# *Petit Gâteau* Tabajara: a gastronomização da Peteca de Banana no Brejo paraibano[[1]](#footnote-1)

Josélio Sales, UFPB

Luciana Chianca, UFPB

**Palavras-Chave:** Peteca de Banana. Gastronomização. Patrimonialização.

## Introdução

Com uma população estimada em 21.220 habitantes (IBGE, 2021[[2]](#footnote-2)) e localizada no norte do estado da Paraíba, o município de Bananeirasestá a 130 km de João Pessoa (capital do Estado da Paraíba), 145 km de Natal (capital do Rio Grande do Norte) e a 72 km de Campina Grande (segunda maior cidade da Paraíba). A localidade tem uma altitude de 526 metros e está em uma região serrana, Bananeiras possui clima ameno, com temperaturas médias de 31º C (no verão) e 18º C (no inverno). O munícipio está inserido na região cultural e identitária denominada como Brejo[[3]](#footnote-3), considerada uma mancha úmida na escarpa oriental do Planalto da Borborema; um maciço formado por rochas cristalinas, recortado por vales, rios e riachos (CORDEIRO, 2014). Nesse sentido, para além da classificação oficial do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), uma região identitária pode ser uma fração estruturada do território, “por constituir uma estrutura, a região possui uma identidade que permite diferenciá-la do seu entorno. Essa personalidade regional possibilita a sua delimitação a partir da compreensão da especificidade que ela contém. A região é, portanto, concreta, observável e delimitável” (CASTRO, 1992, p. 33).

Bananeiras já foi um importante produtor de café entre a segunda metade do século XIX e a segunda década do século XX. Desde a primeira metade da década 2000, ela vem emergindo como cidade turística, a partir de condomínios horizontais de inverno, de sua paisagem natural, de um casario do final do século XIX e do início do XX e também pelo seu patrimônio imaterial, um patrimônio que não diz respeito às edificações, aos sítios naturais ou arqueológicos ou mesmo mobiliário antigo, mas a saberes, modos de fazer, festas e “folguedos”, “constitutivos do modo de vida de atores sociais cujas diferenças são expressas em termos de direitos de cidadania” (ABREU; LIMA FILHO, 2012, p. 46).

Nesse contexto, o turismo como fenômeno social tem proporcionado importante intercâmbio cultural, transformando territórios, povos e culturas, pois é uma atividade complexa e dinamizada em estreita relação com a sociedade e suas nuances: comportamento, motivações, valores, história, tradições e crenças (SANTANA, 2009). Logo, localidades como Bananeiras usam o turismo para a divulgação de seus patrimônios, configurando-se como destino turístico. Esses destinos buscam cotidianamente se transformarem em produtos turísticos, compreendido aqui nesse trabalho como uma combinação complexa que interrelaciona produção e serviços, “em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais” (MOESCH, 2000, p. 7), ou seja, um fenômeno produzido de modo subjetivo e objetivo o qual é consumido por milhões de pessoas ao redor do mundo. Assim, o produto turístico é a “experiência de viagem” do consumidor no conjunto de suas necessidades, cobrindo desde sua saída de casa até o retorno, haja vista que uma agência de turismo não vende passagens aéreas nem quartos de hotéis, mas experiências. Sob essa ótica, como destacou Harari (2015), Paris não é uma cidade, nem a Índia é um país, pois ambos são territórios de experiências cuja realização supostamente expande nossos horizontes e nos tornam mais felizes.

No munícipio paraibano, comidas estão se transformando em produtos típicos, que passam por um processo de gastronomização para atrair turistas. Entre esses pratos está a Peteca de Banana, uma sobremesa típica. Nesse sentido, o objetivo do presente trabalho, que faz parte de uma pesquisa de doutorado em curso, é compreender o processo de gastronomização da Peteca de Banana no município de Bananeiras-PB e perceber de que forma a Rota Cultural Caminhos do Frio contribuiu para essa gastronomização, assim como identificar quem foram os agentes dessa gastronomização. Portanto, trata-se de um estudo com metodologia etnográfica e complementada por conversas informais e pela entrevista compreensiva (KAUFMANN, 2013), considerada não apenas como ferramenta, mas como uma metodologia que aponta para o entendimento e fundamentação em termos dos pressupostos da abordagem e da teoria da complexidade, rompendo com a ideia primária sobre pesquisa e método, como um simples conjunto de passos e etapas a serem seguidos. Desse modo, a entrevista compreensiva enquanto método faz um esforço na direção de se recuperar o prazer pela descoberta e da inovação analítica em cada investigação.

