GASTRONOMIA MONÁSTICA COMO PRODUTO ASSOCIADO AO TURISMO: UM ESTUDO DE CASO DO MOSTEIRO DA RESSURREIÇÃO

Daiane Aparecida Hass (BIC/Fundação Araucária), Mirna de Lima Medeiros (Orientadora), daianehass_ap@hotmail.com: mirnadelimamedeiros@gmail.com.

Universidade Estadual de Ponta Grossa/Departamento de Turismo.

Ciências Sociais Aplicadas/ Turismo

Palavras-chave: Turismo, Gastronomia, Mosteiros.

Resumo

A gastronomia pode ser vista como oferta complementar, atrativo secundário ou até atrativo principal. Os mosteiros têm uma antiga relação com a gastronomia, e atualmente alguns contam com produtos que podem ser explorados pelo turismo, como no caso do Mosteiro da Ressurreição de Ponta Grossa – PR. Nessa perspectiva, este trabalho teve como objetivo analisar a gastronomia de origem monástica como um produto associado ao turismo no Mosteiro da Ressurreição. Para a realização deste, a pesquisa utilizou-se de pesquisa de campo com observação direta e entrevista informal com um monge local, além de análise documental. Durante a pesquisa foi possível perceber que os elementos gastronômicos são oferecidos como oferta complementar a outros elementos de cunho cultural dos mosteiros beneditinos, e que devido a sua simbologia, possui autenticidade que é aproveitada turisticamente.

Introdução

A alimentação vai além do processo biológico do ser humano e pode exercer significados simbólicos em determinadas sociedades. Está diretamente lidada a cultura, que “engloba todas as formas de expressão do homem: o sentir, o agir, o pensar, o fazer, bem como as relações entre os seres humanos e destes com o meio ambiente” (MTUR, 2010). A gastronomia pode ser vista como um elemento que compõe a cultura, e essa singularidade local pode ser apropriada pelo turismo sendo transformada em um atrativo capaz de motivar e atrair visitantes, além de trabalhar como um meio de alternativa para o desenvolvimento econômico local.

Os mosteiros têm uma relação antiga com a gastronomia. Hoje, estes e outros recursos tangíveis (as casas e construções) e intangíveis (tradições, costumes e gastronomia), são valorizados pelo setor turístico. (AULET; MUNDET; VIDAL, 2017, p. 177, tradução nossa).

Dadas as fontes consultadas, não há uma definição precisa que relaciona a gastronomia a mosteiros, mas o termo consta em alguns casos encontrados durante a pesquisa e utilizados como no presente trabalho. Desta forma, o termo “Gastronomia Monástica” pode ser empregado para referir-se à produção e/ou comercialização de elementos gastronômicos relacionados ao espaço monasterial.

Considerando essa relação, o trabalho realizado se propôs a estudar a gastronomia de origem monástica como um produto associado ao turismo, trazendo como objeto de estudo o Mosteiro da Ressurreição de Ponta Grossa – PR. Esse mosteiro é um importante atrativo da região dos Campos Gerais, seja por sua tradição, arquitetura, gastronomia ou atendimento a leigos e religiosos que, como hóspedes ou visitantes, buscam nesse espaço momentos de recolhimento e oração.

Desta forma, os objetivos deste trabalho são: Discutir a gastronomia e sua relação com o turismo; Descrever um breve histórico sobre as origens da gastronomia monástica e Analisar a oferta gastronômica do Mosteiro da Ressurreição.

Materiais e Métodos

A pesquisa utilizada para a execução do trabalho é de característica exploratória. Para a coleta de dados, a investigação utilizou-se de levantamento bibliográfico e documental e pesquisa de campo no Mosteiro da Ressurreição, que ocorreu por meio de observação direta e entrevista informal com um monge local.

Entre novembro de 2017 e maio de 2018 foram realizadas seis visitas ao mosteiro (na região rural) e três visitas a filial da loja oficial da Abadia, localizada no centro da cidade de Ponta Grossa – PR. Além disso, foi possível coletar dados referentes ao mosteiro através do Site Institucional da Abadia da Ressurreição e por meio de folder promocional de evento a ser realizado no local.

