local, e conseqüentemente, valorizando a cultura local. Com este grande desenvolvimento atual da gastronomia, a procura por sua versão mais sofisticada tem sido comum. Em hotéis 5 estrelas é o lugar mais propício a encontrar este tipo de serviço, devido a exigências de órgãos reguladores nacionais ou internacionais. A pesquisa com o intuito de unificar a hotelaria com a gastronomia regional brasileira, buscou identificar se os hotéis 5 estrelas, mais especificamente da Avenida Atlântica em Copacabana/RJ – Brasil, oferecem este tipo de culinária, por conseguinte detectar como ocorre esta demanda e se há valorização da identidade e da cultura brasileira, sob a ótica dos gestores e chefs dos restaurantes em pesquisa. Para a obtenção dos resultados durante a investigação foi aplicado um questionário e realizou-se também uma análise dos cardápios dos três restaurantes do Hotel 1, Hotel 2 e Hotel 3. Como resultado, em dois dos três hotéis foi identificado a disponibilidade da gastronomia regional brasileira e o incentivo por parte dos gestores para expor a cultura brasileira aos seus clientes brasileiros e estrangeiros.

Palavras chave: Hotelaria. Gastronomia regional. Restaurantes. Cardápios. cultura.

ABSTRACT: Brazil is one of the biggest countries in the world, because of this, its diversity in socio-cultural, economic, climatic, demographic make it a singular country. Even if it is a country of many colonizations and influences, it was creating your own culture being quite marked in your regions and known by the whole world. Your gastronomy is remarkable and its importance has become part of the cultural tourism, which encourages travels with the objective to know the local culinary, and consequently, valuing it is culture. With this large current development of gastronomy, the demand of its version more sophisticated has been common. In 5 stars hotel is the most favored place to find this kind of service and due to requirements of national or international regulatory agencies. The research with the purpose of unify the hospitality with the Brazilian regional cuisine, seeks to identify if the 5 stars hotels, more specifically in Atlântica Avenue, in Copacabana/RJ – Brazil, offers this kind of culinary, pursuant to detect how this demand occurs and if there is appreciation of the identity and Brazilian culture, however, from the perspective by managers and chefs of the restaurants in research. From this, to obtain the results during the investigation was accomplished an application of a questionnaire and also carried out an analysis of menus in the three restaurants of Hotel 1, Hotel 2 and Hotel 3. As a result, in two of the three hotels was identified the availability of the Brazilian regional cuisine and the incentive by managers to expose the Brazilian culture to their Brazilian and foreign customers.

Key-words: Hotels. Regional cuisine. Restaurants. Menus. Culture.

INTRODUÇÃO

A gastronomia brasileira pode ser definida como uma mistura de influências, devido a sua imensa extensão, cultura, clima, solos. Tendo o feijão como exemplo, que é um alimento que se encontra em todas as regiões da gastronomia, porém de forma diferente. No Rio de Janeiro, tem-se a feijoada, prato inspirado pelos escravos e portugueses. No Pará tem-se a maniçoba (chamada também de a feijoada do Pará), que inclui outros ingredientes típicos do estado, como a maniva (folha da mandioca triturada). Em Minas Gerais encontra-se o feijão tropeiro com cheiro-verde e ovos cozidos ou tutu de feijão que é a simples junção do feijão e a farinha de mandioca. Em Fortaleza, o baião de dois, que possui a mistura do feijão, com arroz, queijo coalho e carnes. Em apenas um alimento pode-se perceber a dimensão que esses aspectos têm na culinária, sendo o feijão um alimento base no cardápio brasileiro.

Nesse sentido, Botelho (2008, pág. 62) afirma que “uma das marcas da culinária brasileira é a sua diversidade, que se expressa, geograficamente, por meio de “pratos típicos regionais”. Desde o início de sua estruturação, a gastronomia brasileira apresentou-se de maneira dinâmica, relacionando-se pelas influências de distintas sociedades, lugares geográficos, sendo tais premissas observadas até os dias de hoje.

Percebe-se que a culinária é conhecida por diversos países como sendo parte essencial da cultura brasileira, graças às influências cedidas pelos indígenas, portuguesas, espanholas e africanas, entre outras tantas nacionalidades, a gastronomia se tornou especial em cada estado e região deste país.

Entretanto, é certo afirmar que essa cultura foi unificada transformando-se particularmente diferente de outros países devido “à manifestação sociocultural, que faz parte de um processo dinâmico que expressa às transformações por que passa uma sociedade”. (BOTELHO, 2008, pág. 62)

A exemplo disso tem-se na região sul do Brasil uma culinária com um toque dos imigrantes alemães, italianos, espanhóis e ucranianos, resultando-se em pratos com tipos de carne, como por exemplo, o famoso churrasco. Já na região sudeste, especificamente entre o litoral e o interior, há a possibilidade de

se degustar pratos à base de peixes e frutos do mar, como também uns mais pesados à base de carne, como por exemplo, a feijoada. Assim como a Região Sudeste, a Região Nordeste também se divide entre litoral e interior, acrescentando ingredientes provenientes da mandioca e frutas regionais. A culinária da Região Centro-Oeste possui uma mistura de Minas Gerais e do Paraguai, com pratos mais exóticos como o sarrabulho pantaneiro (feito com miúdos de boi). E finalmente, a Região Norte, rica em frutas e também na utiliza da mandioca de diversas maneiras, tornando a farinha indispensável como guarnição em praticamente todos os pratos, onde se pode notar uma forte influência indígena no prato pato no tucupí, por exemplo. (RAPOSO, CAPELLA E SANTOS, 2004).

A temática abordando a gastronomia e o turismo parece ser ainda atual, mas de acordo com as recentes pesquisas acadêmicas, como por exemplo, as que são veiculadas pela Revista Rosa dos Ventos do Programa de Pós-Graduação - Mestrado em Turismo, da Universidade de Caxias do Sul/RS, possui um projeto chamado “Gastronomia e Turismo: Abordagens Acadêmicas” que engloba artigos que envolvem a gastronomia dividindo-a em três blocos: “como a gastronomia é tratada em diferentes publicações e iniciativas de pesquisa; às práticas gastronômicas tradicionais, tratadas com diferentes perspectivas; a gastronomia como experiência, trazendo abordagens que buscam a construção de modelos de análise”. Logo, pelo interesse em comum na área, é fundamental acrescentar dados e pesquisas que possam contribuir futuramente a novos profissionais da área de alimentos e bebidas.

A procura pelas comidas típicas do Brasil faz com que seja valorizada parte da identidade do país, por isso, a pesquisa engloba-se em hotéis 5 estrelas que buscam esse tipo de público – turistas brasileiros e estrangeiros – e desejam também pessoas (como estrangeiros) que não estão habituadas a experimentarem a gastronomia brasileira, seja pelo cardápio ou também incluindo restaurantes com gastronomia voltada para pratos típicos brasileiros em seu próprio hotel.

O estudo baseado na gastronomia brasileira teve o intuito de analisar, em alguns restaurantes de hotéis 5 estrelas, a procura dos pratos típicos das regiões

do Brasil que são oferecidos para hóspedes brasileiros e estrangeiros, cujo, último citado, fazem grande parte desse público.

Essa pesquisa teve como propósito apresentar um leque de informações que fosse capaz de evidenciar a diversidade cultural brasileira no que tange a esfera gastronômica. Logo, além desse projeto desenvolver estudos para a área acadêmica, deve-se igualmente aproximar a população da sua cultura e aos profissionais da área, acrescentando novos conhecimentos e estudos que facilitarão o atendimento aos clientes, de acordo com o que estes desejam e procuram. Nesse contexto, vale destacar o fato da gastronomia brasileira obter parte de seus “frutos” de outros tipos de cultura, é importante discutir se a maneira como esta é vista enquanto atrativo turístico no Brasil, estando, portanto, acessível as classes sociais que usufruem da cadeia produtiva turística local. Contudo, há de se enfatizar que, o trabalho em questão por meio de suas ações, busca contemplar a necessidade de se preservar a cultura, a identidade e a memória local, através de uma faceta específica e única brasileira: sua culinária. Assim, ressaltasse que:

“A nação, enquanto coleção de indivíduos, o indivíduo coletivo, através da posse de seu patrimônio cultural ou de sua cultura define a sua identidade. Nesse contexto, a cultura é pensada como coisa a ser possuída, preservada, restaurada, etc. Assim, do mesmo modo que uma pessoa pode ter a sua identidade definida pela posse de determinados bens, a nação se define a partir da posse de seus bens culturais” (GOLDENBERG, 2001, pág. 21)

A pesquisa sinalizou como objetivo geral investigar a oferta de pratos da gastronomia regional brasileira em restaurantes de hotéis 5 estrelas na Avenida Atlântica, bairro Copacabana da cidade do Rio de Janeiro. E como objetivo específico, analisar a valorização e a identidade da gastronomia brasileira, vista pelos gestores de alimentos e bebidas, e chefs de cozinha.

REFERENCIAL TEORICO:

A GASTRONOMIA E SUA EVOLUÇÃO.

O homem tem como dever saciar suas necessidades fisiológicas e há milhares de anos atrás ele jamais poderia imaginar o que a culinária se tornou. Evoluiu-se da prática de somente caçar e coletar alimentos, para uma cultura de cultivo e domesticação de animais. E por mais que o homem nos dias atuais também precise caçar, pescar e cultivar, a evolução e a modernidade puderam nos trazer a oportunidade de criar.

O ser humano consegue modificar a natureza e adquirir dela seus próprios alimentos, pela agricultura e pecuária, por exemplo. A partir disso, o ser humano conseguiu ir além: modificar o seu alimento cozinhando. O fogo pôde também ajudar para que a ideia de que o alimento pudesse ter uma finalidade diferente do comum, fez com que outras ideias surgissem diversificando os pratos elaborados.

A agricultura, pesca e caça foram os grandes pilares para a formação de sociedades, pois os grupos precisavam um dos outros, atividades eram organizadas para que cada grupo fizesse a sua parte em comum de todos, aprimorando suas habilidades e provendo da melhor forma a sociedade. Para Montanari (2008, pág. 62):

“As diferentes formas de se transformar o alimento são há muito objetos de reflexão para sociólogos. Para esses estudiosos, apenas sociedades complexas e fortemente hierarquizadas foram capazes de produzir uma culinária profissional, diferente da praticada no âmbito doméstico. E somente países com tradição escrita puderam registrar seus saberes culinários, ato que „torna possível o desenvolvimento cumulativo dos conhecimentos, que concretiza um saber constituído “”.

Atualmente é possível encontrar registros do início da culinária, muito do que foi base para que a culinária profissional se tornasse um chamariz na sociedade, diferenciando entre o comer para satisfazer uma necessidade

biológica e o comer como forma de prazer, e também como parte da cultura para os autóctones e turistas interessados em descobrir e fazer parte deste símbolo.

Segundo a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) (2013, pág. 2) o alimento é:

“Toda substância ou mistura no estado sólido, líquido, pastoso ou qualquer outra forma adequada, destinada a fornecer ao organismo humano os nutrientes necessários para sua formação, manutenção e desenvolvimento, e satisfazer as necessidades sensoriais e socioculturais do indivíduo”.

Por essa discussão observa-se que a comida faz parte de uma necessidade e consumo do prazer. De forma sucinta, através de um jargão popular, poder-se-ia afirmar que “se come para se sentir bem”, principalmente quando “se está mal, estressado, ansioso” – outro mal contemporâneo⁵ –, entre outros sentimentos que estimula em nossa mente e corpo a indispensabilidade de comer. Contudo, o que não se pode negar é que:

“O alimento permite a regulação e a manutenção das funções do metabolismo. Sem alimentos, os seres vivos não podem gozar de boa saúde, correndo, aliás, o risco de morrer. Os alimentos, por outro lado, atuam a nível psicológico para dar satisfação. Nestes casos, o alimento não preenche tanto a função nutritiva. Proporciona antes prazer (como é o caso de um hambúrguer ou de um chocolate)”.