## A peteca enquanto sobremesa

A peteca de banana é uma sobremesa feita a partir de uma massa a base de banana, farinha de trigo e ovos. A massa homogênea, de aproximadamente 10 centímetros de comprimento por cinco de largura, um centímetro e meio de espessura, achatada como forma arredonda nas extremidades[[4]](#footnote-4), e é frita no óleo quente. Depois de retirado o excesso de gordura, é polvilhada com açúcar cristal e canela em pó. A peteca não tinha um apelo gastronômico e nem era um produto típico de interesse turístico. Todavia, a tipicidade aqui é entendida como a identidade que reconhece e valida as particularidades das práticas e dos produtos que se transformam ao longo das gerações, emergindo como um atributo relacional compartilhado e negociado nos grupos sociais e por agentes externos, portanto, “no caso da gastronomia, tais agentes podem ser restaurantes, hotéis, *chefs* de cozinha, críticos, representantes políticos ou os próprios turistas (GRAEFF; ZOTTIS, 2019, p. 63).

A peteca era feita como “engana-bucho” ou “mata-fome”, conceitos nativos para alimento que sacia a fome. Além de ser um lanche rápido, era uma forma de aproveitar os produtos *in natura*, visto que o município produzia banana em abundância e como a fruta é perecível, a peteca era um modo de evitar desperdício. Desse modo, a peteca de banana pode ser enquadra em uma narrativa de transformação que utiliza poucos recursos: banana, gordura e açúcar. Com a habilidade e transformação da banana enquanto produto em uma receita gostosa, a mesma não era uma comida que narrasse uma conquista, nem a inovação de alguém que trouxe de outro lugar e o adaptou, nem de síntese gastronômica a partir das matrizes que formaram o Brasil, mas um produto local, com ingredientes simples, feito por cozinheiros e cozinheiras habilidosas.

Conforme Marta Ramalho[[5]](#footnote-5) “todo mundo que cozinhasse sabia fazer peteca. Na época das férias escolares, fazia-se à tarde para as crianças. Havia uma senhora que vendia peteca e nós comprávamos todas, uma bacia enorme, para meus filhos, sobrinhos. As crianças adoravam”, destaca a ex-prefeita de Bananeiras e uma das responsáveis pelo marketing e divulgação da sobremesa enquanto produto típico local. Mesmo com uma espécie de “embaixadora” da peteca, do município e dos produtos locais, a ex-administradora foi criticada por membros do executivo local, por acusá-la de estar dando “comida de pobre” para jornalistas e turistas para “envergonhar” a cidade, pois a peteca era um produto sem “glamour”. A crítica veio de um correligionário da própria prefeita.

Por ser um prato cotidiano e sinônimo de comida de época de escassez, a sobremesa estava quase deixando de ser feita e compartilhada com as visitas., pois havia se tornado um prato de ocasião especial ou de nostalgia, transmitida para as novas gerações como uma comida de memória. Através da memória gastronômica, os pratos e receitas são transmitidos de uma geração para outra (WOORTMANN, 2016), mesmo quando as pessoas se distanciam de seus locais de nascimento. Mas não são todos os pratos e nem todas as receitas que passam de uma geração a outra, visto que a memória é seletiva. Alguns pratos ou técnicas culinárias são transmitidos e outros caem no esquecimento quando estão associados a estigmatizações, a períodos de fome ou eventos trágicos. Desse modo, as identidades alimentares são suporte das memórias gastronômicas, as quais trazem para o presente as recordações sensoriais que demarcam um estilo de vida, um determinado gosto e odores (WOORTMANN, 2013), pois a comida é uma linguagem e “representação de algo”, posto que a cozinha também é o lugar das identidades e das trocas.

Montanari (2009) defende que a cozinha pode ser equiparada à linguagem pois, a mesma contém e expressa a cultura de quem a pratica, atuando como depositária de tradições e de identidades de grupo, que, portanto, constitui-se como veículo de autorrepresentação, de comunicação e de memória. Logo, a memória alimentar é definida como o registro de pessoas ou grupos que incidem e levam a práticas de consumo positivas (prescrição) ou negativas (proscrição) no espaço e no tempo. Ela é acionada de duas formas: memória “de” e memória “para” (WOORTMANN, 1992). A primeira diz respeito como a memória selecionou para dentro. É uma memória da nostalgia e situa-se num tempo/espaço irreversível, que remete a alguma colheita excepcional, uma festa com bastante fartura e fazem parte de um recorte saudosista e idealizada do passado. Já a memória “para” tem a função de projetar o passado no presente, frequentemente acionada e atualizada, implicando na efetivação de práticas alimentares evidentes. Uma memória alimentar “para” não permanece da mesma forma, pois passa por atualizações do grupo que tem nela projeto de futuro e novos usos, como o turístico, por exemplo.

