



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

GASTRONOMIA, AGRONEGÓCIO, SLOW FOOD, HOTELARIA E EMPREENDEDORISMO: POSSIBILIDADES PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA REGIÃO DE BARBACENA/MG.

Resumo: Inegavelmente, o agronegócio, especialmente o familiar, tem um papel de extrema importância para a economia. Apesar desta importância, há algumas críticas em função de certa priorização ou vocação para comercialização de itens com baixo nível de industrialização, operando, quase que exclusivamente, no nível de commodities. Aproveitar outros vieses, especialmente na região de Barbacena/MG, para gerar riqueza e desenvolvimento sustentável é altamente recomendável, incluindo-se, nesta perspectiva, iniciativas inspiradas no movimento *slow food* e no turismo rural, entre outras formas de turismo criativo, tirando proveito da cultura de doces de frutas que é muito significativa, especialmente na zona rural deste município, aliando gastronomia e turismo criativo, contribuindo para geração local de novas oportunidades e desenvolvimento local sustentável. Com a realização da presente pesquisa, a partir de uma vivência pedagógica dos alunos do CST em Hotelaria da Faculdade de Tecnologia SENAC Minas – Unidade Barbacena, foi identificado que, embora atualmente a produção de doces não represente a principal fonte de receita dos agricultores, explorada em parceria com outros atores atuantes na região, tais como o SENAC Minas e a hotelaria local, este eixo de negócio poderia oportunizar a manifestação do talento empreendedor dos agricultores, ao mesmo tempo em que criaria um amplo espectro de oportunidades de realização pessoal e empresarial. Isto decorre do fato de que a economia criativa (e dentro desta perspectiva se insere o turismo criativo) é uma tendência mundial e que seria muito oportuna na região de Barbacena, considerando que o patrimônio gastronômico local seria terreno fértil para frutificação de várias iniciativas no âmbito da economia criativa.

Palavras-chave: Gastronomia; Agronegócio; *Slow Food*; Hotelaria; Empreendedorismo.

INTRODUÇÃO

No Brasil, o agronegócio tem sido um dos poucos setores econômicos capazes de prover perspectivas mesmo diante de graves crises econômicas como a atual. Locatell et al (2016) reafirmam, ecoando outros autores e própria noção do senso comum, a grande representatividade do agronegócio no Brasil. Segundo tais autores, considerando os dados de 2015 divulgados pelo Centro de Estudos em Economia Aplicada (Cepea da ESALQ/USP), sozinho, o agronegócio responde por 21,46% da economia nacional, gerando quase riqueza da ordem de 1,3 trilhão de reais em 2015.

Ainda que, diante da deterioração econômica brasileira dos últimos anos, “é prudente lembrar que o agronegócio é o grande responsável pela solvência externa do país, a partir da produção de contínuos e enormes superávits comerciais” (LOURENÇO, 2016, p.2).

Entretanto, é frequentemente alvo de críticas ácidas em função do baixo nível de agregação de valor que boa parte dos segmentos de negócio deste nicho de mercado opta por ou consegue promover, priorizando a comercialização de itens básicos, tais como frutas in natura, ao invés de produtos com maior nível de industrialização ou com maior agregação de serviços. A este respeito, Lobão et al (2017) pontuam que, com a abertura econômica dos anos 1990, houveram progressos em termos de pesquisas quanto ao uso e desenvolvimento de novas tecnologias e mesmo no quesito produtividade, mas, ainda, perduram traços de um cenário de baixo grau de dinamismo na comercialização de produtos manufaturados.

Alguns autores sugerem que isto pode ser decorrente de falta de competitividade frente a outros segmentos empresariais, inclusive de outros países ou regiões do mundo. Outros autores indicam que se trata de uma opção estratégica, especialmente presente nos segmentos mais básicos do agronegócio, visando assumir riscos menores, restringindo o rol de atividades exercidas.

Outro fator recorrente, especialmente no agronegócio das frutas, cultura típica da região do campo das vertentes em Minas Gerais, é o fato de que a logística de distribuição das frutas in natura está estruturada em função da exportação para outros centros consumidores no Brasil e no mundo. Neste contexto, há uma grande preocupação com a seleção dos frutos mais bonitos e atraentes aos olhos de um consumidor cada vez mais exigente e seduzido pelo visual. Isto, frequentemente, gera um aumento drástico na quantidade de frutos que, impróprios para a exportação por não satisfazerem as exigências de mercado, precisam ser comercializados em mercados menos exigentes, a custos mais baixos, doados ou mesmo descartados.