Para Luís da Câmara Cascudo, “comer é um ato orgânico que a inteligência tornou social” (2004, pág. 37). A comida passa a ser compreendida muito além de uma necessidade de inserção na cultura, podendo ser apreciada não somente por nativos, porém os mesmos dando valor a sua gastronomia e expondo-a para a sociedade experimentá-la e fazer dela parte do cotidiano, pois para a sociedade a alimentação é comum no dia-a-dia às vezes se tornando imperceptível sua importância como cultura.

A comida se introduz na sociedade como parte da mesma, cada experimento afeta sentimentos que deixam claro que o consumo não é feito somente de forma racional. A representação da comida em um grupo de sociedade age de maneira que “envolve a construção social da sensação de saciedade como um estado de espírito que se constrói na experiência do sujeito na vida” (PRADO, FREITAS, FERREIRA ET ALL, 2013, pág. 23). A alimentação tem a capacidade de proporcionar vários tipos de sentimentos e sensações em nosso corpo, que podem influenciar na vida do próximo ou com quem vivemos em sociedade, pensando sim, em uma larga escala.

Desta maneira, é possível notar que esse ato de expor a cultura, no caso do objeto em pesquisa, a comida, pode ser analisada e experimentada por meio do turismo. Para Flagiari (2005, pág.1), “o alimento é um dos elementos essenciais da experiência turística, podendo tanto satisfazer necessidades biológicas quanto ser visto como um atrativo pelos turistas”. A gastronomia se torna então um aspecto como parte do turismo, gerando benefícios econômicos, culturais e sociais, igualmente como pontos turísticos, agências de turismo, hotéis e etc. Entretanto, por mais que haja uma diferença entre comer por satisfação e necessidade, quando a gastronomia se conecta com o turismo cultural, possibilita que o turista tenha uma experiência única e diferente, independente do seu desejo inicial, porém, outros fatores que poderão influenciar em suas escolhas seria o custo disponível da viagem, a disponibilidade do cardápio encontrado, o que este turista busca, entre outros.

O turista quando visita um lugar novo, pode presenciar momentos singulares, principalmente se tratando de gastronomia, pois apenas um prato típico pode lhe trazer momentos inesquecíveis que raramente poderá ser vivenciado novamente se não for pelo mesmo prato, o mesmo lugar e o mesmo cozinheiro. Pode-se exemplificar isto em vários pratos típicos brasileiros, como o pão de queijo que não tem igual além ao de Minas, ou o baião-de-dois do Ceará, ou o acarajé da Bahia, ou a maniçoba do Pará, ou a feijoada do Rio de Janeiro. Pratos como esses são únicos de determinadas regiões e dificilmente pode-se experimentar em outro lugar com o mesmo toque de sua região original.



GASTRONOMIA NOS HOTÉIS

“Na década de 1980, já era noticiada a importância da cozinha dentro dos hotéis, tendo na presença de um chef famoso o significado de „um motivo de chamariz para os fregueses””. (BELCHIOR; POYARES, 1987, p. 65).

No Brasil, o processo de alta gastronomia desenvolveu-se tardiamente, pelos chefs franceses e italianos que migraram para o país no século XIX. Mas o maior público dessa gastronomia, na época, era quem possuía um alto valor aquisitivo, pois os chefs começaram aqui seus trabalhos em grandes redes hoteleiras. Atualmente, não há mais essa restrição de somente altas classes sociais estarem inseridas em restaurantes de alta gastronomia.

Encontra-se nos dias atuais variados tipos de hotéis que possam atender a diversidade do público, de acordo com sua necessidade e desejo. Os hotéis moldam seu serviço para agradar seus hóspedes desde a hospedagem à alimentação. Pode se notar isso, por exemplo, na rede Accor, onde possui um hotel como o Ibis Budget que oferece um serviço de hospedagem mais em conta e pela maior parte do público ser de executivos (hóspedes com o dia-a-dia intenso), a alimentação provém de uma loja de conveniência aberta 24h com petiscos e comidas pré-prontas e restaurantes com somente café-da-manhã. Em um hotel de 3 a 5 estrelas, já é exigido um serviço mais sofisticado, isso deve também aos requisitos que a Cartilha do Sistema Brasileiro de Classificação²⁶ define, visando à infraestrutura, os serviços e a sustentabilidade.

É importante ver a representação do que o setor de restaurante e alimentos e bebidas significam para o funcionamento de um hotel. Este setor está ligado diretamente e indiretamente ao marketing, eventos, e ao público que vai para somente se hospedar.

Na hotelaria existem tipos de meio de hospedagem, independentemente de sua estrutura é notório que a venda de alimentos, nem que seja um simples café-da-manhã ou uns snacks, chama a atenção e demanda pessoas. O setor de alimentos e bebidas é também venda de serviços, por isso atrai o público. E de acordo com a estrutura dos meios de hospedagens, a culinária deve-se encontrar a altura com os outros serviços oferecidos pelo hotel.

METODOLOGIA

A pesquisa sobre a gastronomia regional em restaurantes de meios de hospedagem foi questionada devido à falta de material bibliográfico acadêmico. Esta pesquisa vem agregar a academia mais material com esta temática. Durante a fase de fundamentos da pesquisa foi notória a relevância que este tema trouxe não só para a área acadêmica de hotelaria e turismo, como também para a área de gastronomia. A partir dessa observação, para que fosse possível dissuadir as informações necessárias, a melhor forma encontrada foi através da aplicação de um questionário aos gestores do departamento de alimentos e bebidas dos hotéis alvos de pesquisa. A metodologia utilizada para essa abordagem foi a qualitativa, onde Dias define que:

“Normalmente, são usados quando o entendimento do contexto social e cultural é um elemento importante para a pesquisa. Para aprender métodos qualitativos é preciso aprender a observar, registrar e analisar interações reais entre pessoas, e entre pessoas e sistemas”. (2000, pág. 1).

A metodologia qualitativa possibilita a obtenção de resultados em pesquisa com dificuldade de se obter resultados precisos sobre a temática de acordo com os objetivos. Apesar da utilização do questionário – mais comum em metodologia quantitativa – a maioria das perguntas foram abertas para contemplar o objeto de estudo. Com este método, foi possível analisar as informações adquiridas de maneira mais organizada, porém intuitiva.

O método qualitativo baseia-se em uma investigação exploratória de fatos que possuem poucas informações, utilizando-se de técnicas que possam estimular o objeto de estudo espontaneamente, buscando reduzir o espaço do indicador ao indicado, de acordo com o contexto e a ação da pesquisa, explicitando o sentido dos fenômenos na sociedade.

“Tal pesquisa observa, registra, analisa e ordena dados, sem manipulá-los, isto é, sem interferência do pesquisador.

Procura descobrir a frequência com que um fato ocorre, sua natureza, características, causas, relações com outros fatos. Assim, para coletar tais dados, utilizam-se de técnicas específicas, dentre as quais destacam-se a entrevista, o formulário, o questionário, o teste e observação”.

Este método deixa claro que o pesquisador não deve intrometer durante a pesquisa, que tem a finalidade de reparar, registrar e analisar os resultados de acordo com as características do fenômeno que ocorre ou do objeto em si. Tipo de pesquisa como essa, visa classificar e interpretar como o processo ocorre, desta forma, quando, por exemplo, é aplicado um questionário não há inclusão do pesquisador dentro do objeto de pesquisa, como o hotel, que como pesquisadora as perguntas foram realizadas sem que fizesse parte do dia-a-dia do serviço. A observação nessa pesquisa ocorreu somente durante a aplicação do questionário e não ao longo do projeto.

Fonseca explicita como este método de pesquisa, se aplica:

“O pesquisador não pretende intervir sobre o objeto a ser estudado, mas revelá-lo tal como ele o percebe. O estudo de caso pode decorrer de acordo com uma perspectiva interpretativa, que procura compreender como é o mundo do ponto de vista dos participantes, ou uma perspectiva pragmática, que visa simplesmente apresentar uma perspectiva global, tanto quanto possível completa e coerente, do objeto de estudo do ponto de vista do investigador” (IN GERHARDT; SILVEIRA, 2009, pág. 39).

Complementando o autor, o estudo procura evidenciar um fenômeno através de um indivíduo, família, comunidade, analisando a forma como é vivido o mesmo. Assim sendo, um estudo de caso é válido nas áreas sociais e para empresas, como por exemplo um hotel.

O recorte geográfico da pesquisa se encontra no bairro de Copacabana, na cidade do Rio de Janeiro/RJ – Brasil. A escolha por essa área foi devido à

grande concentração de turistas nesta localização na cidade do Rio de Janeiro e onde se encontra a maioria dos hotéis 5 estrelas. Em Copacabana, bairro da Zona Sul da cidade maravilhosa, situa-se a praia mais famosa do Brasil e com mais de 100 hotéis espalhados pelo bairro. Na figura a seguir, é possível identificar o bairro de Copacabana na Zona Sul da cidade:

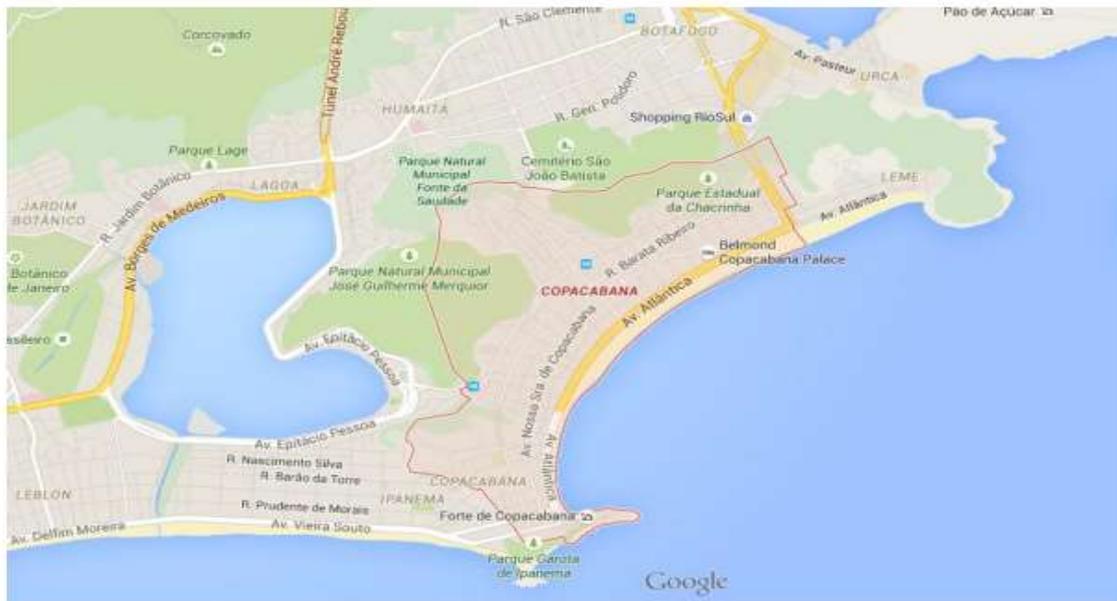


Figura 6: Recorte geográfico do bairro de Copacabana/RJ – Brasil.²⁸

Entretanto, para que fosse viável uma pesquisa mais centrada, além de ter somente hotéis 5 estrelas, também houve uma delimitação do bairro em única avenida: Av. Atlântica, uma das principais vias do bairro. Desta maneira, a pesquisa se restringiu à hotéis 5 estrelas da Avenida Atlântica de Copacabana/RJ – Brasil.

Na figura abaixo pode-se ver a localização da Avenida Atlântica na Praia de Copacabana e onde se encontra os hotéis em pesquisa:



Figura 7: Recorte geográfico da Avenida Atlântica em Copacabana/RJ – Brasil, com a localização do Hotel 1, Hotel 2 e Hotel 3.²⁹

Como citado na parte introdutória, os três hotéis em pesquisa são:

O endereço do Belmond Copacabana Palace – Hotel 1 - encontra-se na Avenida Atlântica, 1702 - Copacabana, Rio de Janeiro - RJ, 22021-001.

O JW Marriott Hotel Rio de Janeiro – Hotel 2 - localiza-se no endereço, Avenida Atlântica, 2600 - Copacabana, Rio de Janeiro - RJ, 22041-001.