Mais do que hábitos e comportamentos alimentares, a cozinha implica formas de perceber e expressar um determinado estilo de vida que se particulariza em determinado grupo. A comida que é posta no prato além de alimentar o corpo, demarca um lugar no mundo (MACIEL, 2005), pois consumir determinados alimentos permite escolhas e estas são mediadas por trocas simbólicas, pertencimentos e identidades culturais. Comer a comida do outro é desfrutar de sua cultura, é entrar em contato, mesmo que poucos minutos de seu patrimônio cultural. Mas negá-la também pode ser um ato de se distinguir daquele grupo, diferente de mim e de minha cultura. Além disso, a gastronomia não é dada pronta, sem uma história anterior (SAMPAIO, 2009). Assim como toda manifestação cultural, ela traz subjacente uma carga histórica que foi sendo construída e reconstruída com o passar dos tempos, juntando ingredientes e temperos de povos e culturas anteriores. Desse ponto de vista, toda gastronomia antes de ser turística foi a base de nutrição de um determinado povo.

O conceito de alimentação incorporada ao turismo evoluiu bastante desde suas raízes históricas e mais gerais, em associação com a hospitalidade, a ponto de converter os produtos alimentícios em uma importante ferramenta para a promoção de destinos turísticos (SCHLÜTER, 2009). Muitos alimentos são agora usados para desenvolver nichos de mercados, sustentar identidades regionais e locais. Entretanto, não quer dizer que aquela comida oferecida para o turista vai ser bem recebida por ele, nem sempre os hábitos alimentares locais se aproximam daqueles dos visitantes. E para que aconteça essa aproximação, são necessárias algumas modificações na alimentação cotidiana.

Mas não são apenas pequenas adequações de técnicas do preparo do produto e uma melhor apresentação, mas a narrativa daquela comida também é importante. Como o turista cultural, aquele que busca as atividades turísticas relacionadas com a vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico-cultural e dos eventos culturais (BRASIL, 2010), procura novas experiências, a cozinhas regionais incorporam narrativas em torno de si. As narrativas são tão importantes para o turista quanto os ingredientes e as técnicas de preparo, uma vez que eles estão apreciando não apenas a comida em si, mas a carga simbólica que há em torno do processo de criação, reprodução e simbolização daquela comida. A partir do momento que lhes é apresentado o prato são narradas histórias do preparo e o contexto de seu surgimento. Assim, a gastronomia enquanto processo vive de inovações e das narrativas em torno dessas mesmas inovações

## A gastronomização da peteca

A partir de 2005, a nova gestão de Bananeiras, representada por Marta Ramalha, ex-prefeita, e Ana Gondim, ex-secretária de Turismo e Cultura, elegeram para o município o turismo como potencial de desenvolvimento. E nesse projeto, estava a criação de uma Rota Cultural, que envolvesse outros munícipios circunvizinhos e que estes pudessem apresentar o que havia de melhor em cada localidade e proporcionar um intercâmbio cultural entre os munícipios e os visitantes. Nesse ínterim, inspirado no circuito do Frio de Pernambuco[[6]](#footnote-6), surgem em 2006, o Caminhos do Frio: Rota Cultural, com o objetivo de disseminar a cultural regional, a partir de elementos artísticos, culturais e naturais da região. “O Caminhos *do Frio* não se destina apenas a mostrar a cultura local. Ele é um roteiro, turístico cultural, formado por festivais de arte e cada cidade que faz parte da Rota promove um festival de arte específico, com todos os gêneros artísticos”, destaca Ana Gondim[[7]](#footnote-7).