Resultados e Discussão

Gastronomia e turismo

Dada a importância cultural da gastronomia, devido a riqueza de informações seja a respeito de comportamento, modo de produção, matéria prima de cada povo e etc., pode-se trazer em discussão seu grau de importância para o turismo. Elementos estes, que dão identidade a determinado povo/local, podem ser apropriados como produtos turísticos, empregando a gastronomia neste caso não apenas como uma atividade de apoio, mas como fator determinante na escolha por determinados destinos, seja por questão de status, autorealização, etc. (SCHLÜTER, 2003).

Essa produção, quando ofertada e operacionalizada turisticamente pode ser associada ao turismo gastronômico, e esses elementos podem ser aproveitados pelo turismo como motivadores de viagem ou complementos potencializadores da experiência turística, visto que podem agregar valor aos atrativos.

Histórico sobre a gastronomia em mosteiros

Os mosteiros têm uma relação antiga com a gastronomia. São Bento de Núrsia (480-547), o iniciador da Ordem de São Bento expunha em seus projetos durante a Idade Média que para construção do ideal monástico era necessário “satisfazer às exigências da oração e da vida comum, dar hospitalidade aos refugiados, dispor de locais adequados às tarefas indispensáveis” (FRAZÃO, 2018). Por este motivo, os monastérios medievais viviam da produção das terras. As rotinas e costumes estabelecidos na comunidade dos mosteiros transformavam o uso das terras em função das suas necessidades. Esse fato explica o crescimento de vinhedos nessa época, já que a produção do vinho tinha importância tanto por questões de trabalho quanto por razão religiosa/ sagrada.

Um caso do uso da gastronomia em mosteiros atualmente é o do Mosteiro de São Bento em São Paulo – SP, “um dos quatro mosteiros mais antigos do Brasil” (MORAIS, 2017), que “em 1999 passou a oferecer ao público bolos, pães, geleias, biscoitos, cujas receitas são seculares, e estavam guardadas no arquivo da abadia” (MOSTEIRO DE SÃO BENTO, 2018) e acrescentar novos itens a sua oferta durante o passar dos anos.

Quanto ao uso do termo “Gastronomia Monástica”, foi possível percebê-lo em alguns mosteiros, como no caso da divulgação dos produtos ofertados pelo Mosteiro de Garanhuns, em Pernambuco, através de sua rede social. Outro estabelecimento que fez uso do termo foi o *Mosteiro de Santa María de la Valldigna*, fundado em

1298 para a ordem cisterciense e habitado por monges até 1835, na Espanha. A iniciativa partiu da Prefeitura de Simat, que organizou duas edições de um evento intitulado "*Encontre de Gastronomia Monàstica*" e que teve como objetivo "valorizar o esplendor que já teve o mosteiro, bem como todos os produtos e pratos associado a este tipo de cenóbios". (GONZÁLEZ, 2017).

Análise da oferta gastronômica do Mosteiro da Ressurreição

A venda dos produtos do Mosteiro da Ressurreição está dividida em dois espaços. Um encontra-se nas dependências da Abadia (Localizada na Colônia Euridice - Acesso pela Avenida Souza Naves, Km 9) e outro no centro da cidade (Rua Carlos Gomes, 166 – Centro – Ponta Grossa).

Por essa diferença na localização há de se discutir a diferença entre os produtos gastronômicos oferecidos em cada loja. Acontece que o mosteiro em si se encontra localizado em zona rural, onde há maior dificuldade de acesso e onde o fluxo de visitantes não é tão alto em dias de semana. Em contrapartida, a outra loja fica localizada no centro da cidade, onde a passagem de pessoas é frequente em horário comercial. Isso tudo implica no resultado do que é oferecido em cada estabelecimento, pois como estamos tratando de itens perecíveis, a oferta deve condizer com a demanda para que não haja prejuízo. No quadro 01, é possível identificar a diferença entre o que é oferecido em cada estabelecimento durante horário comercial (Segunda à sexta, das 8h às 18):

Quadro 01 – Diferença entre produtos gastronômicos comercializados nas duas lojas da Abadia em horário comercial

PRODUTOS	LOJA DO MOSTEIRO	LOJA NO CENTRO
Alfajor/ Pão de Mel	X	X
Trança de goiabada		X
Pães (Caseiro/Fibras/Broa)		X
Biscoitos	X	X
Suco de Uva		X
Mel	X	X
Geleia	X	X
Vinho	X	X
Whisky		X

Fonte: Dados da Pesquisa, 2018.