Paralelamente, Pedrosa (2016), em sua pesquisa quanto à arte de comer nos primórdios do Brasil, se referindo aos primeiros portugueses que para cá vieram, já afirmava que a busca por soluções criativas para viabilizar a alimentação em nossas terras era primordial. O mesmo entendimento pode ser aproveitado, desta vez, para além da necessidade básica de comer, mas a fim de viabilizar novos meios de subsistência, de inovação no campo, para estimular



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

o desenvolvimento local sustentável, enfim, para a abertura de novos veios de manifestação do empreendedorismo do homem do campo, especialmente do agricultor familiar, que segundo Tomei et al (2016) respondem por 77% dos 17,3 milhões de pessoas ocupadas no meio rural brasileiro e sendo responsável por 38% do valor bruto das produção agropecuária nacional e por 70% de todos os alimentos consumidos pelas famílias brasileiras.

Rocha Júnior et al (2016) pontuam que o conceito de agricultor familiar está ancorado em algumas premissas legais, quais sejam, o produtor rural é o proprietário da terra e a mão de obra utilizada é essencialmente proveniente da própria família, além disto, há que se respeitar os limites de produção e de geração de renda prescritos pela Lei 11.326/2006 (Lei do PRONAF – Programa Nacional de Agricultura Familiar).

Neste sentido, Tomei et al (2014) advogam que o fortalecimento da agricultura familiar, classificação típica dos produtores de frutas da região de Barbacena, seria uma forma efetiva de estímulo ao desenvolvimento local sustentável, contribuindo para a criação de oportunidades no campo e reduzindo as chances de ocorrência de um grande movimento migratório do campo para a cidade.

Rocha Júnior e Cabral (2016) defendem que a disposição para explorar alternativas à agricultura familiar tradicional, que apenas produz e comercializa alimentos, especialmente in natura, seria uma forma de viabilizar a transição do homem do campo para um verdadeiro empreendedor rural. Os autores citam, entre as possibilidades a serem exploradas o turismo rural e de experiência (turismo criativo), bem como a produção orgânica ou a produção de itens nobres, entre outras.

Neste sentido, uma das possibilidades é chamado slow-food que é um movimento que começou na Itália em 1986, com presença em mais de 10 países, e que se espalhou pela Europa e por grande parte do mundo. Na América Latina, a Argentina tem forte representação. No Brasil, esse movimento praticamente não existe, estando, atualmente, dando os primeiros passos.

O slow food, segundo Slow Food Brasil (2017), é, portanto, um movimento internacional pela educação do gosto e pela biodiversidade alimentar. Ele reúne

consumidores, produtores, jornalistas, representantes dos poderes públicos, diversas universidades e institutos de pesquisa e historiadores, que produzem trabalhos científicos que visam embasar a defesa da boa comida, dos produtos originais e de qualidade. Esse, ainda que tangente, também é um compromisso da presente pesquisa, pois a iniciativa acadêmica descrita demonstra uma forma aplicada do conceito de slow food que pode ser explorada pelos membros da cadeia produtiva da maçã e do pêssego da região de Barbacena.

Assim, a presente pesquisa teve como foco traçar um panorama que descrevesse e ajudasse a compreender o cenário de produção do pêssego e da maçã, seus cultivos e as possibilidades de aplicações na produção gastronômica da cidade de Barbacena, tendo como base uma iniciativa pedagógica realizada no âmbito do Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria da Faculdade de Tecnologia Senac Minas – Unidade Barbacena.

REFERENCIAL TEÓRICO

Segundo Brillat-Savarin (1995), na frase "dize-me o que comes, e eu te direi quem és", a alimentação compõe a identidade do homem, pois o ato de se alimentar explicita o tipo de interação com a sociedade que o indivíduo é capaz de manter. Pode-se perceber que haverá indivíduos voltados a uma cultura alimentar que preserve a comensalidade e a sociabilidade das refeições e outros os quais, no decorrer do dia a dia, optam por uma comida rápida e barata. Quando aplicamos o tema deste projeto sobre o entendimento da frase de Brillat-Savarin, imediatamente, consegue-se distinguir os indivíduos adeptos aos pilares do Slow Food daqueles os que se saciam de uma alimentação fast.