O Caminhos do Frio, com uma semana dedicada à cultura local, trouxe uma nova visibilidade para o Brejo ao colocar um calendário anual no qual as manifestações culturais estariam em evidência. Entre os atrativos culturais de Bananeiras estava justamente a peteca, como produto típico. Ela vinha sendo apresentada como uma sobremesa local, “um produto que só existia em Bananeiras”, como destaca Ana Gondim, ou seja, um produto único. “A peteca vem sendo feita em Bananeiras desde da época da escravidão. Não se tem noção exata de quando ela surgiu. Naquela época era frita em banha de porco”, acrescenta Marta Ramalho (2022). Desse modo, tinha descoberto seu “produto turístico” único e original para usar o *marketing* em favor da cidade. Agora era preciso promovê-lo e com isso viria a promoção local e mesmo da administração, visto que uma coisa estava ligada à outra, quase indissociáveis.

Então, a cidade começa programar *press trips* e *famtour* para divulgar os produtos locais. *Press trip é* uma visita em que se traz jornalistas e fotógrafos para visitar o roteiro e espera-se que estes publiquem histórias e imagens sobre a estadia no local visitado. Já *os famtour* são uma forma de promoção que tem como objetivo familiarizar o distribuidor do produto turístico, consistindo em convidar agentes de viagem para visitar o destino, para que conheçam o local e saibam o que estão oferecendo ao cliente (BRASIL, 2010). Como a cidade ainda não tinha restaurantes, as refeições eram feitas na residência da prefeita, que buscava autopromoção, aliar o marketing ao seu favor, mostrando uma culinária regional e entre as sobremesas oferecidas estava a Peteca de Banana. Era oferecida a sobremesa e contada a história do aproveitamento da banana, como as cozinheiras locais adicionaram os ingredientes até se tornar a sobremesa que era. Uma ideia simples que deu certo, pois a peteca era sinônimo da inventividade do povo bananeirense, uma cultura que estava na região identitária do Brejo, mas distinta.

Depois dos Caminhos do Frio, foram surgindo novas rotas, como o Circuito Integrado Civilização do Açúcar, projeto vinculado ao Programa de Regionalização do Turismo — Roteiros do Brasil (BRASIL, 2005) ou seja, do Ministério do Turismo. Em 2005, o Programa de Regionalização do Turismo tinha a proposta de criar cinco roteiros em diferentes regiões brasileiras. Na segunda edição, 2008, a Rede de Cooperação Técnica cria o Roteiro Integrado da Civilização do Açúcar (RICA), com abrangência em 21 municípios em Alagoas Paraíba e Pernambuco, tendo “como eixo temático o modo de vida, os saberes e os fazeres entremeados na cultura da cana-de-açúcar, no período colonial” (RAMOS; RIBEIRO, 2014, p. 54).

Entre esses munícipios estava Bananeiras. Com muita estratégia e *marketing*, e tanto a ex-prefeita quanto a ex-secretária de turismo modificaram a peteca e recriaram o prato dando uma identidade ligada à “civilização do açúcar”. E a peteca recebe sua primeira “inovação”, fruto da esperteza e da estratégia de marketing da ex-prefeita. “Um dia eu recebi um pessoal do Sebrae e um grupo de jornalistas lá em casa. Pedi para minha cozinheira fazer peteca. Mas ficaram pequenas e escuras. Eu pedi para o motorista ir comprar uma caixa de sorvete sabor flocos para servir junto com a peteca”, disse Marta Ramalho, narrando como ela “modificou” a peteca para atrair o olhar e “curiosidade” dos visitantes. E continua: “ele trouxe sorvete de creme. Então, nós adicionamos o mel de engenho, por causa da civilização do açúcar, mas para disfarçar que as petecas tinham ficado escuras, botamos uma bola de sorvete e servimos. Foi um sucesso. Todo mundo gostou” (RAMALHO, 2022).

Um colunista social[[8]](#footnote-8), jornalista da capital, que segundo a ex-secretária de turismo também estava presente, comparou-a com o *Fondant au Chocolat*, sobremesa francesa popularmente conhecido como *Petit Gateau*, e (re)nomeou a sobremesa de *Petit Gateau Tabajara*, não por ser falso, “Produtos Tabajara” do *Casseta & Planeta*[[9]](#footnote-9), da Rede Globo, mas devido a etnia Tabajara habitar o Estado da Paraíba. O grupo étnico ainda nomeia uma das mais importantes empresas de radiodifusão do Estado da Paraíba: a Rádio Tabajara. Esse “(re)batismo” deu visibilidade ao prato e a peteca figura, atualmente, entre as sobremesas dos importantes restaurantes, cafés e sorveterias da cidade. Desse modo, a Peteca de Banana foi gastronomizada, compreendida como a descoberta das culinárias das regionais pelo turismo e que essa cozinhas regionais são “descobertas” nos inventários e são incorporadas à gastronomia contemporânea (POULAIN, 2016).

