

Botequins que são “patrimônio cultural carioca”: um estudo baseado em Online *Travel Reviews*

Bars that are a “Rio de Janeiro cultural heritage”: a study based on Online *Travel Reviews*

Bares que son “patrimônio cultural de Rio de Janeiro”: un estudio basado en Online *Travel Reviews*

Joice Lavandoski¹
Carla Fraga²

Recebido em: 30/7/2020
Aceito para publicação em: 21/9/2020

¹ Doutora em Turismo pela Universidade do Algarve (Ualg), mestra e bacharela em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). Professora adjunta do departamento de Turismo e Patrimônio da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (Unirio) e professora colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal Fluminense (UFF).

² Doutora e mestra em Ciências em Engenharia de Transportes pelo Programa de Engenharia de Transportes do Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia (Coppe), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), bacharela em Turismo e especialista MBA em Negócios e Empreendimentos pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Professora associada do departamento de Turismo e Patrimônio da Unirio.

Resumo: A gastronomia é um bem cultural para o turismo. Na cidade do Rio de Janeiro existem 29 botequins reconhecidos como “patrimônio cultural carioca” pelo Instituto Rio Patrimônio da Humanidade (IRPH), entre 2011 e 2017. O botequim é um estabelecimento que nasce na sociabilidade e na comensalidade, e na cidade do Rio de Janeiro representa parte da alma e do jeito de ser carioca. Este estudo exploratório, descritivo e amostral faz uma análise da relação entre turismo e gastronomia com base em cinco botequins patrimonializados da cidade do Rio de Janeiro (RJ), utilizando *Online Travel Reviews* (OTRs), disponíveis no *website* TripAdvisor. A pesquisa utiliza os *softwares* ParseHub e Iramuteq para, respectivamente, coletar e realizar a análise textual dos comentários *on-line* dos botequins. O *corpus* textual foi composto por 1.699 comentários compreendendo o período de oito anos, desde a existência do primeiro decreto que chancela alguns botequins como patrimônio cultural imaterial. Os resultados foram avaliados por meio da análise de similitude e de nuvem de palavras. O estudo permite compreender atributos (tipo e quantidade de comida servida, qualidade da comida e do serviço prestado), fatores que podem impactar diretamente na satisfação do consumidor e, portanto, na sua experiência gastronômica no destino turístico.

Palavras-chave: botequim patrimonializado; Rio de Janeiro; turismo; gastronomia; *Online Travel Reviews*.

Abstract: Gastronomy is a cultural asset for tourism. In Rio de Janeiro city, there are 29 bars recognized as “Rio de Janeiro cultural heritage” by the Instituto Rio Patrimônio da Humanidade (IRPH), between 2011 and 2017. The bars are an establishment that is born in sociability and commensality, and in Rio de Janeiro city they represent part of the soul and the way of being from Rio de Janeiro. This exploratory, descriptive and sample study analyzes the relationship between tourism and gastronomy, based on five bars considered as cultural heritage in Rio de Janeiro city (RJ), Brazil, using *Online Travel Reviews* (OTRs), available on the TripAdvisor website. The research uses the software ParseHub and Iramuteq to, respectively, collect and analyze textually the online comments about the bars. The textual corpus was composed of 1.699 comments, totalizing eight years, since the first decree that establishes some bars as immaterial cultural heritage. The results were analyzed based on the similarity and the cloud of words. The study makes possible to understand attributes (type and quantity of food served, quality of food and service provided), factors that can directly impact consumers’ satisfaction and, therefore, their gastronomic experience at the touristic destination.

Keywords: bar as a cultural heritage; Rio de Janeiro; tourism; gastronomy; *Online Travel Reviews*.

Resumen: Gastronomía es un activo cultural para el turismo. En la ciudad de Río de Janeiro hay 29 bares reconocidos como “patrimonio cultural de Río de Janeiro” por el Instituto Rio Patrimônio da Humanidade (IRPH), entre 2011 y 2017. El bar es un establecimiento que nace en la sociabilidad y en la comensalidad, y en la ciudad de Río de Janeiro representa parte del alma y de la forma de ser de Río. Este estudio exploratorio, descriptivo y muestral analiza la relación entre el turismo y la gastronomía de cinco bares que son patrimonio en la ciudad de Río de Janeiro (RJ), Brasil, utilizando las *Online Travel Reviews* (OTR) disponibles en el *webpage* TripAdvisor. La investigación utiliza los *softwares* ParseHub e Iramuteq para, respectivamente, recopilar y analizar textualmente comentarios *online* de los bares. El *corpus* textual tiene 1.699 comentarios, que cubren el período de ocho años, desde la existencia del primer decreto declarando algunos bares como patrimonio

cultural inmaterial. Los resultados fueron analizados de acuerdo con la similitud y la nube de palabras. El estudio permite comprender los atributos (tipo y cantidad de alimentos servidos, calidad de los alimentos y servicios prestados), factores que pueden afectar directamente la satisfacción del consumidor y, por lo tanto, su experiencia gastronómica en el destino turístico.

Palabras clave: bar patrimonializado; Río de Janeiro; turismo; gastronomía; *Online Travel Reviews*.