E o Rio Othon Palace Hotel – Hotel 3 - situa-se na Avenida Atlântica, 3264 - Copacabana, Rio de Janeiro - RJ, 22070-001.

A prática de coleta de dados é a documentação direta que consiste na observação direta intensiva.

Conseqüentemente, o questionário, como pode ser observado no ANEXO, teve como objetivo investigar dados básicos sobre o hotel e seus serviços, colocando questões onde buscasse o resultado sobre o oferecimento de culinárias típicas e qual a visão do gestor de alimentos e bebidas ou chef de cozinha da gastronomia. Os objetivos centrais do questionário visaram buscar informações, como:

- do hotel - quantidade de restaurantes, capacidade de restaurantes, público, formação dos colaboradores, feedback de clientes;
- do serviço - tipo de serviço oferecido, composição do cardápio, critérios para escolha do serviço;

- da culinária típica - pratos principais e mais procurados, região ou estado que se destaca, relação hóspede x culinária, maior consumidor, adequação no cardápio para Copa do Mundo 2014 e Olimpíadas 2016, outro indicador típico cultural presente no hotel;
- do gestor ou chef - sua visão a respeito da gastronomia brasileira como turismo cultural, a miscigenação da cultura brasileira, importância de alimentos base da culinária do Brasil, se há incentivo do hotel.

Para o desenvolvimento deste questionário foram compostas 25 questões, com 16 perguntas abertas e 9 perguntas fechadas. O pesquisador entrou em contato com os hotéis, procurando pela pessoa responsável que pudesse autorizar a realização da pesquisa justificando o objetivo.

No questionário, as informações adquiridas foram sobre os restaurantes dos hotéis que venham a oferecer gastronomia brasileira. Caso não ofereça, as informações disponibilizadas serão dos restaurantes com gastronomia internacional.

Quanto ao referencial teórico a dificuldade foi maior, levando-se em conta que há poucos respaldos sobre o tema, academicamente falando, o que tornou o trabalho com poucas discussões sobre outros autores de livros ou artigos e expondo mais informações de dados concretos e fatos existentes na comunidade brasileira.

Esta pesquisa não tem como objetivo principal comparar o serviço dos hotéis e sim descobrir a valorização da gastronomia inserida no mesmo e na comunidade, fazendo com que essa pesquisa possa afetar de forma positiva na gestão para que a gastronomia brasileira seja admirada pelos turistas e também pelos gestores.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O Hotel 1 com 241 quartos é o hotel mais antigo do bairro, hoje em dia comandado pela rede Belmond – rede internacional, antiga Orient Express – desde 1982. Tem três restaurantes em seu prédio, um italiano, Cipriani, outro

com gastronomia asiática, Mee, e o foco da pesquisa se destaca no Pérgula, que oferece culinária internacional e regional brasileira.

Já o Hotel 2 faz parte de uma grande rede americana com 19 marcas e futuramente até as Olimpíadas pretende ampliar seu espaço com novos hotéis e novas marcas no Brasil. Este hotel possui 245 quartos e dois restaurantes, o Contemporâneo, onde oferece somente café da manhã e o The Carioca, com cardápio internacional e nacional, fazendo parte da pesquisa do projeto.

E por último, o Hotel 3 é uma das maiores redes brasileiras de hotéis, que se iniciou neste setor nos anos 70, e atualmente com 3 bandeiras também possui hotéis fora no país. O maior hotel da orla com 572 UH"s, tem dois restaurantes, o Bossa Café reinaugurado recentemente após uma obra, nele há somente o serviço de café da manhã e agora a feijoada de sábado, e no Skylab, um restaurante menor que oferece um menu com gastronomia internacional.

ANÁLISE DOS HOTÉIS ATRAVÉS DO QUESTIONÁRIO:

No Hotel 1, o chef do Restaurante 1 - denominado Pérgula respondeu as vinte e cinco (25) questões e conversou sobre sua visão da gastronomia x turismo x cultura inserida no Brasil e no hotel. O Hotel 2 teve o questionário respondido pela gerente de Alimentos e Bebidas, onde ressaltou sobre os indicadores que remetem a cultura, principalmente, a local, no restaurante. No Hotel 3, a assistente de Alimentos e Bebidas concedeu a pesquisadora uma visita técnica pelos restaurantes e cozinhas do hotel, onde foi possível também conversar com o chef francês. Os dois posteriormente responderam o questionário juntos.

A partir dessa informação, a seguir, apresento os dados obtidos pelo questionário de acordo com cada hotel. Todas as informações a seguir foram fornecidas e respondidas pelos gestores e entrevistados durante a visita no Hotel 1, 2 e 3, e através delas podemos discutir e tabular os dados.

Apresento os resultados iniciando pela pergunta 2 que se refere ao público que frequenta os três hotéis. Uma das respostas procurava identificar quanto a demanda deste público, se a maioria dos frequentadores são "brasileiros" e/ ou

“estrangeiros”. Nos hotéis 1 e 2 o público de maior demanda foram de estrangeiros e já no Hotel 3 foi de brasileiros. Por isso, vemos abaixo a porcentagem do público com todos os hotéis pesquisados. Esse dado é importante, pois define o público não só dos hotéis em pesquisa, mas também do bairro e que tipo de público tem preferência por hotéis 5 estrelas.

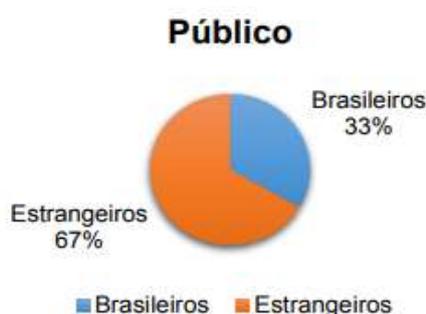


Gráfico 1: Porcentagem do tipo de público dos hotéis.

Todos os hotéis e restaurantes, recebem *walk-in* que é como são chamados o público que não se encontram hospedados no hotel, no entanto, podem usufruir de seus serviços, independentemente de hospedagem. além dos hóspedes, Como pode-se ver abaixo:

| Hotel 1 | Hotel 2 | Hotel 3 |
|-------------------------|-----------------------------|------------------------|
| Pérgula – Restaurante 1 | The Carioca – Restaurante 2 | Skylab – Restaurante 3 |
| Cipriani | Terraneo | Bossa café |
| Mee | | |

Quadro 7: Restaurantes do Hotel 1, Hotel 2 e Hotel 3.³³

A primeira linha que se encontra demarcada, é para definir os restaurantes de cada hotel onde foi realizada a pesquisa. Estes são os restaurantes que se encaixam na pesquisa, pois são neles que se encontram indicativos de que há culinária brasileira e valorização da cultura do país. Portanto, as informações a seguir serão de acordo com os serviços dos restaurantes demarcados: do Hotel 1, o restaurante 1 - Pérgula; do Hotel 2, o restaurante 2 - The Carioca e do Hotel 3, o restaurante 3 - Skylab.

Outro aspecto importante definido foi o tipo de serviço oferecido pelos restaurantes, identificando-os como “buffet”, “à la carte”, ou “outros”, como pode ser visto no Gráfico 2 abaixo.



Gráfico 2: Tipos de serviço inseridos no Hotel 1, Hotel 2 e Hotel 3.³⁴

Desta maneira identificamos a forma que a gastronomia do Hotel é ofertada aos clientes. Esta questão é importante, pois serviços como buffet e à la carte possuem suas vantagens e desvantagens. Como, por exemplo, o buffet tem a possibilidade de se estender a mais opções de pratos do que o à la carte, claro isso dependendo da forma que o hotel trabalha. No caso do Hotel 3, além do menu com o serviço à la carte do restaurante Skylab, semanalmente é apresentado um pequeno menu com dicas do chef.

O Ministério do Turismo (MTur) apresentou em 2011 uma nova forma de classificação de meios de hospedagem, intitulado o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem, ou mais conhecido como, SBClass. Nele segmentou-se sete meios de hospedagem, categorizando-os de acordo com a quantidade de estrelas que cada meio de hospedagem pode ter. As estrelas ainda é a melhor forma de classificação, pois é um sistema de entendimento universal.

Com o SBClass foi plausível padronizar os meios de hospedagens nos aspectos de infraestrutura, serviços, localização e recursos humanos dos estabelecimentos. Desta forma, de acordo com as estrelas requisitos foram listados como eletivos ou mandatórios, ou seja, cada estabelecimento que se encontrar cadastrado no SBClass pelo MTur deverá cumprir todos os requisitos obrigatórios e se desejar acrescentar os requisitos disponíveis a sua escolha.

Para clientes esta é uma ótima forma para analisar se os serviços do meio de hospedagem que tem vontade de se hospedar se adequam ao que considera necessário para sua hospedagem e viagem, e também a certeza de que as empresas cadastradas ofereçam o devido serviço que são obrigadas.

Por isso, para a pesquisa, o SBClass se tornou pertinente, quando este cita, que em hotéis de categoria 5 estrelas há um requisito mandatório que recomenda que se ofereça o serviço de cardápios com cozinha regional ou típica. É possível identificar na Figura 8, categoria Hotel da matriz do SBClass, no aspecto infraestrutura, especificamente no número 115 o requisito obrigatório: “Cardápio com cozinha regional ou típica”.

| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|-----------------------|
| Matriz de Classificação de Meios de Hospedagem Hotel | | | | | | Infraestrutura |
|---|--|--|--|--|--|-----------------------|

| REQUISITOS | | CATEGORIA | | | | | |
|------------|---|-----------|----|-----|------|-------|-----|
| Nº | Unidades Habitacionais (UH) | ★ | ★★ | ★★★ | ★★★★ | ★★★★★ | OBS |
| 110 | Manual de serviços oferecidos no quarto em português e mais 2 idiomas | | | | EL | M | |

| REQUISITOS | | CATEGORIA | | | | | |
|------------|--|-----------|----|-----|------|-------|-----|
| Nº | Alimentos & Bebidas (A&B) | ★ | ★★ | ★★★ | ★★★★ | ★★★★★ | OBS |
| 111 | Bar | | | EL | M | M | |
| 112 | Restaurante | | EL | M | | | |
| 113 | Restaurante com número de lugares correspondente a pelo menos 50% da capacidade máxima de hóspedes | | | | M | M | 20 |
| 114 | Restaurante com cozinha internacional | | | | M | M | |
| 115 | Cardápio com cozinha regional ou típica | | | | EL | M | |
| 116 | Cardápio do restaurante em português e mais um idioma | | EL | EL | M | | |
| 117 | Cardápio do restaurante em português e mais dois idiomas | | | | EL | M | |
| 118 | Facilidades para bebês (cadeiras altas no restaurante, facilidades para aquecimento de mamadeiras e comidas etc) | | | EL | M | M | 14 |

Figura 8: Matriz de Classificação de Meios de Hospedagem no item de Infraestrutura e no requisito de Alimentos e Bebidas.³⁵

No questionário as questões se relacionam com o intuito de descobrir se os hotéis 1, 2 e 3 são cadastrados no sistema Cadastur, se conhece a infraestrutura dos serviços recomendados pelo SBClass e se, em caso positivo, o hotel segue as recomendações. Porém, para que o hotel possa seguir com os requisitos do SBClass, deve estar primeiramente cadastrado no Cadastur, como

pode ser visto no Quadro 8 a seguir os resultados do questionário quanto aos cadastramentos:

| Hotéis | É cadastrado no sistema Cadastur? | Conhece a infraestrutura e os serviços mínimos recomendados para a área de A&B pelo SBClass? | Sabemos que o SBClass indica para hotéis 5 estrelas, cardápios com a culinária regional ou típica, o hotel segue esta recomendação? |
|---------|-----------------------------------|--|---|
| Hotel 1 | Sim | Não | Sim |
| Hotel 2 | Sim | Não | Sim |
| Hotel 3 | Sim | Sim | Sim |

Quadro 8: Perguntas do questionário quanto as informações sobre o Cadastur e SBClass.