A partir da narrativa da ex-gestora municipal num acordo ou “parceria” com a mídia e os “formadores de opinião” a mesma serve para ilustrar o que Dória (2014) destaca sobre a emergência das cozinhas regionais brasileiras, a partir de 1920 e de maneira mais forte do Nordeste. Quando do processo de modernização do país houve uma reinterpretação do que é popular, ou tomando emprestado o conceito francês de *terroir*, pois quando dizemos “cozinhas regionais”, em geral estamos nos referindo, como maior ênfase, às cozinhas populares. Dessa forma, a culinária local ou mesmo região passa pelo processo de gastronomização quando são reinterpretadas e apropriadas pelo turismo.

Em 2012, quatro anos após o “(re)batismo”, surge um novo restaurante em Bananeiras, e a chef Neide Lisboa, do Restaurante Terraço Lisboa fez sua releitura da Peteca de Banana e adicionou uma farofa de castanha de caju, açúcar de canela, e a canela já misturada junto com o açúcar cristal, que colocada em uma louça elegante, a sobremesa entra no cardápio do restaurante. Atualmente, a peteca pode ser degustada com sorvete, decoradas com folhas de hortelã e regadas a mel de engenho, pois o município já teve uma grande quantidade de engenhos de cana-de-açúcar e essa “decoração” contribui para a (re)significação local a partir de sua culinária.

Em 2013, já na administração de Douglas Lucena, subsequente à de Marta Ramalho, houve um concurso gastronômico, presidido por uma engenheira de alimentos, professora da Universidade Federal da Paraíba[[10]](#footnote-10). Na análise sensorial, feito por profissionais, levando em conta conceitos científicos, a Peteca de Banana aparece entre os primeiros pratos escolhidos pelo júri. Eram pratos feitos com ingredientes locais: à base de banana, cachaça, de rapadura, de peixe, especialmente da tilápia. Logo, a peteca assume um importante lugar nos produtos típicos locais, aos ser posto na lista de lista de Patrimônio Imaterial de Bananeiras.

## A patrimonialização da peteca

Em 2017, a Peteca de Banana se torna Patrimônio Imaterial de Bananeiras. O artigo primeiro da legislação diz textualmente, que “Esta lei tem como objetivo reconhecer a importância cultural da Peteca de Banana, iguaria típica do município de Bananeiras-Paraíba”. E já o segundo artigo da mesma lei destaca que “Fica a Peteca de Banana constituída como Patrimônio Cultural Imaterial de Bananeiras-PB para todos os efeitos legais” (BANANEIRAS, 2017).

Fonseca (2009) lembra que precisamos pensar o patrimônio cultural como “construção discursiva” ou “narrativa” possibilitando acessar as ideias de nacionalidade ou localidade, processos e construções que o conceito oculta inicialmente, por trazer uma ideia de permanência. Então, como uma categoria de pensamento, o patrimônio é usado para pensar a produção cultural, mas também serve para agir (GONÇALVES, 2009). No entanto, a peteca só se torna patrimônio imaterial porque estava sendo reapropriada pela população e também pelo comércio, por isso mesmo o poder público local agiu. Ela não estava em extinção, correndo o risco de deixar de existir, pelo contrário, estava em evidência por isso mesmo a importância simbólica para sua patrimonialização e reconhecimento jurídico, mesmo sem se ter feito um inventário cultural no município.

O campo do patrimônio é um caso particular do campo político, entendido como um microcosmos social regido por regras próprias. Cada campo tem seu interesse, aquilo por que os autores competem segundo as regras do campo em que se encontram, pois “é no horizonte particular dessas relações de força específicas, e de lutas que tem por objetivo conservá-las ou transformá-las, que se engendram as estratégias dos produtores, a forma de arte que defendem, as alianças que estabelecem (BOURDIEU, 1996, p. 61).