No manual do slow food (2005), quando se descreve sobre a filosofia do movimento, coloca-se em destaque a frase: "O alimento equivale ao prazer, equivale à consciência, equivale à responsabilidade". Todas essas três equivalências do alimento implicam na necessidade de o consumidor despertar-se para o entendimento de que ele é um coprodutor, uma vez que comer é um ato agrícola. Nesse sentido, transmitindo esse conhecimento aos estudantes de



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

gastronomia, é, sem dúvida, uma maneira de conscientizá-los para uma Ecogastronomia, evidenciar o papel coprodutor do cozinheiro, ao passo em que se expõe a necessidade de se resgatar a comensalidade e sociabilidade proporcionada pela alimentação.

Esta seção tem como objetivo apresentar a contextualização teórica do estudo, inicialmente abordando o conceito de *Slow Food*, e seu surgimento, posteriormente, as principais iniciativas e frentes de promoção no mundo além das potencialidades econômicas para empreendedores da gastronomia.

***Slow Food*, o início de tudo**

O *Slow Food*, (em inglês, literalmente, "comida lenta"), é ao mesmo tempo um movimento e uma entidade internacional sem fins lucrativos, o movimento opera local com matriz em Bra/Itália na província do Cuneo e global, inclusive no Brasil, com presença em 160 países e em parceria com instituições internacionais como a FAO (Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação). Constata-se que seu objetivo principal é disseminar a alimentação saudável e, ainda, a agricultura sustentável, incentivando as práticas culturais relacionadas ao ato da nutrição, numa incessante luta para prevenir o desaparecimento da cultura da comida local e das tradições. Atualmente são sedes internacionais do *Slow Food*: *Slow Food* Itália; *Slow Foo* França; *Slow Foo* Alemanha; *Slow Food* Japão; *Slow Food* Suíça; *Slow Food* USA; e *Slow Food*, Reino Unido, de acordo com o site oficial [slow food.com](http://slowfood.com).

Um movimento articulado em 1986, pelas iniciativas e ideias de três amigos, jovens ativistas de esquerda, Carlo Petrini, Azio Citi e Giovanni Ravinale, os três nativos de Bra, passou a brotar as raízes daquele que, futuramente, se tornaria o movimento *Slow Food*. Tal movimento nasceu com o propósito de promover uma maior apreciação da comida e, ainda, aprimorar a qualidade das refeições, em se considerando uma produção que valoriza o produto, o produtor e o meio ambiente.

Em meados de 1986, liderado por Carlo Petrini, um grupo se manifestou num protesto contra a abertura da primeira loja do McDonald's na Itália, oferecendo



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

uma porção de massa aos transeuntes, na tentativa de fomentar o público a evidenciar o contraponto entre a cultura alimentar local e a comida servida em lanchonete. A manifestação se deu na tradicional *Piazza di Spagna*, em Rom e, claramente, tal grupo não era favorável ao *fast food*, representado pela franquia internacional. Após três anos do protesto, o movimento internacional *Slow Food*, redigido com valentia e inteligência por Folco Portinari, poeta e intelectual, é assinado em Paris pelos fundadores do movimento e sua originalidade permanece atual e inspirou a história do *Slow Food*.¹

O nosso século, que se iniciou e tem se desenvolvido sob a insígnia da civilização industrial, primeiro inventou a máquina e depois fez dela o seu modelo de vida.

Somos escravizados pela rapidez e sucumbimos todos ao mesmo vírus insidioso: a *Fast Life*, que destrói os nossos hábitos, penetra na privacidade dos nossos lares e nos obriga a comer *Fast Food*.

O *Homo sapiens*, para ser digno desse nome, deveria libertar-se da velocidade antes que ela o reduza a uma espécie em vias de extinção. Um firme empenho na defesa da tranquilidade é a única forma de se opor à loucura universal da *Fast Life*. Que nos sejam garantidas doses apropriadas de prazer sensual e que o prazer lento e duradouro nos proteja do ritmo da multidão que confunde frenesi com eficiência.

Nossa defesa deveria começar à mesa com o *Slow Food*. Redescubramos os sabores e aromas da cozinha regional e eliminemos os efeitos degradantes do *Fast Food*.