INTRODUÇÃO

A gastronomia é um bem cultural para o turismo. Ferro e Rejowski (2018) apontam a natureza multidisciplinar e interdisciplinar da pesquisa nesse campo emergente que está em desenvolvimento. Na cidade do Rio de Janeiro existem 29 botequins reconhecidos como “patrimônio cultural carioca” pelo Instituto Rio Patrimônio da Humanidade (IRPH), entre 2011 e 2017. O botequim é um estabelecimento que nasce na sociabilidade e na comensalidade, e nessa cidade representa parte da alma e do jeito de ser carioca.

Assim, este trabalho preocupa-se com a seguinte questão: qual a relação entre turismo e gastronomia tendo por base os botequins patrimonializados na cidade do Rio de Janeiro (RJ)? Logo, o objetivo geral é analisar a relação entre turismo e gastronomia, com base em cinco botequins patrimonializados da cidade do Rio de Janeiro (RJ), utilizando *Online Travel Reviews*³ (OTRs), disponíveis no *website* TripAdvisor. Os objetivos específicos são: a) compreender a interface turismo e gastronomia e sua relação com a patrimonialização dos botequins; b) identificar o papel das OTRs para o desenvolvimento de atrações e destinos turísticos.

A pesquisa é exploratória, descritiva e amostral, sendo realizada por meio de levantamento bibliográfico e de coleta de dados secundários. Cinco botequins patrimonializados foram selecionados, levando em consideração uma amostra não probabilística intencional, que contemplou os botequins mais antigos, em termos de ano de fundação, e que possuem comentários no TripAdvisor. Os *softwares* ParseHub e Iramuteq foram utilizados para coletar e realizar a análise textual de 1.699 comentários *on-line* (OTRs). Esses comentários representam a totalidade na amostra selecionada.

A próxima seção aborda a fundamentação teórica por meio da interface entre gastronomia e turismo, considerando a patrimonialização de botequins no Rio de Janeiro (RJ), Brasil, e o papel que as OTRs têm assumido para o desenvolvimento do turismo.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O termo gastronomia provém do grego *gastro* (estômago, sistema digestivo) e *nomos* (regras, normas). Assim, gastronomia refere-se às regras ou normas em relação à comida e à bebida, e isso é intrinsecamente dependente do contexto histórico, sociocultural e ambiental do homem (ÇALIŞKAN; YILMAZ, 2016). É vasta a literatura que entende a gastronomia e, dentro desta, a alimentação como um ato cultural (FAGLIARI, 2005; MONTANARI, 2013; SCHLÜTER, 2003). Alimentos distintos de um país ou de uma região, diferentes formas de preparar a comida, de apresentar e de consumir alimentos enfatizam a relação com a cultura local.

³ Comentários *on-line* de viagens.

A gastronomia, por meio de práticas e serviços de alimentação, é componente do produto ou da atividade turística. A comida é o segundo fator mais importante, após a hospedagem, na experiência do turista (HALL; SHARPLES, 2003). O gasto com alimentação constitui um percentual significativo das despesas em viagens (SÁNCHEZ-CAÑIZARES; LÓPEZ-GUZMÁN, 2012). Algumas pesquisas indicam ainda que a gastronomia é o principal fator motivador para o deslocamento turístico (LEAL; ALMEIDA, 2015; KRAUSE; BAHLS, 2016). Assim, nota-se que a gastronomia tem uma ligação muito próxima com o turismo; ela é um componente significativo para o desenvolvimento de destinos.

Tem-se utilizado o termo “turismo gastronômico” para designar o segmento turístico associado a alimentos e bebidas que aproxima o turista/visitante da cultura gastronômica local por meio de ingredientes, técnicas e rituais de comensalidade (HALL; SHARPLES, 2003; SCHLÜTER, 2003). Nesse sentido, o turismo gastronômico pode ser compreendido como “uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade [...]” (GÂNDARA; GIMENES; MASCARENHAS, 2009, p. 181). Especificamente, Fagliari (2005, p. 30-31) compreende o turismo gastronômico por meio de duas abordagens diferentes: a) com base na demanda turística, envolve os deslocamentos cuja motivação principal é a degustação de alimentos e bebidas locais; b) com base na oferta turística, compreende os elementos gastronômicos que são atrativos turísticos principais do destino. Em relação à oferta turística do destino, os botequins pertencem à categoria “estabelecimentos de alimentação”, segundo a classificação dos atrativos turísticos gastronômicos adotada por Gimenes-Minasse (2016).

Ainda, nota-se que o turismo gastronômico é percebido, até mesmo pelos cientistas, como uma possibilidade para o desenvolvimento local e regional em determinados contextos (RIBEIRO-MARTINS; SILVEIRA-MARTINS, 2018). Para tanto, é relevante compreender o fator atrativo da gastronomia para a demanda turística.

O botequim surgiu das antigas boticas, casas de pasto e armazéns de secos e molhados do fim do século XVIII, com o objetivo de atender às necessidades de lazer e socialização das classes mais baixas. Ao longo do tempo, isso foi mudando nos botequins, que passaram a reunir todas as classes sociais. A história dos botequins do Rio de Janeiro é analisada por Algranti (2011), Mello (2003) e Mello e Sebadelhe (2015), que identificam mudanças de consumo em tais estabelecimentos desde a chegada da Corte e da Família Real Portuguesa, época em que essa cidade era capital nacional do país.