Com a apresentação do SBClass em 2011, seu lançamento ocorreu somente em 25 de setembro de 2012. Em uma publicação feita após 6 meses de sua implementação revela que apenas 33 estabelecimentos fizeram o cadastro. O mesmo é opcional e deve ser feito com o pagamento de uma taxa, por isso há divergências quanto aos meios de hospedagens escolherem finalizar um cadastro que pode mudar, para alguns negativamente, o serviço do hotel. Ou seja, quando o estabelecimento não possui o que é exigido isso poderá diminuir, por exemplo no caso, as suas estrelas, e conseqüentemente sua imagem com os clientes.

Estes podem ser um dos motivos pelo qual estes estabelecimentos escolhem não seguir essas regras estipuladas pelo Ministério do Turismo, o que obriga aos mesmos fazer uma revisão se o hotel possui o que é necessário e investir na mudança para alcançar a estrela desejada. No site da MTur está disponível a lista dos estabelecimentos classificados pela SBClass, e pode-se ver que, quanto aos hotéis 5 estrelas, há somente 15 meios de hospedagens na lista entre os estados do Brasil. E até então se passaram mais de 2 anos que o projeto segue.

Outro motivo que pode levado em conta, é o que os hotéis 5 estrelas pesquisados responderam conseqüentemente à pergunta “Sabemos que o SBClass indica para hotéis 5 estrelas, cardápios com a culinária regional ou típica, o hotel segue esta recomendação?”. Todos responderam positivamente quanto a recomendação de cardápios com culinária regional, entretanto,

complementando que seguem essas recomendações de acordo com os padrões dos serviços da rede pela qual o hotel se encaixa.

Por isso, redes internacionais como do Hotel 1 e 2, seguidamente, a Belmond – que segue o padrão da empresa Leading Hotels of the World⁴⁰ – e a Marriott, possam ter dificuldades em contrapor os requisitos de sua rede com as de outro programa nacional. Portanto, dependendo da situação da rede e o hotel, é mais óbvio para o hotel manter suas adequações de acordo com a rede a qual pertence. No caso do Hotel 1, 2 e 3, por serem hotéis 5 estrelas e pertencentes a redes bastante conhecidas, é bem provável que não seja válido recorrer ao programa do SBClass.

E seguindo ao assunto de cardápio regional, também foi questionado o planejamento da composição do cardápio do restaurante em pesquisa. Em todos os casos, a resposta foi unânime quanto aos responsáveis pela elaboração do cardápio, sendo o Chef executivo. E o Hotel 1 complementou que entre os colaboradores da cozinha, encontra-se pessoas de alguns estados do Brasil, por isso o Chef também dá liberdade de sugestões e opiniões aos outros chefs e cozinheiros na montagem do buffet do restaurante Pérgula.

Quanto ao tipo de culinária oferecida nos restaurantes limitaremos entre culinária local, regional e internacional. Entre os três hotéis, em dois deles encontramos o objetivo geral do projeto. A partir disso, o objetivo principal foi realizado pela pesquisa através do questionário. No entanto, vejamos no Gráfico 3, como é devidamente dividida as culinárias entre os restaurantes:



Gráfico 3: Porcentagem da composição do cardápio do Hotel 1, Hotel 2 e Hotel 3.

Através do gráfico, nota-se que no Hotel 1 seu menu divide-se entre culinária regional e internacional; no Hotel 2 o cardápio é dividido por culinária local e internacional; e por último, no Hotel 3 onde a maioria se encontra pela culinária internacional.

A maior curiosidade sobre esse aspecto é pelo único hotel que não fornece culinária brasileira (Hotel 3), é exatamente o de rede brasileira. Neste hotel, o chef não é de nacionalidade brasileira, e sim francesa. Este pode ser um dos motivos pela qual a tendência da culinária do hotel siga por um lado internacional. E inclusive, este é o único hotel, cujo qual maior público é o brasileiro. Então, por que especificamente no Hotel 3 não há a disponibilidade da culinária brasileira?

Durante a visita neste hotel, o Chef executivo francês opinou que ainda existe a falta de valorização e incentivo pelo próprio povo brasileiro e também pelas empresas que produzem e vendem alimentos típicos, e por isso grande parte do público acaba sendo aquele que procura comida internacional e, por conseguinte o hotel busca oferecer o que seu cliente procura.

O chef do Hotel 1 também comentou sobre a falta de investimento e valorização da nossa própria nacionalidade/identidade, ainda é muito perceptível. A partir daí, pode-se contestar vários aspectos que estão interligados, como um chef brasileiro que procura aprofundar seu conhecimento e trabalho em gastronomia internacional, talvez por falta de interesse ou por falta de oportunidade em algum investimento gastronômico brasileiro, o que nos leva a outro aspecto, onde os hotéis tem preferência em contratar chefs de outra nacionalidade, provavelmente por ser renomado, e não dando espaço aos nativos, que poderiam inserir e aprimorar o cardápio com comidas típicas, desta forma valorizando nossa cultura. Ou seja, poderíamos citar aqui muitos aspectos até descobrir e pontuar que na maioria das vezes, nós mesmos brasileiros, sabotamos nossos próprios símbolos.

Entretanto, para chegar a um consenso onde todos os hotéis deveriam aderir a inserção de um mínimo de nacionalidade brasileira nos seus serviços, percebe-se que não seria tão simples assim. Afinal, os hotéis têm padrões a seguir de acordo com suas redes e a tendência, na maioria das vezes, ainda é

em agradecer a todos. Tudo dependerá da missão, visão e valor que a rede ou hotel buscam.

A questão seguinte trata, em caso positivo de disponibilidade da culinária regional ou local, no questionário pergunto sobre quais os critérios para esta escolha. No Hotel 1, para o chef, é desta maneira que o hotel tem como fazer com que os clientes conheçam a culinária brasileira. Para a gerente de A&B do Hotel 2, os critérios se encaixam pelos estrangeiros que querem conhecer a cultura local, o tema do restaurante 2 (The Carioca) acrescenta itens locais com toques internacionais e o chef tem foco em comida brasileira. No Hotel 3 não houve resposta.

Outra pergunta do questionário serve para definir qual o prato mais produzido no restaurante e o mais procurado pelos clientes. No Hotel 1, segundo o chef, o prato mais produzido é a Moqueca e o mais procurado é a Feijoada. Já no Hotel 2, a gerente respondeu, sem identificar, entre os pratos Picadinho carioca, Croquete de pupunha e Crème brûlée de doce de leite com cumaru. No Hotel 3 não houve resposta.

Quanto a questão da valorização do hotel sobre a cultura brasileira e a visão do mesmo no aspecto que liga a culinária com o turismo, somente o Hotel 1 e 2 responderam, novamente. No Hotel 1, o incentivo neste tópico teve bastante foco nos últimos anos e para o Hotel 2 este tema é importante para criar vínculo com hóspedes estrangeiros, explicar a nossa cultura através dos pratos. Isto posto, é visível que um dos objetivos específicos do projeto, o Hotel 1 e o 2 se enquadram no que a pesquisa buscava. A próxima questão procura determinar qual outra região do Brasil, além da região Sudeste, tende a se destacar no cardápio. Pelo Hotel 3 não se teve resposta, pois não oferecem a culinária. No Hotel 1, de acordo com o Chef são as regiões Norte e Nordeste e para o Hotel 2 somente a região Norte, mas especificamente com alimentos da Amazônia.

Outro tópico importante que ajuda a definir a valorização da cultura brasileira inserida no hotel é pela decoração, música ambiente, uniforme, entre outros. Nesta questão o Hotel 1 costuma ter música ambiente no salão do restaurante e antigamente já teve uniforme que remetia ao calçadão de

Copacabana. Já no Hotel 2 os colaboradores possuem uniforme com chapéu típico e roupa com o desenho do calçadão do bairro, e música ambiente no salão, como bossa nova. Quanto a decoração não houve comentário sobre ou algo que fosse perceptível no restaurante.

As decorações nos hotéis luxuosos no Brasil dificilmente possuem semelhança ou algo que remete ao brasileiro, se assim pode-se dizer. A partir disto, encontro uma conclusão, e percebo que até mesmo os hotéis de redes nacionais, não possuem uma padronização brasileira. Nestes hotéis sempre encontramos decorações, uniformes, arquiteturas que relembrem hotéis internacionais e inclusive chefs de outra nacionalidade.

Como alguns sabem, é muito comum entre os hotéis da orla oferecerem Feijoada em seu menu, por isso uma das questões buscava determinar se estes hotéis ofereciam o mesmo. No Hotel 1, 2 e 3 foi detectado o buffet de Feijoada em todos os três hotéis aos sábados. E no Hotel 1, além da Feijoada, há também Churrasco aos domingos.

Finalizando entre as seleções das questões mais importantes para serem descritas e discutidas, foi quanto a pesquisa de satisfação, pois esta é a forma que os gestores têm para entrar em contato com o cliente para saber do feedback de seu serviço. Esse feedback pode ser feito antes, durante ou depois da estada do hóspede. Com clientes passantes a dificuldade em descobrir nível de satisfação se torna um pouco maior, pois a maior ligação entre o hotel e cliente é durante o serviço, quando o cliente não se encontra hospedado.

Entretanto, enquanto o cliente se encontra no hotel, este é o momento em que o garçom, por exemplo, pode questionar quanto ao feedback. Os três hotéis possuem esse feedback diário por meio dos garçons e gerência, além de pesquisas de satisfação através de e-mails.

Análise dos hotéis através dos cardápios dos restaurantes

Além da análise feita por meio do questionário, os hotéis também disponibilizaram seus cardápios, no caso, dos restaurantes onde foi feita a pesquisa sobre o tema do projeto. Em cada cardápio foi identificado não somente



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

pratos regionais e locais, mas sim os alimentos típicos incluídos nos mesmos. Em vista disso, eles foram demarcados e nas próximas figuras, a seguir identificados os alimentos típicos nos menus dos hotéis.

Hotel 1

O Hotel 1, como dito anteriormente, possui em seu cardápio culinária típica regional. E aqui iremos aprofundar em seu menu e identificar quais alimentos e pratos fazem parte da culinária brasileira e de qual estado é sua origem. Abaixo pode-se ver o cardápio do restaurante 1 – Pérgula, na íntegra:

| Para compartilhar For sharing | |
|---|----------|
| BOLINHO DE AIPIM COM CARNE SECA 🇧🇷 | 46 |
| Servido com molho de tomate apimentado <i>Fried manioc and salt cured beef croquette served with spicy tomato sauce</i> | |
| CAMARÕES FRITOS COM COCO 🇧🇷 | 66 |
| Servido com chutney de abacaxi <i>Deep-fried coconut shrimp with pineapple chutney</i> | |
| BOLINHO DE BACALHAU | 48 |
| Servido com aioli de batata doce <i>Salted codfish fritters with sweet potato aioli</i> | |
| TRILOGIA DE PÃES DE QUEIJO (6/9/12) 🇧🇷 | 42/54/60 |
| Linguiça picante, Provolone e tradicional <i>Cheese rolls with spicy sausage, Provolone cheese and traditional ones</i> | |
| PASTÉIS | 38 |
| Queijo Coalho com melão de cana ou camarão com catupiry <i>Fried turnovers: Coalho cheese with sugar cane dip or shrimp and Catupiry cream</i> | |

| Pratos principais Main dishes | |
|---|----|
| RISOTTO DE PALMITO PUPUNHA 🇧🇷 | 74 |
| Com manteiga acidulada, tomate cereja, edamame com crosta de pão e castanha de caju <i>Palm heart risotto with citrus butter, cherry tomato, edamame and breadcrumb with cashew nuts</i> | |
| FETTUCCINE COM COGUMELOS | 64 |
| Azeite trufado e confit de tomate <i>Mushroom fettuccini pasta with truffle olive oil and tomato confit</i> | |
| ATUM CROCANTE COM SALADA DE FEIJÃO CANELLINI 🇧🇷 | 80 |
| Abacate, cebola roxa, raspas de limão siciliano <i>Crunchy tuna, cannellini beans salad with avocado, red onion and grated lemon</i> | |
| PIRARIÇU GRELHADO NA FOLHA DE BANANEIRA 🇧🇷 | 78 |
| Com ratatouille à brasileira e purê de batata baroa <i>Grilled pirarucu wrapped in banana leaf, brazilian ratatouille and parsnip potato puree</i> | |
| GALETINHO MARINADO COM TOMILHO E MEL 🇧🇷 | 68 |
| Batatas assadas, cebolas glaceadas au jus <i>Thyme and honey marinated baby chicken, roasted baby potatoes and glazed onion</i> | |
| KOBE ENTRECÔTE GRELHADO | 90 |
| Purê de abóbora com gengibre e tempurá de aspargos verdes <i>Grilled Kobe beef sirloin, green asparagus tempura and pumpkin puree with ginger</i> | |