Ora se a gestão anterior tinha feito surgir o interesse local pela peteca também tinha proporcionado a busca externa por essa sobremesa. O gestor de 2017 queria registrar que foi ele aquele que patrimonializou o bem imaterial, com a finalidade de “registrar, enaltecer e preservar a difusão das práticas historicamente relacionadas à fabricação e ao consumo da Peteca de Banana, no âmbito municipal" (BANANEIRAS, 2017, Art. 3º). Foi o gestor que fez o ato performativo de registrar o bem, logo, se tornar um benfeitor da cultura e das identidades locais, já que “a patrimonialização de pratos típicos oferece elementos retóricos incontornáveis para a reconfiguração de identidades coletivas” (GRAEFF; ZOTTIS, 2019, p. 64). Enquadrar uma manifestação em termos de patrimônio cultural não é apenas categorizá-la ou colecioná-la ao lado de outros produtos e práticas anteriormente delimitados., mas também colocar em evidência uma parte da cultura local, regional ou nacional. A peteca teve apelo econômico para o turismo porque era simbólica para a localidade e patrimonializável justamente porque tinha um apelo econômico local.

Diferentemente do que acontece com retórica da perda, no qual a nação estaria perdendo suas partes substanciais em virtude do descaso em relação ao seu patrimônio edificado e ao comércio ilegal de obras de arte (GONÇALVES, 2002), a finalidade da patrimonialização da Peteca de Banana não é o passado. Nesse caso aqui, é uma retórica propositiva, que tem base no presente, mas com o olhar voltado para o futuro, posto que “nas narrativas de preservação histórica, a imagem da perda é usada como uma estratégia discursiva por meio da qual a cultura nacional é apresentada como uma realidade objetiva, ainda que em processo de desaparecimento” (GONÇALVES, 2002, p. 88). Em Bananeiras, a Peteca de Banana tinha se tornado evidente justamente devido ao turismo.

Bananeiras como cidade turística que tem sua culinária como objeto de interesse pelos turistas, o ato performativo do gestor municipal de Bananeiras foi um ato ancorado no presente, mas objetivando o futuro da cultura local e que se registre que há um produto típico local, com valor simbólico, mas também econômico. Foi salvaguardado não para ser “intocado”, pelo contrário, para que possa ser divulgado, consumido e valorizado por turistas e moradores locais como parte da identidade de municipal.

Desse modo, ter o reconhecimento de uma manifestação cultural registrada como patrimônio é uma forma de estar no jogo pelo poder simbólico é estar em cena e se reconhecer como autor (FONSECA, 2009). Então, reconhecer que o patrimônio intangível é patrimônio digno de nota e de reconhecimentos pelas políticas públicas oficiais é uma inserção cidadã, visto que o patrimônio intangível se aproxima do conceito moderno de cultura, uma forma de estar no mundo.

## Considerações finais

Para atender os turistas, localidades reinventam-se e fazem modificações em seus produtos para atender a esse público consumidor. Entre essas mudanças estão transformações na culinária local que se transformam, não apenas enquanto técnica, mas no que toca à aparência dos pratos, como é o caso da Peteca de Banana, que vão caindo no gosto do turista e se transformando em pratos apetitosos e fazem parte da experiência turística apresentada como única. A peteca foi primeiramente gastronomizada, de um produto local, sem muito glamour, recebeu uma nova roupagem para adquirir uma identidade da “civilização do açúcar”, e depois recebe a adição do sorvete para se aproximar do “Petit Gateau”. Não quer dizer que o prato foi falseado, desvirtuado ou mesmo artificializado, pelo contrário, pois ele continua autêntico porque a população local o reconhece como um produto autóctone.

Como parte da cultura, a culinária é uma manifestação cultural dinâmica em constante transformação. A cozinha é um sistema adaptativo de uma sociedade, ou conjunto de técnicas de transformação das matérias primas convertidas em alimentos. A gastronomia parte da culinária que reflete sobre ela verificando o que pode ser melhorado em termos de prazer ao comer. A gastronomia, entretanto, não é dada pronta, sem uma história anterior. Mas ela vai sendo reinventada para conquistar o paladar dos visitantes no processo de aproximação com o que ele já conhece e valoriza.

No final, ele se torna patrimônio por motivos tantos simbólicos, dos próprios moradores locais, quando dos consumidores que o incorporam ao seu repertório alimentar, consumindo não apenas as matérias-primas que constituem o prato, mas a história e o contexto no qual o produto foi criado, recriado e posto na lista de pratos tradicionais e com um bem cultural que existe em uma única cidade.