Os seguintes termos são considerados sinônimo de “botequim”: bar, birrosca, pé-sujo, boteco, além de outros. São enquadrados como estabelecimentos gastronômicos ou empreendimentos de restauração⁴ (REJOWSKI, 2018), voltados para um gênero particular: o de casa de bebidas (SILVA, 2011). Nessa direção, Soares *et al.* (2019) definem o botequim como uma espécie de bar com características específicas, em função do público que o frequenta, do cardápio, da localização, do espaço em si e da sua participação no cenário sociocultural da cidade.

Em relação ao estilo de cozinha, popularmente se refere ao termo “comida de boteco”. Esse tipo de comida pertence à gastronomia classificada como “baixa gastronomia”, isto é, “[...] abrange comidas de caráter caseiro e popular, em porções bem servidas a um preço justo, em estabelecimentos simples, onde o atendimento, ainda que profissional, ocorre de forma mais fluida e informal” (FERREIRA; VALDUGA; BAHLS, 2016, p. 207). Portanto, trata-se de uma comida popular que “[...] alia elementos da culinária clássica e pode ser citada como uma das vertentes da Cozinha Bossa Nova” (SILVA; SILVA; BORGES, 2016, p. 7). Ainda, a diversidade de opções gastronômicas no cardápio de um botequim pode ser

⁴ O termo “restauração” utilizado neste artigo está relacionado aos restaurantes enquanto estabelecimentos gastronômicos.

ampla e variar entre porções de petiscos, aperitivos, prato feito (PF) ou empratado, que são servidos no tipo de serviço *à la carte* (FERREIRA; VALDUGA; BAHL, 2016).

O botequim tradicional do Rio de Janeiro é um estabelecimento de alimentação popular, descontraído, que possui quatro características: 1) serviço de bebida alcoólica; 2) ambiente informal; 3) espaço de sociabilidade e lazer, de criação de laços e relações interpessoais e de encontros; 4) local de convivência democrática que traduz o espírito/alma carioca de comemorar, de reunir, de festejar (MELLO; SEBADELHE, 2015; RIO DE JANEIRO, 2011, 2012).

Desde 2011 um total de 29 botequins foram patrimonializados, isto é, chancelados pelo Instituto Rio Patrimônio da Humanidade (IRPH), como “patrimônio cultural carioca”. Esses botequins são assim reconhecidos como patrimônio cultural imaterial, em função de quatro características principais:

(1) possuem uma marca (valor de marca) ou reputação reconhecida pelos grupos sociais; (2) preservam o pequeno negócio entre gerações, que pode ser transmitido pela herança familiar ou garantida a continuidade do negócio por um funcionário antigo; (3) preservam técnicas e processos de produção artesanais ou tradicionais; (4) são reconhecidos por moradores e frequentadores como símbolo do território, traduzindo o perfil da região e sua história (LAVANDOSKI; GIGLIO, 2019a, p. 45).

Os autores destacam ainda alguns atributos que garantem a essência do botequim e lhe conferem identidade, que são: a) aspectos da ambiência, como os elementos decorativos e arquitetônicos; b) antiguidade; c) clima de informalidade, de descontração e de intimidade proporcionada nesses estabelecimentos (LAVANDOSKI; GIGLIO, 2019a).

Adicionalmente, Araujo, Tonini e Estrella (2018) analisam as práticas de consumo em bares cariocas e reforçam o entendimento de que os botequins expressam um conjunto de significados do chamado “espírito carioca”, abordagem discutida por Mello e Sebadelhe (2015) ao se referir a eles como agentes transformadores da esfera social do carioca. Em função desses e de outros possíveis atributos, os botequins tradicionais que carregam uma história têm se tornado atrativos turísticos (SOARES *et al.*, 2019; LAVANDOSKI; GIGLIO, 2019a, 2019b). Diante dessas características dos botequins, importa compreender, a seguir, como os comentários *on-line* podem auxiliar na promoção e no desenvolvimento de atrativos e destinos turísticos.

Com a globalização, os avanços das novas tecnologias de informação e comunicação (NTICs) e os próprios avanços da *web* (notadamente a partir da *web 2.0*), observa-se que cada vez mais os usuários da internet – por intermédio da rede mundial de computadores – podem ser não só consumidores, mas também produtores de conteúdos. Logo, nota-se que a cultura da convergência tratada por Jenkins (2009) tem um papel relevante na produção e no consumo de conteúdos, considerando a continuidade entre o real e o virtual. Assim, o conteúdo gerado por usuário (CGU), que no idioma inglês é *user generated content*, é essencial para compreender o papel do virtual para o real e vice-versa. Ainda sobre o CGU, é

[...] baseado na expressão de comentários e opiniões de pessoas comuns que contribuem voluntariamente com a divulgação online de textos, imagens, áudios e vídeos em páginas wiki, blogs, mídias sociais e websites de avaliação [...] (CORRÊA; HANSEN, 2014, p. 287).

Especificamente sobre a relação entre turismo e gastronomia, Corrêa e Hansen (2014) analisaram, a partir de CGU, a qualidade de serviços em restaurantes de São Paulo premiados pelo TripAdvisor. As autoras destacam que, “[...] apesar da dificuldade de selecionar material de qualidade, o fato é que vários autores avaliam o CGU como uma das mais influentes fontes de informação para a área de hospitalidade e turismo” (CORRÊA; HANSEN, 2014, p. 278).