| Clássico Cipriani Cipriani signature | |
|--|----|
| Risotto de vieira e limão siciliano perfumado com manjerona 🇧🇷 | 80 |
| <i>Marjoram scented scallop and lemon risotto</i> | |

| Saladas & Entradas Salads & Appetizers | |
|--|----|
| CARPACCIO DE BADEJO 🇧🇷 | 62 |
| Marinado ao molho de maracujá, folhas e croutons <i>Gosuper carpaccio marinated with passion fruit, mix salad and croutons</i> | |
| CEVICHE DE ROBALO 🇧🇷 | 85 |
| Abacate, cebola roxa, limão siciliano, coentro e chips de banana da terra <i>Sea bass ceviche served with avocado, lemon, coriander and plantain banana chips</i> | |
| SALADA CAPRESE COM BURRATA 🇧🇷 | 52 |
| Tomate maduro, pinoli e manjeriço <i>Caprese salad with burrata cheese, tomato, pine nuts and basil</i> | |
| SALADA CAESAR | |
| Com frango grelhado / Chicken Caesar salad 🇧🇷 | 46 |
| Com camarão grelhado / Shrimp Caesar salad 🇧🇷 | 58 |

| Sanduíches Sandwiches | |
|--|----|
| Servidos com batatas fritas, batata chips, nachos ou salada verde. <i>Sided with a choice of fries, homemade potato chips, nachos or green salad.</i> | |
| SALMÃO GRAVLAX | 54 |
| Servido no pão de milho e erva doce, cream cheese e aneto <i>Gravlax salmon served with corn and fennel roots bread, cream cheese and dill</i> | |
| SANDUÍCHE DE FILÉ MIGNON | 62 |
| Servido na baguete de mandioca com mostarda Dijon, cebola caramelizada e queijo canastra <i>Filet mignon sandwich, manioc bread, Dijon mustard, caramelized onions and Canastra cheese</i> | |
| HAMBÚRGUER DO COPA | 62 |
| Hambúrguer de Kobe, pão de batata baroa, chips de presunto de Parma, queijo canastra, molho tártaro <i>Copa Burger: Kobe beef, parsnip potato bread with Parma ham chips, cured cheese and tartar sauce</i> | |
| WRAP DE FRANGO MARINADO 🇧🇷 | 54 |
| Servido em tortilha de trigo com cole-slaw do copa <i>Marinated chicken, warm flour tortilla wrapped with Copa style coleslaw</i> | |
| HOT DOG | 38 |
| Servido no pão de leite integral com salsicha "Frankfurter", molho de pimentão flambado na cachaça e queijo gruyère <i>Hot dog on whole milk bread with Frankfurt sausage, Cachaça flamed, bell pepper sauce and gruyere cheese</i> | |



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Grelhados Grill selection

| | |
|---|----|
| ROBALDO | 86 |
| Com gremolata de laranja / See bass with orange gremolata | |
| CAMARÃO VG | 92 |
| Com limão e azeite de alho / King size shrimp with lemon and garlic olive oil | |
| COSTELINHA DE LEITÃO | 78 |
| Com alecrim e pimenta rosa / Suckling pig chop with rosemary and pink pepper | |
| PICANHA | 80 |
| Ao sal grosso de tomilho / Sirloin with rock sea salt and thyme | |
| FILE MIGNON | 82 |
| Com manteiga de ervas / Filet mignon with herbs butter | |
| ESCOLHA UM ACOMPANHAMENTO / CHOICE OF ONE SIDE DISH | |
| Acompanhamento extra (cada) / Extra side dish (each) | |
| Arroz basmati e farofa de biju / Basmati rice with Biju flour | 15 |
| Legumes da estação grelhados / Sautéed seasonal vegetable | |
| Batata calabresa assada com alecrim / Roasted baby potatoes with rosemary | |
| Parê de batata balsa / Parsnip potato purée | |
| Mix de folhas com tomate, vagem e cenoura / Mix salad with tomato, green beans and carrot | |
| MOLHOS / SAUCES | |
| Chimichuri com rúcula / Rocket Chimichuri | |
| Molho de jabuticaba / Jabuticaba hot sauce | |
| Beurre blanc de limão galego / Galego lemon beurre blanc | |

Cachaca flamed, bell pepper sauce and groyere cheese

CLUB SANDWICH 54

Peito de frango, bacon, ovos, tomate, alface e maionese
Chicken breast, bacon, eggs, tomato, lettuce and mayonnaise

Sobremesas Desserts

| | |
|--|----|
| MOUSSE CHOCOLATE 60% | 28 |
| Servido com paçoca e cantuccini de amendoim 66% chocolate mousse with peanuts cantuccini biscuits | |
| PICOLÉS | 22 |
| Cupuaçu e coco Coconut and cupuaçu popsicles | |
| CRÈME BRÛLÉE | 26 |
| Crème brûlée com baunilha de Madagascar Vanilla Tahiti crème brûlée | |
| CHEESECAKE DE COCO COM GELEIA DE GOIABADA | 26 |
| Coconut milk cheese cake with goiabada jam | |
| SORVETES E SORBETS ARTESANAIS | 24 |
| Homemade ice cream and sorbets | |
| FRUTAS DA ESTAÇÃO LAMINADAS | 24 |
| Sliced seasonal fruits | |

sem lactose / lactose free
 sem glúten / gluten free
 vegetariano / vegetarian

Preços em R\$ / Prices in R\$

É proibida a venda, oferta, entrega e permissão de consumo de bebida alcoólica, ainda que gratuitamente, aos menores de 18 (dezoito) anos. Lei 6173 de 05 de janeiro de 2012 e artigo 243 da Lei Federal 8069 de 13 de julho de 1990
It is prohibited to sell, offer, delivery and permission of alcohol consumption, even for free, to people under eighteen (18) years old. Law 6173 of 05 January 2012 and Article 243 of Federal Law 8069 of July 13, 1990
Será acrescido a todos os valores 10% referentes à taxa de serviço
A 10% service charge will be added to all prices.
"Se beber, não dirija" / "If you drink, do not drive"
Fiscalização Sanitária de Município do Rio de Janeiro - Tel. 2505-2200
Precon - Tel: 151 - Rua da Alameda, 5, subsolo - Centro - Rio de Janeiro
Diagnóstico segurança alimentar - 41481 (0800 282 0376)

Figura 9: Cardápio do Hotel 1.

No cardápio “Para compartilhar”, encontramos petiscos para mais de uma pessoa. No quadro elaborado a seguir, pode-se visualizar os pratos dessa parte do menu e detectando seu estado de origem.

| | Prato e alimentos típicos | UF |
|---|---------------------------------|----------------|
| 1 | Bolinho de aipim com carne seca | Rio de Janeiro |
| 2 | Camarões fritos com coco | Rio de Janeiro |
| 3 | Bolinho de bacalhau | Rio de Janeiro |
| 4 | Pastéis | Rio de Janeiro |

Quadro 9: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 1 - Pérgula em “Para compartilhar”.

Estes pratos são de grande consumo entre os cariocas, que adoram petiscos. E por eles, afirmando que a culinária local está inserida no restaurante Pérgula. No menu, em pratos principais também vemos opções de pratos com alimentos regionais brasileiros. No próximo quadro há a identificação dos estados.

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|----------|---|-----------|
| 1 | Risotto de palmito pupunha | Amazonas |
| 2 | Pirarucu grelhado na folha de bananeira | Tocantins |

Quadro 10: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 1 - Pérgula em “Pratos principais”.

No prato 1 (Risotto de palmito pupunha), além do edamame com crosta de pão e castanha do caju como acompanhamento, vemos a pupunha que é um fruto muito comum na Região Norte, principalmente no Amazonas, mas também no Tocantins, que também se destaca no prato 2 (Pirarucu grelhado na folha de bananeira) sendo entre os tocantinenses um prato bem típico – como foi citado no Quadro 2 – é comum pôr a folha de bananeira na culinária. Entre os “Grelhados” vemos estes pratos no Quadro 11:

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|----------|-----------------------------------|----------------|
| 1 | Camarão VG | Rio de Janeiro |
| 2 | Costelinha de leitão | Paraná |
| 3 | Molho de jabuticaba | São Paulo |

Quadro 11: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 1 - Pérgula em “Grelhados”.

O prato 1, dos “Grelhados”, é comum também entre os cariocas, devido ao seu litoral extenso, a culinária é recheada de peixes, e o camarão é bastante visto em regiões de praia no Rio de Janeiro. O prato 2 é bastante visto no estado do Paraná, não necessariamente como costelinha, mas o Leitão é um prato comum cozinhado de várias formas. E por último, como molho de acompanhamento dos pratos grelhados, o molho de jabuticaba. A fruta tem originalidade brasileira é original da Mata Atlântica, entretanto, como citada no quadro sua origem de São Paulo, ela também se estende entre Minas Gerais, Rio de Janeiro, Paraná, Goiás e Espírito Santo.

Em uma parte do menu tem um tema específico brasileiro como “Sabor do Brasil”. Nele encontramos o Picadinho Copacabana, com acompanhamentos de arroz, legumes salteados, farofa, ovo frito, banana empanada e batata noisette.

No Quadro 12 abaixo vemos sua originalidade:

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|----------|-----------------------------------|----------------|
| 1 | Picadinho Copacabana | Rio de Janeiro |

Quadro 12: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 1 - Pégula em “Sabor do Brasil”.

O picadinho é corriqueiro no Rio de Janeiro, às vezes também como petisco. Os acompanhamentos descritos no cardápio são igualmente comuns na cidade.

Partindo para as “Saladas e entradas”, vemos duas opções onde alimentos que integram os pratos são tipicamente brasileiros. Veja o Quadro 13 a seguir:

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|----------|---|-------------|
| 1 | Maracujá como complemento do Carpaccio de badejo | Bahia |
| 2 | Banana da terra como complemento do Ceviche de robalo | Mato Grosso |

Quadro 13: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 1 - Pégula em “Saladas e entradas”.

No prato 1 integra-se “marinado ao molho de maracujá, folhas e croutons”, se tornando válido citar o maracujá, pois é uma fruta de origem da América tropical, tendo o Brasil como maior produtor no mundo e a Bahia, o estado onde a fruta é mais produzida. No caso deste prato e no próximo são ingredientes brasileiros dando toques especiais ao prato. No Ceviche de robalo, acompanhando-o o “abacate, cebola roxa, limão siciliano, coentro e chips de banana da terra”. A banana da terra é uma fruta comum nos pratos do estado do Mato Grosso.

Nos “Sanduiches” oferecidos no cardápio também vemos alimentos que complementam os mesmos. Vejamos no Quadro 14

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|----------|--|--------------|
| 1 | Pão de milho como complemento do Salmão Gravlax | Piauí |
| 2 | Baguete de mandioca como complemento do Sanduiche de filé mignon | Amazonas |
| 3 | Cachaça como complemento do Hot dog | Minas Gerais |

Quadro 14: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 1 Pégula em “Saladas e entradas”.

O milho, do prato 1, é um alimento muito comum no Centro-oeste e Nordeste, e especificamente no Piauí é bastante visto como complemento nos pratos principais e também usado entre as sobremesas. No prato 2 está presente a mandioca, este alimento encontrado por toda parte do Brasil, mas principalmente na Região Norte, no Amazonas. E a cachaça no Hot dog está com o molho de pimentão flambado, e não esquecendo também como citado nos capítulos anteriores, que os “podrões”, como Hot dog, são muito comuns no Rio de Janeiro e São Paulo.