Já em finais de semana, é possível encontrar todos os produtos. Ainda assim, por conta da perecibilidade, a loja central contém um número maior (Em quantidade e variedade) de itens gastronômicos de curta validade, mas também mantém a venda de produtos de outros mosteiros.

O vinho também é comercializado pelos monges, mas não é fruto de produção própria. Segundo o monge entrevistado, a produção deste fica a cargo de uma vinícola localizada no Estado do Rio Grande do Sul, a qual possuem parceria e leva o rótulo criado pela Abadia, com o nome de "Beneditino". Quanto aos biscoitos, pães, e demais itens produzidos no mosteiro, diferente do caso de São Paulo, os itens comercializados em Ponta Grossa não possuem receitas seculares, mas trazem consigo a mesma simbologia de produção e trabalho que seguem as regras de São Bento, o que mantém sua autenticidade e valor atribuído em meio a outros produtos do comércio em geral.

Foram identificados vários produtos advindos de terceiros e que são comercializados em ambas as lojas. Especificamente nos itens gastronômicos, esses produtos são: o suco de uva, o mel e a geleia.

Além das ofertas atribuídas nesta pesquisa como complementares à experiência, o turismo gastronômico no Mosteiro da Ressurreição pode ser vivenciado através de eventos realizados no local. Três vezes ao ano a abadia promove almoços e abre espaços para que a população conheça ambientes que normalmente não são visitados, o que contribui para a experiência dos visitantes.

Conclusões

Tanto na loja do mosteiro quanto em sua filial são ofertados desde artigos religiosos até gastronômicos, que são considerados como oferta complementar a outros elementos de cunho cultural dos mosteiros beneditinos, e que devido a sua simbologia, possuem autenticidade que é aproveitada turisticamente. Foi possível perceber que os elementos comercializados possuem a mesma simbologia aos de outros mosteiros pelo Brasil, amparada na regra de São Bento "*Ora et Labora*".

Agradecimentos

Agradeço à Fundação Araucária pelo incentivo e suporte financeiro para o desenvolvimento desta pesquisa e aos monges do Mosteiro da Ressurreição de Ponta Grossa por permitirem as observações in loco e pela entrevista informal explicando produtos e processos desenvolvidos no local.

Referências

ABADIA DA RESSURREÇÃO. **História do Mosteiro**. 2017. Disponível em: <http://abadiadaressurreicao.org/historia-do-mosteiro>.

AULET, Silvia; MUNDET, Lluis; VIDAL, Dolors. **Monasterios y turismo**.: interpretar el paisaje sagrado a través de la gastronomía. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, [s.l.], v. 11, n. 1, p.175-196, 2 jan. 2017.

BRASIL. Mtur. **Turismo Cultural**: orientações básicas3. ed.- Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

FRAZÃO, Dilva. **São Bento de Núrsia**: Monge italiano. 2018. Disponível em: <https://www.ebiografia.com/sao_bento_de_nursia/>.

GONZÁLEZ, Carmen. **II Encuentro de Gastronomía Monástica en la Valldigna.** 2017. Disponível em: <http://5barricas.es/ii-encuentro-de-gastronomia-monastica-en-la-valldigna/>.

MORAIS, Dom Celestino de Barros. O**s Monges Beneditinos**. 2017. Disponível em: <http://www.mosteirodesaobentorio.org.br/files/Os monges beneditinos - Dom Celestino.pdf>.

MOSTEIRO DE SÃO BENTO SÃO PAULO. **Filosofia**. 2018. Disponível em: <http://padariadomosteiro.com.br/Home.php>.

SCHLÜTER, Regina G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003. Coleção ABC do Turismo.