Nota-se que o CGU pode influenciar até mesmo no posicionamento da oferta de serviços, atrações e destinos que servem ao turismo. Por exemplo, Nascimento Filho, Flores e Limberger (2019) fizeram uma análise do posicionamento de restaurantes estrelados pelo Guia Michelin em São Paulo, utilizando-se de OTRs, o que demonstra a força que estas apresentam para se compreender a oferta de serviços de restauração, notadamente no âmbito do turismo. Esses autores sublinham a importância das OTRs para os restaurantes. Logo, como os botequins também são estabelecimentos da área de restauração e fazem parte da oferta turística do Rio de Janeiro, observa-se a relevância do estudo das OTRs relativas aos botequins.

Ao lado dos destinos, no cenário global do mercado de viagens e turismo, o CGU também tem sido estudado. Especificamente no que se refere à cidade do Rio de Janeiro, ela tem assumido um papel relevante como destino turístico. Assim, pesquisas que consideram o CGU sobre esse destino são identificadas na produção científica relacionada ao turismo. Por exemplo, Mayer, Silva e Bárcia (2017) chamam atenção quanto à influência do CGU sobre a imagem desse destino turístico. A análise de conteúdo proposta por esses autores focou na experiência, na qualidade dos serviços e na percepção de preço e valor.

Portanto, a análise textual sobre as OTRs dos botequins patrimonializados deste estudo fornece pistas relevantes para o avanço do conhecimento sobre a interface entre turismo e gastronomia no Rio de Janeiro, aspectos que podem também se relacionar com a imagem dessa cidade enquanto destino turístico.

METODOLOGIA

A pesquisa é exploratória, descritiva e amostral, de caráter qualitativo, sendo realizada por meio de levantamento bibliográfico sobre a interface turismo e gastronomia, notadamente considerando os botequins patrimonializados e as OTRs, e por meio de coleta de dados secundários. O TripAdvisor foi escolhido como fonte dos dados secundários (OTRs) por ser o “maior site de viagens do mundo” (TRIPADVISOR, 2019) e já ter sido utilizado em outros estudos turísticos (CORRÊA; HANSEN, 2014; NASCIMENTO FILHO; FLORES; LIMBERGER, 2019; SILVA *et al.*, 2019).

Para a coleta dos comentários *on-line* foi utilizado o *software* ParseHub (versão 54.0.1), que é gratuito e permitiu reunir todos os comentários para serem analisados no *software* Iramuteq (versão 0.7 alpha 2). A escolha do Iramuteq foi inspirada no estudo de Nascimento Filho, Flores e Limberger (2019), pois propicia análises textuais das OTRs sob diversas perspectivas. No presente estudo, optou-se por analisar os resultados por intermédio da nuvem de palavras, que, embora simples, permite agrupar e organizar palavras em função da sua frequência, e mediante a análise de similitude, que possibilita compreender os halos e comunidades de palavras e deriva da teoria dos grafos (SALVIATI, 2017).

Para tanto, selecionaram-se cinco botequins patrimonializados, levando em conta uma amostra não probabilística intencional, que contemplou os botequins mais antigos quanto ao ano de fundação (ver tabela 1) para a coleta das OTRs. A seleção das OTRs

no TripAdvisor considerou dois aspectos: 1) o recorte temporal de oito anos, isto é, desde a existência do primeiro decreto que chancela os botequins como “patrimônio cultural carioca” (RIO DE JANEIRO, 2011). Portanto, os comentários foram coletados considerando o recorte temporal de 12/5/2011 a 12/5/2019; 2) a seleção dos comentários foi restrita ao idioma português, sem tradução.

A tabela 1, a seguir, mostra os botequins selecionados, seu ano de fundação, a quantidade e o período de análise de OTRs no TripAdvisor. Cabe ressaltar que cada botequim possui uma quantidade de comentários diferente, dentro do período definido para esta análise (ou seja, oito anos). Ainda, cada um dos estabelecimentos tem data de início do registro de comentários diferente; por exemplo, o primeiro comentário (OTR) do Café Lamas foi em junho de 2011, enquanto o do Bar Brasil foi em março de 2012. Tais fatos são percebidos ao se verificar a totalidade de OTRs em cada estabelecimento.