Foi a geração de valor da peteca enquanto um bem cultural que motivou sua divulgação, valorização, gastronomização e depois patrimonialização. Desse modo, o mercado se manifestou de forma positiva em aspectos tanto econômicos, patrimoniais e político. Graças a geração de mercado que beneficiou a proteção, a promoção e, logicamente, a circulação da peteca na cidade, especialmente por parte do turista que chega à cidade e quer experimentar o produto. Como o bem cultural de Bananeiras está sendo ofertado nos principais restaurantes o produto ficou mais caro, mas é justamente esse valor diferenciado que lhe deu status. O turista come a peteca nos restaurantes e os moradores locais comem-na em casa, feito por uma cozinheira ou cozinheiro da família, adicionando ou não a bola de sorvete, o mel de engenho, os paus de canela para “enfeitar” o prato ou mesmo as folhas de hortelã. Logo, “tradicional” ou gastronomizada continua sendo a peteca um prato típico de Bananeiras e que segundo turistas ou autóctones só é encontrada lá.

## Referências

ABREU, R; LIMA FILHO, M. F. A trajetória do GT de Patrimônios e Museus da Associação Brasileira de Antropologia. Apresentação. In. TOMASO, Izabela Maria; LIMA FILHO, Manuel. F (Org.) **Antropologia e Patrimônio Cultural**: trajetórias e conceitos – Brasília: ABA, 2012.

BANANEIRAS. **Lei Municipal nº 771/2017**. Declara a Peteca de Banana Patrimônio Cultural Imaterial do Município de Bananeiras-PB, 2017.

BOURDIEU, P. **Razões práticas***:* sobre a teoria da ação*.* Campinas: Papirus, 1996.

CASTRO, I. E. **O mito da necessidade:** discurso e prática do regionalismo Nordestino*,* Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1992.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**. Vol.1. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1998.

CORDEIRO, R. S. **Os Caminhos do Frio no desenvolvimento do brejo paraibano**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande-PB, 2014.

COSTA FILHO, A. Saberes, memórias, práticas alimentares e reprodução social da diferença no quilombo do Gurutuba-MG. In: WORTMANN, E.; CAVIGNAC, J. (Org.). **Ensaios sobre a Antropologia da Alimentação**: saberes, dinâmicas e patrimônios. Natal: EDUFRN; Brasília: ABA, 2016, p. 223-243.

DÓRIA, C. A. **Formação da culinária brasileira**: escritos sobre cozinha inzoneira. São Paulo: Três Estrelas, 2014.

FONSECA, M. C. L. “Para além da *pedra e cal*: por uma concepção ampla de patrimônio cultural”. In: ABREU, Regina; CHAGAS, Mário. **Memória e patrimônio**: ensaios contemporâneos. 2. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009, p. 59-79.

GONÇALVES, J. R. S. O patrimônio como categoria de pensamento. In: ABREU, Regina; CHAGAS, Mário. **Memória e patrimônio**: ensaios contemporâneos. 2. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009, p. 25-33.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. **A retórica da perda**: os discursos do patrimônio cultural no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.

GONDIM, Ana. **Entrevista**. [jun. 2022]. Entrevistador: Josélio Sales. João Pessoa, 2022. 1 arquivo .mp3 (150 min.).

GRAEFF, L.; ZOTTIS, A. M. Turismo e patrimônio cultural: revisitando uma polêmica típica por meio de pratos típicos. **Revista Confluências Culturais**. v. 8, n. 3, 2019.

IBGE. **Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias**: 2017 / IBGE, Coordenação de Geografia. - Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

MACIEL, M. E. Identidade cultural e alimentação In: CANESQUI, A.M.; GARCIA, R.W.D. (Orgs). **Antropologia e nutrição**: um diálogo possível [online]. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005.

MONTANARI, M. (org.). **O mundo na cozinha**: história, identidade, trocas. São Paulo: Estação Liberdade, 2009.

MOESCH, M. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

POULAIN. J-P. A gastronomização das cozinhas locais. In: WORTMANN, E.; CAVIGNAC, J. (Org.). **Ensaios sobre a Antropologia da Alimentação**: saberes, dinâmicas e patrimônios. Natal: EDUFRN; Brasília: ABA, p. 33-54.

RAMALHO, Marta. **Entrevista**. [jun. 2022]. Entrevistador: Josélio Sales. João Pessoa, 2022. 1 arquivo .mp3 (150 min.).

SAMPAIO, F. 2009, A gastronomia como produto turístico. In: **Exedra**, nº temático –

Turismo e Património, pp. 119-113. Disponível em: <http://www.exedrajournal.com/docs/S-tur/06-sampaio-134.pdf>. Acesso 23 ago. 2018.