Finalizando com as “Sobremesas”, tendo como a maioria delas do cardápio, alimentos que indiquem a culinária brasileira inserida, conforme mostra o Quadro 15:

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|---|---|--------------------------------|
| 1 | Paçoca e amendoim como complementos do Mousse chocolate 66% | São Paulo |
| 2 | Picolés de cupuaçu e coco | Rondônia e Rio Grande do Norte |
| 3 | <i>Cheesecake</i> de coco com geleia de goiabada | Minas Gerais |
| 4 | Frutas da estação laminadas* | -----49 |

Quadro 15: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 1 - Pérgula em “Sobremesas”.

Entre os paulistas, o amendoim e a paçoca são um grande passatempo de alimento do dia-a-dia e também são bastante vistos nas sobremesas. Assim como no prato 2, o cupuaçu e o coco, igualmente encontrado em grande parte dos doces da Região do Norte e Nordeste. No cheesecake de coco com geleia com goiaba, o último ingrediente, como visto no Quadro 6, é bastante procurado entre os mineiros. E quanto as frutas da estação laminadas*, fica difícil definir o estado, pois isso dependerá de quais frutas exatamente o hotel, de acordo com a estação, como dito e também com seu estoque. Mas frutas são típicas entre o alimento diário dos brasileiros.

Portanto, com esta análise feita no cardápio do restaurante Pérgula do Hotel 1, é notório a maioria entre os pratos da Região Sudeste, e como explicado anteriormente no questionário pelo Chef, a Região Norte também. Quanto aos alimentos complementares de alguns pratos vemos um pouco de cada Região do Brasil.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Hotel 2

O próximo cardápio é do Hotel 2, que igualmente ao Hotel 1, possui culinária brasileira em seu menu. Nas figuras a seguir vemos o cardápio do restaurante 2 - The Carioca e, como o anterior, iremos identificar quais pratos e alimentos se encaixam na culinária brasileira e qual sua origem. Pode-se observar o cardápio na íntegra no anexo E. Este foi fragmentado em partes para melhor visualização e apresentação dos resultados. Abaixo a primeira parte do menu:

| THE Carioca | | | |
|--|----|--|----|
| QUICK BITES | | SALADAS E SOPAS | |
| Azeitonas & Picles V | 15 | Salada de Aspargos prosciutto, ovo poché, croutons, molho holandês | 32 |
| Mix de Nuts V | 19 | Salada de Alface Americana tomate seco, bacon, croutons, molho gorgonzola | 27 |
| SNACKS | | Salada de Salmão Curado rúcula, ovo de codorna, batata, molho mostarda | 29 |
| Chilli Nachos carne, cheddar, feijão | 29 | Salada Roquefort alface, castanha, do Brasil, bacon, croutons, molho mostarda | 28 |
| Croquete Pupunha geléia de pimenta V | 39 | Sopa de Camarão | 28 |
| Quesadilla de Frango creme azedo e fritas | 32 | Sopa de Tomate Assado V | 27 |
| Burrata Fazenda Vermelha tomate confit, manjerição, alho, cebola, rúcula, pão artesanal V | 35 | Canja de Galinha | 31 |
| Falafel molho de iogurte com hortelã V | 31 | PRINCIPAIS | |
| Bolinho de Salmão molho de maracujá | 36 | Bacalhau batatas, cebola, azeitonas | 59 |
| Filé Aperitivo pão de alho | 29 | Salmão Grelhado risotto de limão siciliano com aspargos | 52 |
| Flatbread Margherita V | 29 | Galeto mini cenoura, ervilha torta, brócolis, manteiga de ervas | 43 |
| Flatbread Pepperoni | 31 | Filé Mignon risotto de funghi | 62 |
| Frango BBQ | 29 | Contrafilé Uruguaio fritas, molho Béarnaise | 57 |
| Tábua de Queijos V | 45 | Picanha batata, creme azedo, farofa, chimichurri | 59 |
| Batatas Fritas V | 28 | Carré de Cordeiro purê de batata baroa trufado, demi glace com canela | 64 |
| SANDUÍCHES (com fritas) | | MASSAS E RISOTTOS | |
| Marriott Burger cheddar, bacon, alface, tomate, cebola, pickles | 42 | Rigatoni Gratinado molho carbonara, parmesão | 36 |
| Burguer Caseiro hamburguer de frango e linguiça, alface, maionese de mostarda | 36 | Fiori de Limão Siciliano e Mussarela molho de tomate V | 39 |
| Burguer de Salmão pão de cerveja, maionese de wasabi | 39 | Risotto de Camarão | 53 |
| Wrap de Frango pimentão, beringela, abobrinha, queijo, maionese picante | 31 | Risotto Porcini V | 56 |
| Club Sanduíche peito de peru, tomate, alface, bacon, maionese | 35 | Risotto de Quinoa rúcula, tomate seco, castanha do Brasil, mussarela de búfala e parmesão V | 49 |

| MENU JAPONÊS (diariamente, das 18:00 as 23:00) | | | |
|--|----|-------------------------------|----|
| Missoshiro V | 15 | SASHIMI ESPECIAL (5 unidades) | 22 |
| Sunomono V | 10 | Salmão | 28 |
| | | Atum | 19 |
| | | Peixe Branco | 19 |
| SUSHI (8 unidades) | | | |
| Califórnia manga, kani, pepino | 21 | HOT SUSHI (8 unidades) | |
| Kappa pepino V | 15 | Nirá | 28 |
| Atum | 23 | Hot Philadelphia | 28 |
| Salmão | 21 | Camarão | 29 |
| Salmão Apimentado | 21 | | |
| Combo 9 fatias de sashimi a escolha, 8 unidades de sushi, 8 unidades de hot roll | | | 89 |
| SOBREMESAS | | | |
| Crème Brulée doce de leite e cumarú | | | 17 |
| Banana Brulée gíandua, paçoca, creme de coco queimado | | | 15 |
| Texturas de Chocolate brownie, mousse, financier, chocolate caramelo, trufa de Amarela, neve, tuille | | | 21 |
| Fromage Blanc frutas vermelhas | | | 18 |
| Torta de Maçã creme diplomata, coulis de caramelo | | | 19 |
| Salada de Frutas Comprensadas creme diplomata, calda de canela | | | 18 |

Figura 10: Cardápio do Hotel 2 – primeira parte.

Começaremos pela primeira parte do cardápio, pelos “Snacks”, que tem dois marcadores de culinária brasileira, veja no Quadro 16 a seguir:

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|---|---|----------|
| 1 | Croquete de pupunha | Amazonas |
| 2 | Bolinho de salmão com molho de maracujá | Bahia |

Quadro 16: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 2 - The Carioca em “Snacks”.

Como no cardápio anterior, vemos a presença pupunha no prato 1 e no prato 2 bem como o molho de maracujá. Portanto, essas frutas comuns entre os brasileiros encontram-se do mesmo modo para os estrangeiros experimentarem já em mais de um hotel 5 estrelas.

Nas “Saladas e sopas” encontramos somente um prato com alimentos brasileiros que é a castanha do Brasil, original da Região Norte. Ainda há indagações sobre seu real nome, mas ao que parece a castanha do Brasil e a castanha do Pará são o mesmo fruto, apenas muda o nome de acordo com seu estado e região.

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|---|---|------|
| 1 | Castanha do Brasil como complemento da Salada roquefort | Pará |

Quadro 17: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 2 - The Carioca em “Saladas e sopas”.

Nos pratos “Principais” do menu deparamos com uma carne muito comum no sul do Brasil e como complemento a farofa, um alimento visto nas mesas de

todas as regiões do Brasil. Veja abaixo no Quadro 18 um dos pratos principais do menu:

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|---|-----------------------------------|-------------------|
| 1 | Picanha | Rio Grande do Sul |

Quadro 18: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 2 - The Carioca em "Principais".

Entre as "Massas e risottos", a castanha também é vista nos complementos de um Risotto de quinoa no cardápio, como se pode ver no Quadro 19 abaixo:

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|---|--|-----------|
| 1 | Castanha do Brasil como complemento do Risotto de quinoa | Pará |

Quadro 19: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 2 - The Carioca em "Massas e risottos".

O cumarú é um fruto nativo na Amazônia, do Cerrado e Pantanal, mas é no Pará que produz uma maior diversidade sobre o fruto, principalmente nas sobremesas. No cardápio, como complemento do Crème brûlé, temos o cumarú e o doce de leite, o último não é original do Brasil, mas bastante frequente nas sobremesas dos mineiros, por exemplo. E novamente, a paçoca, na sobremesa de Banana Brulée, normal seu alimento entre paulistas.

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|---|--|-----------|
| 1 | Cumarú como complemento do Crème brûlé | Pará |
| 2 | Paçoca como complemento da Banana brûlée | São Paulo |

Quadro 20: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 2 - The Carioca em "Sobremesas".

Para continuar o cardápio do restaurante "The Carioca" do Hotel 2, adentraremos em seu menu de bebidas, onde foram identificados também alimentos frequentes entre o dia a dia dos brasileiros. Analisemos abaixo a segunda parte do cardápio:



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu



| COQUETÉIS | | CERVEJAS ARTESANAIS (600 ML) | |
|---|----|---|----|
| The Carioca cachaça, maracujá, hortelã, guaraná | 34 | Colorado Indica IPA, toque de rapadura, rica em lúpulo, amarga | 29 |
| Rock in Rio whisky, suco de limão, licor de maçã, club soda | 36 | Colorado Appia de trigo, toque de mel, levemente adocicada | 29 |
| Rio de Janeiro Iced Tea whisky, ice tea de limão | 34 | Colorado Demoiselle potter, toque de café, bem amarga | 29 |
| Tropicália Mojito rum, hortelã, frutas tropicais, soda limão | 32 | Burgman Lager refrescante e floral | 29 |
| Rio Royale licor de açaí, espumante | 39 | CERVEJAS ARTESANAIS (355 ML) | |
| Arpoador tequila, suco de maracujá, xarope de romã | 34 | 3 Lobos Exterminator de trigo, com capim-limão, refrescante | 25 |
| Mangotini vodka, Cointreau, suco de manga, hortelã | 36 | 3 Lobos Pele Vermelha IPA, com toque de laranja, aromática, rica em lúpulo | 25 |
| Brasiltini vodka, licor de açaí, suco de abacaxi | 36 | Amazon Açaí stout com toque de açaí, leve aroma de café e chocolate | 25 |
| Watermelon Gin Fizz gin, suco de limão, melancia, soda limão | 34 | Amazon Príprioca red ale com príprioca, amadeirada, adocicada | 25 |
| Caipi Açaí cachaça, licor de açaí, limão, açúcar | 36 | CERVEJAS NACIONAIS | |
| Com sua fruta favorita | 31 | Bohemia | 12 |
| Caipirinha cachaça | | Cerpa | 12 |
| Caipiroska vodka | | Skol | 12 |
| Caipisakê sake | | CERVEJAS IMPORTADAS | |
| Caipiríssima rum | | Heineken Holanda | 14 |
| | | Stella Artois Bélgica | 14 |

| COQUETÉIS COM PROPÓSITO 36 | |
|---|--|
| Coquetéis saudáveis, sem deltar de ser uma experiência saborosa | |
| Good Juju (acalmar – remove energia) rum, cachaça, suco de abacaxi, suco fresco de limão, goiaba, xarope de bordo, angostura | |
| Spritz American (revigorar – adiciona energia) vermouth bianco, suco fresco de limão xarope de bordo, uva, club soda | |
| Highland Garden (satisfazer – nutrir + agradar) tequila, suco de aipo, suco de maçã, suco fresco de limão, mel, angostura, água tônica | |

| VINHOS POR TAÇA | | | |
|---|----|------------------------------------|----|
| Solicite ao garçon a carta de vinhos completa | | | |
| ESPUMANTES | | TINTOS | |
| Vallontato Brut | 38 | Babor Merlot | 33 |
| Prosecco Visconti Della Rocca | 35 | Septima Varietal Malbec | 35 |
| ROSE | | Serbal Malbec | 41 |
| Woodbridge White Zinfandel | 35 | Misiones Carmenere | 35 |
| BRANCOS | | La Consulta Cab. Sauvignon | 32 |
| Misiones Sauvignon Blanc | 35 | Classic Cabernet Sauvignon | 38 |
| Armador Sauvignon Blanc | 41 | Septima Varietal Syrah | 35 |
| D'Alamel Chardonnay | 38 | FORTIFICADOS E SOBREMESA | |
| La Consulta Chardonnay | 32 | Graham's Fine Ruby | 35 |
| | | Graham's 10 Years Tawny | 65 |
| | | Château Pajzos Late Harvest | 34 |

O consumo do item marcado com o logo  acarretará uma doação de R\$1,00 para a Instituição de Desenvolvimento Sustentável da Reserva JUMA, com o intuito de contribuir com a preservação da floresta Amazônica e redução do impacto da emissão de carbono

Figura 11: Cardápio do Hotel 2 – segunda parte.