Tabela 1 – Amostra do estudo e quantidade de comentários analisados

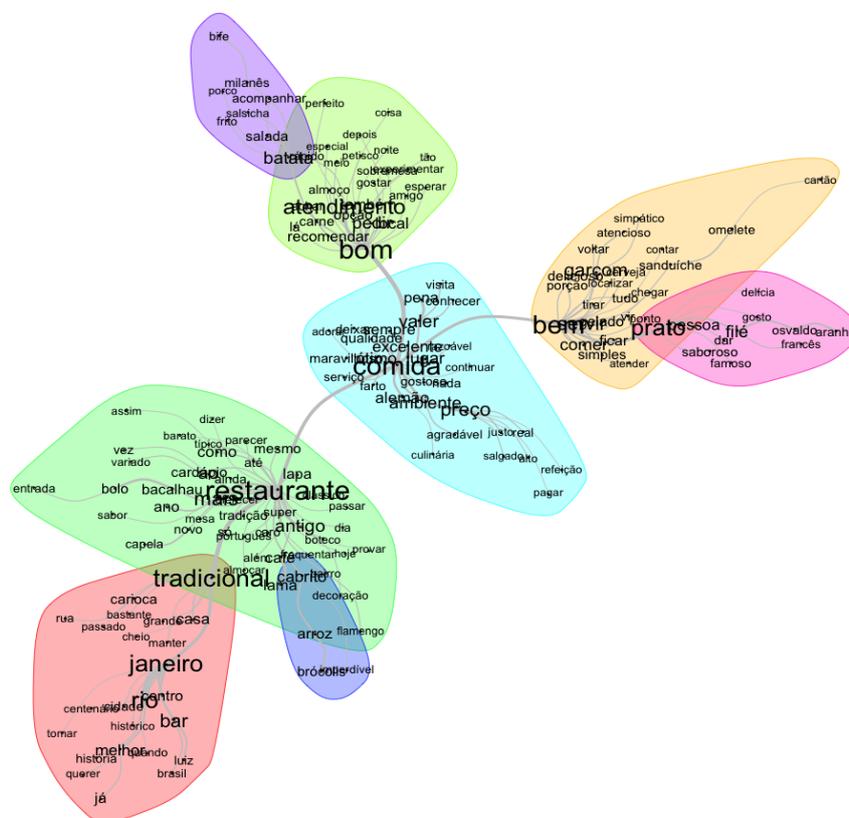
Botequins (ano de fundação) (a)	Quantidade de OTRs (N) (b)	Período de análise de OTRs no TripAdvisor
Café Lamas (1874)	602	25/6/2011 a 12/5/2019
Bar Luiz (1887)	303	30/11/2011 a 12/5/2019
Casa Paladino (1906)	141	16/9/2011 a 12/5/2019
Bar Brasil (1907)	209	2/3/2012 a 12/5/2019
Nova Capela (1923)	444	16/9/2011 a 12/5/2019
Total	1.699	

Fontes: Elaboração própria com base em consultas: (a) Lavandoski e Giglio (2019 a, 2019b); (b) Tripadvisor (2019)

Assim, o *corpus* textual foi composto pela codificação de 1.699 comentários (OTRs). Realizou-se uma série de ajustes no banco de dados que forma o *corpus* textual, os quais envolveram: correção gramatical; exclusão de *emoticons*; padronização de termos (ex.: *kasseler*, *chopp*, filé) e de nomes próprios; correção de palavras abreviadas, pontuação e números. Antes de efetuar as análises textuais, que compreendem a nuvem de palavras e a análise de similitude, foi necessário eliminar do *corpus* textual palavras com poucas repetições, a fim de obter um resultado mais claro e que destacasse as palavras mais importantes, isto é, as que apareciam com maior frequência. Assim, consideraram-se palavras que se repetiam no *corpus* textual cinco vezes ou mais. Esse critério é frequentemente empregado em estudos ou manuais do *software* Iramuteq (NASCIMENTO FILHO; FLORES; LIMBERGER, 2019; SALVIATI, 2017; SILVA *et al.*, 2019).

As análises textuais apresentadas a seguir foram desenvolvidas considerando a importância de compreender: a frequência e a posição das palavras; a conexão entre elas; e aquelas que parecem ser palavras-chave para o estudo em questão.

Figura 2 – Análise de similitude



Fonte: Elaboração própria com dados da pesquisa a partir do *software* Iramuteq (2019)

Os *clusters* mais expressivos são os representados pelos termos “restaurante”, “comida”, “bom” e “bem”, os quais revelam uma forte ligação entre si. Isso pode ser visualizado na figura 2 por meio do tamanho das palavras, da espessura e da quantidade de ligações dentro do *cluster*.

Analisando o *cluster* mais expressivo representado pelo termo “restaurante”, é possível identificar a relação dele com as palavras “boteco”, “antigo”, “tradição”, “tradicional”, “típico”, fato que confere evidências para as seguintes percepções dos clientes: 1) os botequins são estabelecimentos com tradição/história – o que é particularmente interessante para o contexto dos botequins patrimonializados do Rio de Janeiro; 2) são reconhecidos também como restaurantes. Conforme visto na seção sobre fundamentação teórica, o botequim é um tipo de estabelecimento ligado à restauração/alimentação (GIMENES-MINASSE, 2016; LAVANDOSKI; GIGLIO, 2019a; REJOWSKI, 2018). Outra possível explicação para os botequins serem entendidos como restaurantes é sua ambiência (“decoreação”, “mesas”) e o “cardápio” “variado” que, em alguns botequins, vai além de comidas tradicionais de boteco, com opções de pratos mais elaborados e/ou para uma refeição completa, incluindo pratos de “entrada” como o “bolo” de carne, prato principal (ex.: “bacalhau” e “cabrito”), de acompanhamento como “arroz”, seja para o almoço ou para o jantar.

Nesse *cluster* também é encontrado o termo “português”, que pode ser explicado pela origem culinária de dois botequins: Café Lamas e Nova Capela. É mister ressaltar que, embora nem todos os botequins apresentem uma especificidade nesse sentido, a origem culinária deles é variada, compreendendo a brasileira, a portuguesa e a alemã, sobretudo

conforme é informado pelo próprio *website* do TripAdvisor (2019) e por Lavandoski e Giglio (2019a, 2019b).