SANTANA, A. **Antropologia do Turismo**: Analogias, encontros e relações. São Paulo: Aleph, 2009.

WORTMANN, E. F. *Memória alimentar: prescrições e proscrições*. In: WORTMANN, E.; CAVIGNAC, J. (Org.). **Ensaios sobre a Antropologia da Alimentação**: saberes, dinâmicas e patrimônios. Natal: EDUFRN; Brasília: ABA, 2016.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. A comida como linguagem. **Habitus**, Goiânia, v. 11, n. 1, p. 5-17, jan./jun., 2013.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Padrões tradicionais e modernização: comida e trabalho entre camponeses teuto-brasileiros. In: MENASCHE, R**. Agricultura família à mesa**: saberes e práticas de alimentação no Vale do Taquari. Porto Alegre: UFRGS, 2007, p. 177-196.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Da Complementariedade à dependência: espaço, tempo e gênero em comunidades “pesqueiras” do Nordeste. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, Campinas. V. 7, n. 18, p. 41-61, fev. 1992.

1. Trabalho apresentado na 33ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 28 de agosto a 03 de setembro de 2022. [↑](#footnote-ref-1)
2. https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/bananeiras/panorama. [↑](#footnote-ref-2)
3. Com a Divisão Regional do Brasil em Regiões Geográficas Imediatas e Regiões Intermediárias (IBGE, 2017), as categorias microrregiões e mesorregiões deixaram de existir. “As Regiões Geográficas Imediatas têm na rede urbana o seu principal elemento de referência. Essas regiões são estruturas a partir de centros urbanos próximos para a satisfação das necessidades imediatas das populações, tais como: compras de bens de consumo duráveis e não duráveis; busca de trabalho; procura por serviços de saúde e educação; e prestação de serviços públicos, como postos de atendimento do Instituto Nacional do Seguro Social - INSS, do Ministério do Trabalho e de serviços judiciários, entre outros” (IBGE, 2017, p. 19). [↑](#footnote-ref-3)
4. Não é uma obrigatoriedade que seja nesse formato nem nessa espessura, pois vai depender de quem faça e o formato que a massa ganha no processo de fritura. [↑](#footnote-ref-4)
5. Marta Eleonora Aragão Ramalho. Primeira e única mulher a ser prefeita em Bananeiras, administrou a cidade pela primeira vez de 1888-1991. Em 2004, foi eleita novamente pelo Partido da Frente Liberal (PFL, atual Democratas) e ficou no poder até 2012. Tem 75 anos. Reside em João Pessoa-PB, mas também tem residência em Bananeiras. Entrevista concedida ao pesquisador, João Pessoa, em 01 de junho de 2022. [↑](#footnote-ref-5)
6. Criado em 1999 com o nome Circuito do Frio, atualmente, o projeto é denominado Festival Pernambuco Nação Cultural (FPNC) a rota engloba que, Garanhuns, Triunfo, Bezerros, Taquaritinga do Norte e Pesqueira [↑](#footnote-ref-6)
7. Ana Maria Gondim foi secretária de Turismo e Cultura de Bananeiras na gestão de Marta Ramalho, de 2005-2011. Tem 69 anos. Reside em João Pessoa-PB. Entrevista concedida ao pesquisador, em João Pessoa, em 01 de junho de 2022. [↑](#footnote-ref-7)
8. Gerardo Rabello, jornalista e colunista social (Jornal Correio da Paraíba). Reside em João Pessoa. Atualmente tem um programa de coluna social (Programa Muito Mais) na TV Manaíra. Notabilizou-se nacionalmente quando protagonizou, juntamente com a família, uma campanha publicitária do condomínio Água Azul, em João Pessoa. No vídeo publicitário o jornalista fala**: -** “É por isso que eu fiz questão de reunir toda minha família, menos Luiza, que está no Canadá.”O vídeo viralizou e Luiza virou Meme (https://youtu.be/BVxcWbh9HWE). [↑](#footnote-ref-8)
9. Casseta & Planeta é foi grupo humorístico brasileiro fundado oficialmente em 1986 com a fusão das turmas de duas publicações do Rio de Janeiro: a revista Casseta Popular e o tabloide *O Planeta Diário* que fazem humor acerca de temas do cotidiano. No humorístico exista as Organizações Tabajara, uma empresa fictícia que anunciava produtos fajutos. [↑](#footnote-ref-9)
10. O Campus III da Universidade Federal da paraíba que fica em Bananeiras [↑](#footnote-ref-10)