Nas bebidas, é possível detectar uma grande quantidade de drinks com frutas populares do Brasil. No Quadro 21, vejamos estes coquetéis do menu do The Carioca:

| | Bebidas e alimentos típicos | UF |
|---|---|--------------------------------|
| 1 | Cachaça, maracujá e guaraná como complemento do The Carioca | Minas Gerais, Bahia e Amazonas |
| 2 | Frutas tropicais como complemento do Tropicália Mojito | |
| 3 | Licor de açaí como complemento do Rio Royale | Amazonas |
| 4 | Suco de maracujá como complemento do Arpoador | Bahia |
| 5 | Licor de açaí como complemento do Brasiltini | Amazonas |
| 6 | Cachaça e licor de açaí como complemento do Caipi Açaí | Amazonas |
| 7 | Caipirinha | Rio de Janeiro |

Quadro 21: Bebidas e alimentos típicos do cardápio do restaurante 2 - The Carioca em "Coquetéis".

Entre os coquetéis, a fruta mais vista é o açaí, nativo da Floresta Amazônica, assim como o guaraná, é muito frequente seus consumos por todo o país, porém de formas diferentes entre os estados. Além deles vemos o maracujá, fruta vista muito em bebidas e sobremesas nas regiões. E a cachaça, a bebida do Brasil, entretanto, sempre teve mais popularidade no estado de Minas Gerais, mas sendo bastante produzido em grande parte da Região Sudeste. Esta bebida faz parte da famosa Caipirinha, frequente também na última Região citada, mas principalmente, no estado do Rio de Janeiro.

E para finalizar o menu do restaurante, deparamos com cervejas artesanais, estas frequentemente aparecem mais consumidas na Região Sudeste, devido aos grandes consumidores de cervejas, entretanto, claro que seus ingredientes podem ser de toda parte do país, vale a imaginação do toque brasileiro.

No Quadro 22 abaixo, mostra que as cervejas artesanais também estão ganhando espaço em hotéis 5 estrelas, como do Hotel 2.

| | Bebidas e alimentos típicos | UF |
|---|---|-----------|
| 1 | Açaí complementando o Amazon Açaí | Amazonas |
| 2 | Pripioca complementando o Amazon Pripioca | Amazonas |

Quadro 22: Bebidas e alimentos típicos do cardápio do restaurante 3 - The Carioca em "Cervejas Artesanais".

Estas possuem ingredientes provenientes da Amazônia, o açaí e a pripioca, a primeira fruta comum no país, e a segunda é uma erva com consumo frequente maior na região. É interessante que as cervejas artesanais sejam também valorizadas e que haja um incentivo nas criações com alimentos do nosso país. E como visto entre os quadros analisados pelo menu do restaurante do Hotel 2, vemos sua maioria oferecida pela região local e a Região Norte.

Hotel 3

O Hotel 3 foi o único que não se encaixou entre os objetivos do projeto, porém também seria válido investigar e analisar seu cardápio, na procura de identificar talvez algum alimento que remetesse a culinária brasileira. O cardápio do restaurante 3 encontra-se na íntegra no anexo F. Em busca disso, foi possível encontrar, alguns poucos pratos, em algumas partes do menu do restaurante 3 - Skylab. A figura 12 mostra o serviço de “Peixes e Crustáceos” no menu:



PEIXES E CRUSTÁCEOS / FISH AND SEA FOOD

| | |
|---|-----------|
| Filé de Badejo Grelhado com Lagostins, Arroz Negro e Aspargos <i>Grilled Silver Bass with Langoustines, Black Rice and Asparagus</i> | R\$ 78,00 |
| Camarões Salteados com Leite de Côco e Gotas de Azeite de Dendê, Arroz Basmati <i>Sautéed Shrimp with Coconut Milk and Drops of Palm Olive Oil, Basmati Rice</i> | R\$ 89,00 |
| Filé de Robalo em Crostas de Castanhas de Cajú e Suco de Tamarindo, Bifum de Legumes <i>Fillet of Sea Bass in Cashew Nut Crust, Tamarind Juice and Vegetable Bifum</i> | R\$ 76,00 |
| Salmão Grelhado com Lentilhas <i>Grilled Salmon Fillet with Lentils</i> | R\$ 65,00 |
| Filé de Linguado, Endívias Grelhadas e Coulis de Lagostins <i>Fillet of Sole, Grilled Endives and Crayfish Coulis</i> | R\$ 68,00 |

Figura 12: Cardápio do Hotel 3 – primeira parte.

O Quadro 23 do restaurante 3 de culinária internacional aponta alguns pratos da culinária brasileira.

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|----------|--|------------------|
| 1 | Camarões salteados com leite de coco e gotas de azeite de dendê, arroz basmati | Bahia |
| 2 | Filé de robalo em crostas de castanha de caju e suco de tamarindo, <i>bifum</i> de legumes | Ceará e Maranhão |

Quadro 23: Pratos típicos do cardápio do restaurante 3 - Skylab com "Peixes e Crustáceos".

No prato 1 temos a forte presença do estado da Bahia, a começar pelo camarão, um peixe bastante comum na dieta baiana, e o leite de coco e azeite de dendê, ingredientes utilizados em grande parte dos pratos do estado. No prato 2 a castanha de caju nativa da Região Nordeste, é bastante produzida nos estados de Ceará, Rio Grande do Norte e Piauí, e o suco de tamarindo, fruta esta que já não é nativa, mas igualmente comum no estado do Maranhão, na mesma região.

Cardápio de Almoço e Jantar
Lunch and Dinner Menu
S K Y L A B

GRELHADOS / FROM THE GRILL

| | |
|---|------------|
| T Bone, Batatas Fritas, Molho Bercy <i>T Bone Steak (450 g), French Fries, Bercy Sauce</i> | R\$ 76,00 |
| Picanha, Batatas Fritas, Molho Campanha, Farofa da Casa <i>Rump Steak (400 g), Vinaigrette Dressing, Manioc Toasted Flour</i> | R\$ 85,00 |
| Bife de Ancho, Batatas ao Forno, Molho Chimichurri <i>Rib Eye (300 g) Oven-Baked Potatoes, Chimichurri Sauce</i> | R\$ 70,00 |
| Bife de Chorizo, Batatas Pont Neuf, Molho Bearnaise <i>Sirloin Steak (400 g), Pont Neuf Potatoes, Bearnaise Sauce</i> | R\$ 76,00 |
| Fraldinha, Batata Assada, Molho Roquefort <i>Skirt Steak (300 g), Baked Potato, Roquefort Sauce</i> | R\$ 65,00 |
| Galeto Desossado, Arroz à Grega <i>Boneless Spring Chicken (600 g), Greek Style Rice</i> | R\$ 55,00 |
| Peixe do Dia, Batatas Cozidas, Molho Manteiga Maitre D'Hotel <i>Catch of the Day, Steamed Potatoes, Maitre D'Hotel Sauce</i> | R\$ 65,00 |
| Filé Chateaubriand, Molho Bearnaise e Batatas Fritas (2 pessoas) <i>Fillet Steak Chateaubriand, Bearnaise Sauce, French Fries (2 person)</i> | R\$ 130,00 |
| Carré de Cordeiro <i>Roasted Rack of Lamb</i> | R\$ 79,00 |

Figura 13: Cardápio do Hotel 3 – segunda parte.

Quanto aos “Grelhados” existe pratos da culinária que é comum entre os brasileiros, como podemos verificar na figura abaixo do menu de “Grelhados”:

De acordo com o menu, o quadro a expõe um prato bastante habitual para os cariocas, a picanha, as batatas fritas, o molho à campanha e a farofa, são alimentos vistos em muitos restaurantes no estado do Rio de Janeiro.

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|---|---|----------------|
| 1 | Picanha, batatas fritas, molho campanha, farofa da casa | Rio de Janeiro |

Quadro 24: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 3 - Skylab em “Grelhados”.

Nas sobremesas também encontramos o maracujá, presente nos cardápios do Hotel 1 e 2 também. Veja abaixo na figura:

Cardápio de Almoço e Jantar
Lunch and Dinner Menu
S K Y L A B

SOBREMESAS / DESSERTS

| | |
|--|-----------|
| Fondant de Chocolate com Sorvete de Pistache <i>Chocolate Fondant with Pistachio Ice Cream</i> | R\$ 24,00 |
| Spring Rolls de Abacaxi com Calda de Frutas Tropicais <i>Pineapple Spring Rolls with Tropical Fruit Syrup</i> | R\$ 22,00 |
| Crème Brulée de Baunilha Taiti <i>Vanilla Crème Brulée</i> | R\$ 24,00 |
| Merengue de Maracujá e Frutas Frescas <i>Passion Fruit Meringue and Fresh Fruits</i> | R\$ 22,00 |
| Tarte Fine de Maçã com Calda de Tangerina, Sorvete de Creme <i>Apple Tart with Tangerine Syrup, Vanilla Ice Cream</i> | R\$ 24,00 |

CAFÉ / COFFEE

| | |
|---------------------------------------|----------|
| Nespresso Sabores <i>Nespresso</i> | R\$ 8,00 |
|---------------------------------------|----------|

Figura 14: Cardápio do Hotel 3 – terceira parte.

O merengue de Maracujá e frutas frescas, encontrado também no quadro a seguir, é única sobremesa com toque brasileiro. Quanto ao maracujá sua maior produção está no estado da Bahia, porém, as frutas frescas, dependendo da época do ano, estão presentes em quase todas as refeições dos brasileiros.

| | Pratos e alimentos típicos | UF |
|----------|---------------------------------------|-----------|
| 1 | Merengue de maracujá e frutas frescas | Bahia |

Quadro 25: Pratos e alimentos típicos do cardápio do restaurante 3 - Skylab em "Sobremesas".

A partir dessas informações foi possível a identificação de pratos e alimentos típicos no restaurante 3 - Skylab do Hotel 3, onde afirma que seu cardápio é de culinária internacional. Todavia, com a análise feita a partir de seu menu, encontramos alguns pratos, mesmo que poucos, com culinária local e regional.

No momento da visita técnica não foi feita uma análise do cardápio juntamente com a assistente de Alimentos e Bebidas, por isso, não há por parte do Hotel 3 explicações que discutam esses pratos identificados no cardápio. Por fim, a afirmação feita pelos gestores do Hotel 3 é de que oferecem somente culinária internacional em seu cardápio – além da Feijoada aos sábados –, não obtendo resposta se o toque brasileiro identificado pela pesquisadora foi realmente intencional ou não.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do exposto pelos resultados do questionário pôde-se concluir algumas afirmações sobre os hotéis pesquisados, que influenciam no que o projeto buscava, como:

- Todos os hotéis possuem seu próprio padrão de acordo com a sua rede.
- O único hotel que não oferece culinária regional no cardápio é de uma rede brasileira.
- A feijoada é o prato mais típico da orla, oferecido aos sábados em todos os hotéis pesquisados.

- A culinária internacional ainda é o forte dos cardápios, afinal é necessário, pois grande parte do público é estrangeiro. Não se pode forçar os turistas a comerem somente a culinária brasileira.
- A maioria dos Chefs executivos são estrangeiros – no Hotel 1 é italiano, no Hotel 2 é brasileiro e no Hotel 3, francês – podendo ser um dos motivos pelo qual se torne um pouco mais difícil de expor a culinária brasileira.

A pesquisa realizada com os três hotéis 5 estrelas da Avenida Atlântica em Copacabana obtiveram resultados positivos de acordo com os objetivos do projeto. Não teve totalidade quanto a um resultado favorável, mas foi encontrado em maioria entres os objetos de pesquisa.