A palavra “tradicional”, que representa um *cluster* e também está ligada ao *cluster* “restaurante”, tem proximidade com os termos “carioca”, “bar”, “rio”, “janeiro”, “rua”, “centro”, que se referem à localização dos estabelecimentos pesquisados. Mais uma vez, os vocábulos “histórico”, “história”, “passado” e “centenário” reforçam o diferencial de tais estabelecimentos reconhecidos como “patrimônio cultural carioca”. Cabe destacar a referência na figura 2 a dois botequins dessa amostra: Bar Brasil e Bar Luiz. Outro ponto de reflexão é se o título de “patrimônio cultural carioca” tem algum impacto positivo na manutenção e/ou no funcionamento desses botequins tradicionais ao longo dos anos, uma vez que muitos deles já estiveram em crise financeira e/ou em situação de quase fechamento. O escopo de análise do presente trabalho não tem condições de responder a essa questão, contudo pode destacar, também apoiado em outras pesquisas (LAVANDOSKI; GIGLIO, 2019a, 2019b), que a patrimonialização não parece ter contribuído diretamente com a manutenção/funcionamento deles. Ainda, verifica-se a existência de um público cativo que tem auxiliado o não fechamento de alguns botequins. Por outro lado, existe um público que opta por bares mais modernos em termos de ambiência e cardápio.

O *cluster* representado por “comida” apresenta adjetivos de qualidade da “refeição” ou do “serviço” prestado (como “excelente”, “razoável”, “justo”, “gostoso”, “valer” a “pena”, “alto”), de quantidade (“farto”, “nada”) e de outras características aplicadas à comida (como “preço” e “pagar”) e à origem culinária, como “alemão” (referindo-se possivelmente aos botequins Bar Brasil e Bar Luiz). Portanto, esses são aspectos que se reportam ao botequim como um estabelecimento de alimentação, ao tipo de cozinha e de serviço praticado nos botequins cariocas, resultados que dão luz à interface turismo e gastronomia proposta nesta análise.

Os dois *clusters*, representados cada um por dois adjetivos (“bom” e “bem”), revelam ligação com o atendimento e com a comida. Particularmente tais resultados são interessantes, porque tanto a comida quanto o atendimento estão constantemente sendo avaliados pelos clientes em estabelecimentos de restauração. Olhando para cada um dos *clusters*, há outros dados também relevantes. No *cluster* representado por “bom”, em relação ao “atendimento”, tem-se “esperar” e “recomendar”. No que se refere às comidas, termos como “batata”, “carne”, “petisco”. Já no *cluster* representado pelo adjetivo “bem”, no tocante ao atendimento, encontram-se “garçom”, “atender”, “simpático”, “atencioso”. E, ainda, os seguintes termos relativos à comida: “prato”, “cerveja”, “sanduíche”, “omelete”. Assim, cabe destacar o papel que o atendimento e a comida têm no posicionamento dos botequins como atrações turísticas gastronômicas e na importância dos comentários *on-line* para a promoção e a reputação desses estabelecimentos gastronômicos, conforme salientado na fundamentação teórica deste trabalho.

Os três *clusters* menores novamente se referem aos aspectos peculiares da comida e/ou do prato que é “carro-chefe” nos botequins patrimonializados do Rio de Janeiro. Por exemplo, “filé”, “osvaldo” e “aranha” devem estar relacionados ao famoso prato “filé à Osvaldo Aranha”, criado pelo Bar Cosmopolita, a pedido do antigo senador brasileiro com esse nome. Tal prato atualmente pode ser encontrado em outros botequins cariocas (como Café Lamas, Nova Capela e Bar Brasil) e restaurantes (LAVANDOSKI; GIGLIO, 2019b). O termo “bife” também pode representar o prato “bife à milanesa”, frequentemente mencionado nos comentários do Café Lamas, do Nova Capela, do Bar Luiz e do Bar Brasil. Os vocábulos “batata” e “salada” podem se referir a “salada de batata” nos comentários do Bar Luiz, do Café Lamas e do Bar Brasil. “Salsicha” tem relação com o carro-chefe nos dois botequins de culinária alemã, Bar Luiz e Bar Brasil, além do “cabrito”, que é um carro-chefe do bar Nova Capela. Outros dois termos relacionados à comida, “omelete” e “sanduíche”,

são considerados carros-chefes do botequim Casa Paladino. Todos esses aspectos relativos à gastronomia conferem identidade aos botequins cariocas e, assim, são elementos-chave ou ainda diferenciais capazes de contribuir para o posicionamento de tais botequins como atrações e para o destino do Rio de Janeiro, enquanto oferta do turismo gastronômico no mercado global de viagens.

Importa mencionar que os botequins pesquisados oferecem, além dessas comidas, outros pratos ou bebidas de referência que, por não terem representatividade no *corpus* textual, não foram detalhados e analisados. Um exemplo é a sobremesa “*strudel* de maçã”, o “joelho de porco” e o “*kasseler*”, pratos típicos da culinária alemã que podem ser encontrados no Bar Brasil e no Bar Luiz (LAVANDOSKI; GIGLIO, 2019b). Isso também vale para as bebidas “*chopp*” e “*cerveja*”, que são muito consumidas em todos os botequins e aparecem com muita frequência nos comentários dos botequins desta amostra.

Ainda analisando os comentários que compõem o *corpus* textual, no que concerne à gastronomia, é possível caracterizar o tipo de serviço e o tipo de cozinha oferecidos nos botequins tradicionais avaliados. Há uma grande variedade de petiscos, de opções de prato feito (PF) e outros empratados servidos no tipo de serviço à *la carte* (FERREIRA; VALDUGA; BAHL, 2016). Além de outros aspectos que reforçam o tipo de cozinha denominado como “baixa gastronomia”, “cozinha bossa nova” ou simplesmente “comida de boteco”, por apresentar fartura nas porções servidas – que podem ser compartilhadas entre as pessoas –, estão a simplicidade na comida e a informalidade no ambiente e no serviço prestado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve como propósito analisar, por meio de pesquisa exploratória, descritiva e amostral, de caráter qualitativo, a relação entre turismo e gastronomia relativa a cinco botequins patrimonializados no Rio de Janeiro usando OTRs disponíveis no *website* TripAdvisor. O estudo permite compreender atributos relacionados à quantidade, à qualidade e ao tipo de comida e ao serviço prestado nesses estabelecimentos, fatores que podem impactar diretamente na satisfação do consumidor e, portanto, na sua experiência turística e gastronômica.

“Restaurante”, “comida”, “prato”, “tradicional” e “atendimento” são os termos mais representativos nos comentários registrados no TripAdvisor sobre os botequins patrimonializados estudados do Rio de Janeiro. “Restaurante”, “comida” e “prato” estão totalmente relacionados ao tipo de estabelecimento gastronômico pesquisado. O termo “tradicional” refere-se ao diferencial, isto é, ao componente histórico-cultural desses botequins patrimonializados, que é percebido e ora valorizado pelos clientes. Já o atendimento, assim como aspectos relativos à comida, foi alvo de comentários positivos e negativos, os quais são relevantes para o posicionamento de tais estabelecimentos enquanto atrações para o turismo.

Entre as restrições do estudo, pode-se destacar a limitação no dicionário de termos do Iramuteq, que não capturou palavras consideradas importantes para esta pesquisa, tais como “*chopp*”, “*kasseler*”, “carro-chefe” etc. Outra limitação é a amostra reduzida, que considerou apenas 5 dos 29 botequins patrimonializados do Rio de Janeiro, ainda que tenha analisado a totalidade das OTRs desses estabelecimentos da amostra. Portanto, futuros estudos podem levar em conta outras soluções para a análise de OTRs, efetuar análises comparativas com outros botequins patrimonializados e botequins localizados em outras cidades, além de realizar análises mais aprofundadas, como usar atributos de qualidade de serviço em restaurantes.

Por fim, o presente trabalho oferece avanços para a compreensão da relevância dos botequins patrimonializados estudados para a interface entre turismo e gastronomia na cidade do Rio de Janeiro. Assim, além de contribuir para avanços epistemológicos sobre a interface turismo, gastronomia e patrimônio, o estudo ilumina a importância de tratar a temática por meio do planejamento e da gestão integrada dos botequins patrimonializados e do turismo na cidade do Rio de Janeiro. Mais estudos sobre as práticas de consumo, sobre a qualidade de serviços em botequins, entre outros, podem constituir caminhos para futuras pesquisas.

Do ponto de vista gerencial, os comentários (positivos e negativos) retratam a percepção dos clientes sobre a comida e o atendimento prestado, os quais podem fornecer informações relevantes para a gestão do negócio. Ainda, muitos comentários destacaram o aspecto histórico e tradicional dos botequins, atributos que são um diferencial perante outros botequins do Rio de Janeiro e que, portanto, podem ser ainda mais valorizados em ações e campanhas em prol do fomento ao turismo gastronômico pelos órgãos governamentais, entidades ligadas ao patrimônio e, também, em eventos e outras ações desenvolvidas nos próprios estabelecimentos.

REFERÊNCIAS

ALGRANTI, L. M. Tabernas e botequins: cotidiano e sociabilidades no Rio de Janeiro (1808-1821). **Acervo**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 2, p. 24-42, 2011.

ARAUJO, F.; TONINI, K. A. D.; ESTRELLA, T. B. Significação das práticas do consumo em botecos cariocas: interação e sociabilidade. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO, 10., 2018, ESPM, Rio de Janeiro. p. 1-19.

ÇALIŞKAN, O.; YILMAZ, G. Gastronomy and tourism. *In*: AVCIKURT, C.; DINU, M. S.; HACIOGLU, N.; EFE, R.; SOYKAN, A.; TETIK, N. (ed.). **Global issues and trends in tourism**. Sofia: St. Kliment Ohridski University Press, 2016. p. 33-50.

CORRÊA, C.; HANSEN, D. R. Qualidade de serviços em restaurantes de São Paulo premiados pelo TripAdvisor: análise do conteúdo gerado pelo usuário. **Revista Hospitalidade**, v. 11, n. 2, p. 271-290, 2014.

FAGLIARI, G. S. **Turismo e alimentação**: análises introdutórias. São Paulo: Roca, 2005.

FERREIRA, M. R.; VALDUGA, V.; BAHL, M. Baixa gastronomia: caracterização e aproximações teórico-conceituais. **Revista Turismo em Análise**, v. 27, n. 1, p. 207-228, 2016.

FERRO, R. C.; REJOWSKI, M. Produção científica no campo da gastronomia: em busca de uma configuração. **Turismo: Visão e Ação**, v. 20, n. 3, p. 500-515, 2018.

GÂNDARA, J. M. G.; GIMENES, M. H. S. G.; MASCARENHAS, R. G. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. *In*: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G. (org.). **Segmentação do mercado turístico** – estudos, produtos e perspectivas. Barueri: Manole, 2009.

GIMENES-MINASSE, M. H. Tendências de consumo alimentar no Brasil: um olhar sob a perspectiva do turismo. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, n. 26, p. 127-139, 2016.