Conforme o objetivo principal, seu intuito era investigar se esses hotéis ofertam pratos da gastronomia regional brasileira, o que foi detectado no Hotel 1 e Hotel 2, em um dos restaurantes que os hotéis possuem. O Hotel 3, se identifica em somente oferecer culinária internacional.

Entretanto, pela análise feita em seu cardápio foi visto alguns alimentos comuns na culinária brasileira que complementam alguns pratos do menu. Contudo, a afirmação pelos gestores foi de que a culinária internacional é o serviço oferecido pelo seu restaurante, sendo esta declaração incontestável e válida para a pesquisa.

Pelos objetivos específicos, a análise sobre a valorização e a identidade da gastronomia do Brasil também teve resultado favorável no Hotel 1 e 2, onde os gestores dos hotéis explicitaram seu incentivo e as formas pelas quais expõem a cultura brasileira em seus hotéis. Quanto ao Hotel 3 não houve nenhuma resposta sobre esta temática, afirmando-se como um hotel com serviços voltados totalmente para a cultura internacional.

O projeto possuía outro objetivo específico, entretanto, o resultado do mesmo não pôde ser concluído e definido com o questionário e os cardápios. O outro objetivo se aplicava em demonstrar como ocorre a demanda por pratos típicos, porém este objetivo possa ser inserido futuramente, assim como outros, caso a pesquisa siga com o propósito de novos resultados.

A partir dos fatos citados, pode-se concluir que entre o Hotel 1, Hotel 2 e Hotel 3 foi realizável a pesquisa com um resultado de prevalência positiva. Não foi possível e nem tinha como objetivo evidenciar qual tipo de serviço destes hotéis – tendo ou não a gastronomia brasileira – seria mais vantajoso para garantir um maior público, afinal as motivações de seus clientes podem ser totalmente diferentes, pois os três hotéis tinham à similaridade pelo serviço de 5 estrelas, mas sua missão, visão, valor não são as mesmas.

PROPOSTAS DE SUGESTÕES

As propostas que podem ser sugeridas envolvem muitas instancias internas e externas do Hotel e sua Rede, por isso, as propostas que serão dadas não vão ser usados como um feedback aos hotéis que participaram da pesquisa, com o entendimento de que hotéis luxuosos e de grandes redes nacionais e internacionais exigem bastante burocracia nos seus serviços. Desta forma, as propostas serão apenas sugestões de mudança nos hotéis, com o intuito de estimular mais a valorização da cultura e gastronomia brasileira, sendo este um dos objetivos específicos do projeto.

Abaixo encontra-se relacionadas as propostas que serão oferecidas a partir das informações obtidas com a pesquisa:

- Contratar mais cozinheiros e/ou chefs de nacionalidade brasileira, com intuito de abranger mais o espaço dos brasileiros no setor gastronômico, onde possui muitas pessoas capacitadas e formadas na área.
- As próprias redes brasileiras deveriam ter um padrão que remetesse a cultura brasileira, podendo ser na infraestrutura, decoração, música, uniformes e inclusive, na gastronomia. Isto poderia desenvolver um outro nível entre as redes brasileiras, fazendo com que muitas delas possam equiponderar com redes internacionais, valorizando e mostrando aos estrangeiros sua verdadeira cultura.
- As redes internacionais poderiam, em cada marca que existe em outro país, investir em indicadores que expõem a cultura típica da região,

deixando os estrangeiros mais próximos ao lugar que visita. Nos hotéis de rede internacional em pesquisa, isto foi identificado, mas não sabemos, por exemplo, quanto aos outros da orla da Praia de Copacabana.

- Quanto aos brasileiros em estimar sua própria cultura, torna-se um tópico mais difícil a se resolver. Entretanto, os próprios hotéis poderiam produzir esse estímulo com algum tipo de propaganda entre os hóspedes e clientes, ou aos que pedissem um prato típico ganhassem um mimo explicitando que ele colabora promovendo com a valorização da cultura brasileira.
- Por meio dos gestores e os garçons, por exemplo, que possuem um contato mais direto com o cliente, oferecer e indicar a eles pratos típicos, dando o seu valor e contando sua origem. Mesmo que essas ações possuam sua dificuldade em ser praticada é necessário expor as conclusões e propostas que poderiam ser viáveis, não somente aos hotéis de luxo que foram pesquisados, mas também aos que se interessam pela cultura brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELCHIOR, Elísio O.; POYARES, Ramon. **Pioneiros da Hotelaria no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Senac, 1987.

BOTELHO, Adriano. **Geografia dos sabores: ensaio sobre a dinâmica da cozinha brasileira**. São Paulo, Revista Textos do Brasil, nº 13, p. 61 – 69, 2010

BRANDÃO, Thales. Região Sudeste é responsável por metade do consumo de bebidas fermentadas no país. **Cidade Marketing**, 25 de junho de 2013. Disponível em: Acesso em 30 de junho de 2015.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Glossário temático: alimentação e nutrição: Ministério da Saúde, Secretaria-Executiva, Secretaria de Atenção à Saúde. Brasília: Editora do Ministério da Saúde**, 2008. 60 p. BRASIL. Ministério do Turismo. Sistema Brasileiro de Classificação. 1ª ed. Brasília. 2010. p. 20

CÂNDIDO, Índio. **Restaurante: administração e operacionalização**. – Caxias do Sul: Educs, 2010. 328 p. 90

CASCUDO, L. Da C. **História da alimentação no Brasil**. 3 ed. Belo Horizonte, Itatiaia; São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 1983.

CASTELLI, Geraldo. **Administração Hoteleira**. 9 Ed. – Caxias do Sul: Educs, 2003. 732 p.

CRUZ, Mércia S. R.; MENEZES, Juliana S.; PINTO, Odilon. **Festas Culturais: Tradição, Comidas e Celebrações**. I Encontro Baiano de Cultura – I EBECULT – FACOM/UFBA. Salvador – BA, em 11 de dezembro de 2008.

DALFOVO, Michael Samir; LANA, Rogério Adilson; SILVEIRA, Amélia. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.2, n.4, p.01-13, Sem II. 2008.

DAVIES, Carlos Alberto. **Alimentos e bebidas**. 4. Ed. – Caxias do Sul, RS: Educs, 2010. 254 p.

DIAS, Cláudia. **Pesquisa Qualitativa – características gerais e referências**. Disponível em: Acesso em: 10 de junho de 2015.

Estados e capitais no Brasil. Disponível em: Acesso em: 13 de junho de 2015.

FERREIRA, Francisco Romão Ricardo; FREITAS, Ferreira; PRADO, Shirley Donizete. **Alimentação, consumo e cultura**. 1 ed. – Curitiba, PR: CVR, 2013. 242 p. FLAGIARI, Gabriela Scuta. Turismo e alimentação: análises introdutórias. – São Paulo: Roca, 2005. 199 p.

Gastronomia no Mundo: a gastronomia de qualquer região a um clique. Disponível em: Acesso em: 13 de junho de 2015. 91

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de pesquisa**. Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. 120 p.: il.

GIMENES-MINASSE E PECCINI. Gastronomia e Turismo: Abordagens Acadêmicas. **Revista Rosa dos Ventos**. Caxias do Sul, p. 1-17, jul./set. 2012.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (BRASIL). **Patrimônio Cultural**. Disponível em: Acesso em: 03 de maio de 2015.

KÖHLER, André F.; DURAND, José C. G. **Turismo cultural: conceituação, fontes de crescimento e tendências**. Turismo - Visão e Ação - vol. 9 - n.2 p. 185-198 maio /ago. 2007.

LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica** / Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. - 5. ed. - São Paulo: Atlas 2003.

LANDI, Camila de M. **Da cozinha à gastronomia: a comida italiana nos restaurantes paulistanos**. 2012. 122f. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade) – Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo.

MANTOVANI, Flávia. Após 6 meses, nova classificação por estrelas tem só 33 hotéis cadastrados. **G1**, São Paulo, 26 de março de 2015.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac, 2008. 92

MINISTERIO DA SAUDE. Resolução que incorpora, sob a ótica do indivíduo e das coletividades, referenciais da bioética, tais como, autonomia, não maleficência, beneficência, justiça e equidade, dentre outros, e visa a assegurar os direitos e deveres que dizem respeito aos participantes da pesquisa, à comunidade científica e ao Estado. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012.

SENAC. DN. **Turismo no Brasil: um guia para o guia** / Alexandre Raposo; Marcia Capella; Cláudia Cardoso dos Santos. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2004. 184 p. Inclui glossário.

SILVA, Eder. **Tipos de pesquisa – conceitos**. Disponível em: . Acesso em: 03 de julho de 2015.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

ANEXO – Questionário de pesquisa

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Economia Doméstica e Hotelaria
Curso de Hotelaria

QUESTIONÁRIO

Nome do hotel: _____

Nome do(s) restaurante(s): _____

Entrevistado: a) Gerente de A&B b) Chef de cozinha c) Subchefe de cozinha

Orientação para as respostas:

- Para as perguntas fechadas, marcar com um X.
- Para as perguntas abertas, se o nº de linhas não for suficiente, poderá responder no verso, não se esquecendo de enumerá-las.

1. Quantos restaurantes o hotel possui?

- a) 1 b) 2 c) 3

2. Qual o maior público do hotel?

- a) Brasileiros b) Estrangeiros

3. O(s) restaurante(s) recebe(m) *walk-in* ou somente hóspedes?

4. Qual a capacidade de ocupação do(s) restaurante(s)?

5. Qual o tipo de serviço oferecido pelo(s) restaurante(s)?

- a) *Buffet* b) *À la carte* c) Outros. Citar quais.

6. Quem são os responsáveis pela elaboração do cardápio?

7. A brigada é formada por quantos colaboradores? E como ela é dividida?



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

8. O hotel é cadastrado no sistema Cadastur?
 - a) Sim
 - b) Não. Em caso negativo, por quê?

9. Conhece a infraestrutura e os serviços mínimos recomendados para a área de A&B pelo SBClass?
 - a) Sim
 - b) Não

10. Sabemos que o SBClass indica para os hotéis 5 estrelas, cardápios com a culinária regional ou típica, o hotel segue esta recomendação?
 - a) Sim
 - b) Não

11. Como é planejado a composição do cardápio/menu?
 - a) Culinária local
 - b) Culinária regional
 - c) Culinária internacional
 - d) De acordo com a origem do público hospedado
 - e) Todas as opções

12. Se a resposta anterior for a letra A ou B, quais os critérios para a escolha?

13. Quais os principais pratos típicos mais produzidos? E qual prato é mais procurado?

14. Já aconteceu de algum hóspede comentar que sentiu a falta de algum prato típico no cardápio/menu?

15. Como você vê a importância da culinária típica brasileira na cultura? Para você, ela é vista como parte do turismo? Há algum incentivo da parte do hotel nesse aspecto?

16. É notório que temos como base da culinária brasileira heranças indígenas, africanas, portuguesas e espanholas. Qual o seu ponto de vista quanto a essa miscigenação de culinárias? Justifique o porquê por aspectos positivos e negativos.

17. Você considera o feijão um dos alimentos básicos da culinária brasileira? E como poderia descrever a importância do arroz com feijão para a cultura brasileira?



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

18. Além da região sudeste, qual outra região ou estado do Brasil tende a se destacar no cardápio?
19. No restaurante do hotel há outros indicadores caracterizando a cultura local ou regional, como decoração, música, etc.?
20. Há demanda por bebidas típicas como, por exemplo, a caipirinha?
a) Não b) Sim. E quem são estes consumidores?
- a) Maior demanda por brasileiros b) Maior demanda por estrangeiros
c) A mesma proporção
21. Quanto a oferta de frutas no cardápio, são elas:
a) Típicas de algumas regiões brasileiras b) Somente da região local
22. Há algum serviço especial da casa, no cardápio/menu que seja considerado somente da culinária brasileira? Em caso positivo, qual é sua frequência?
23. Houve alguma adequação no cardápio/menu para o megaevento da Copa Mundial de 2014? Em caso positivo, qual adequação?
24. Há alguma novidade para o cardápio/menu para as Olimpíadas?
25. Há pesquisa de satisfação do cardápio/menu no restaurante?