HALL, C. M.; SHARPLES, L. The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. *In*: HALL, C. M.; SHARPLES, L.; MITCHELL, R.; MACIONIS, N.; CAMBOURNE, B. (ed.). **Food tourism around the world: development, management and markets**. New York: Routledge, 2003. p. 1- 24.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KRAUSE, R. W.; BAHLIS, À. A. D. S. M. Serviços clássicos na restauração comercial: proposta de padronização e esclarecimentos para futuras pesquisas. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 3, p. 550-573, 2016.

LAVANDOSKI, J.; GIGLIO, G. Botequins tradicionais do Rio de Janeiro: estratégia de salvaguarda do patrimônio cultural imaterial. **Observatório de Inovação do Turismo – Revista Acadêmica**, v. 13, n. 2, p. 38-60, 2019a.

LAVANDOSKI, J.; GIGLIO, G. Preservação da identidade cultural através dos bares e botequins cariocas. *In*: LAVANDOSKI, J.; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. **Alimentação e turismo: criatividade, experiência e patrimônio cultural**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019b. p. 29-70. (Série Alimentação & Cultura).

LEAL, S. R.; ALMEIDA, S. L. Turismo cervejeiro no Brasil: um segmento em crescimento. *In*: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G. R. **Produtos turísticos e novos segmentos de mercado: planejamento, criação e comercialização**. São Paulo: Manole, 2015. p. 351-365.

MAYER, V. F.; SILVA, A. M. da; BÁRCIA, L. C. A imagem do Rio de Janeiro projetada por turistas em uma mídia social: experiência, qualidade e valor. **Revista Turismo em Análise**, v. 28, n. 2, p. 271-292, 2017.

MELLO, P. T. de. **Pendura essa – a complexa etiqueta na relação de reciprocidade em um botequim do Rio de Janeiro**. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2003.

MELLO, P. T. de; SEBADELHE, Z. O. **Memória afetiva do botequim carioca**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2015.

MONTANARI, M. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac, 2013.

NASCIMENTO FILHO, F. B.; FLORES, L. C. da S.; LIMBERGER, P. F. Análise do posicionamento dos restaurantes de São Paulo estrelados pelo Guia Michelin com base nas On-line Travel Reviews (OTRs). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 13, n. 2, p. 1-15, 2019.

REJOWSKI, M. **Tesouro brasileiro de turismo**. São Paulo: ECA-USP, 2018. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/tesauroturismo/vocab/index.php>. Acesso em: 20 mar. 2020.

RIBEIRO-MARTINS, C. de S.; SILVEIRA-MARTINS, E. Turismo gastronômico: uma pesquisa bibliométrica em bases de dados nacionais e internacionais. **Turismo: Visão e Ação**, v. 20, n. 1, p. 184-208, 2018.

RIO DE JANEIRO. Decreto n.º 34.869, de 5 de dezembro de 2011. Cria o cadastro dos Bares e Botequins Tradicionais – Patrimônio Cultural Carioca. **Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro**, Poder Executivo, Rio de Janeiro, RJ, 5 dez. 2011.

RIO DE JANEIRO. Decreto n.º 36.605, de 11 de dezembro de 2012. Declara Patrimônio Cultural Carioca bares e botequins tradicionais que menciona. **Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro**, Poder Executivo, Rio de Janeiro, RJ, 11 dez. 2012.

SALVIATI, M. E. **Manual do aplicativo Iramuteq**. Planaltina, mar. 2017. Disponível em: <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/manual-do-aplicativo-iramuteq-par-maria-elisabeth-salviati>. Acesso em: 3 mar. 2020.

SÁNCHEZ-CAÑIZARES, S. M.; LÓPEZ-GUZMÁN, T. Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist. **Current Issues in Tourism**, v. 15, n. 3, p. 229-245, 2012.

SCHLÜTER, R. G. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

SILVA, L. A. M. da. O significado do botequim. **Enfoques – Revista dos Alunos do PPGSA-UFRJ**, v. 10, n. 1, p. 115-136, 2011.

SILVA, E. B.; SILVA, A. A.; BORGES, F. H. G. Cozinha bossa nova e outras manifestações culinárias: um olhar turístico-cultural sobre a gastronomia carioca. In: FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUAÇU, 10., 2016, Foz do Iguaçu. Disponível em: <https://festivaldascataratas.com/wp-content/uploads/2017/04/5.-COZINHA-BOSSA-NOVA-E-OUTRAS-MANIFESTAÇÕES-CULINÁRIAS-UM-OLHAR-TURÍSTICO-CULTURAL.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2020.

SILVA, M. B. O.; MOREIRA, M. C. S.; SOUZA, A. G. R.; ARRUDA, D. O.; MARIANI, M. A. P. Gastronomia no TripAdvisor: o que os turistas comentam sobre os restaurantes brasileiros de Bonito-MS? **Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, v. 11, n. 4, p. 875-892, 2019.

SOARES, C. M. P.; SANTIAGO, C. F. M.; SILVA, T. M.; ROSA, B. M. F.; MESSIAS, L. C. P.; MATIAS, R. G. O boteco carioca e a hospitalidade na cidade do Rio de Janeiro. In: TAVARES, G. (org.). **Turismo, lazer e negócios**. Ponta Grossa: Atena Editora, 2019. p. 224-239.

TRIPADVISOR. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/>. Acesso em: 10 dez. 2019.

UNWTO (OMT). **Introdução ao turismo**. Madrid: UNWTO, 2001.