Em nome da produtividade, a *Fast Life* mudou nossa forma de ser e ameaça nosso meio ambiente. Portanto, o *Slow Food* é, neste momento, a única alternativa verdadeiramente progressiva. A verdadeira cultura está em desenvolver o gosto em vez de atrofiá-lo. Que forma melhor para fazê-lo do que através de um intercâmbio internacional de experiências, conhecimentos e projetos? *Slow Food* garante um futuro melhor.

Slow Food é uma ideia que precisa de inúmeros parceiros qualificados que possam contribuir para tornar esse (lento) movimento, em um movimento internacional, tendo o pequeno caracol como seu símbolo. (PORTINARI, 1989 *apud* SLOW FOOD, 2013, p. 69)

Por fazer oposição ao modo rápido de se comer, o movimento *Slow Food*, como muitos falam, “comer devagar”, foi criado com a ideia de saborear a comida e respeitar os produtos regionais, promovendo, assim uma maneira de se alimentar de forma mais saudável, Petrini (2005).

¹ O movimento internacional *Slow Food* começou oficialmente quando delegados de 15 países endossaram este manifesto, escrito pelo fundador membro Folco Portinari, em 10 de dezembro de 1989.

Segundo Gentile (2013), se pode afirmar que o movimento foi inspirado no Manifesto Futurista de Marinetti, em 1909, e pela máquina para a nutrição humana do filme Tempos Modernos, de Charlie Chaplin. Petrini (2009) sustenta a ideia de que o *Slow Food* veio exaltar as virtudes de uma vida lenta.

Então, defere-se que, a partir da década de 1990, finalmente se deu a compreensão sobre a importância da biodiversidade alimentar como fator determinante para a filosofia do movimento. Nesse sentido, o movimento internacional *Slow Food*, que se dedica a relacionar o prazer pela comida com a responsabilidade e o comprometimento com as pessoas e o planeta, defende a agrobiodiversidade e a cultura alimentar; além de se propor a promover a educação alimentar e a educação do gosto, ainda a se dedicar a promover o encurtamento da cadeia de consumo, na perspectiva de aproximar o produtor e coprodutor (consumidor engajado).

De acordo com Petrini (2009), o movimento atua em defesa do “alimento bom, limpo e justo”. Destarte, no intuito de disseminar sua filosofia, o movimento *Slow Food*, sustenta-se sobre três pilares: saudável, mas, também de sabor agradável (alimento bom); cultivado gerando o mínimo impacto e preservando o bem-estar animal (limpo) e que respeita quem produz, processa e distribui (justo). Segundo o site slowfoodbrasil.com, apoiado nessa tríade, o movimento internacional e dedica a assegurar a biodiversidade alimentar, criando relacionamentos entre produtores e consumidores.

Corroborando com Petrini, Irving; Ceriani (2013), afirmam que o *Slow Food* aposta num consumidor revestido de um novo papel, praticando e disseminando um novo conceito de qualidade para os alimentos, baseando-se em três pré-requisitos, ou seja, o alimento de qualidade deve ser: bom, limpo e justo, o que significa que tem que ter sabor, ser cultivado sem prejudicar a saúde e o ambiente e o produtor deve ser recompensado com um valor justo pelo seu trabalho, no afã de proteger produtos e culturas em risco de extinção.

Infere-se, a partir dessa compreensão, que em se respeitando o direito ao prazer da alimentação, como princípio básico, se deve utilizar produtos artesanais de qualidade, produzidos de forma que respeitem tanto o meio ambiente quanto os

produtores. Portanto, para entender o que é o movimento *Slow Food*, é necessário aprofundar-se na relação com a comida.

Dentro dessa perspectiva, considera-se o movimento de grande alcance, tendo em vista que o *Slow Food* envolve mais de 1500 convívios (grupos locais) e 2400 Comunidades do Alimento. Ainda, segundo o site Pensamento Verde², até o momento, o projeto tem catalogados mais de 1.150 ingredientes em todo o mundo e o *Slow Food* tem como meta atingir 10 mil produtos até 2020, considerando a sua intenção de preservar a agrobiodiversidade em todo o globo. Neste cenário, o Brasil surge como um território importante para o desenvolvimento e a ampliação do *Slow Food*, então, o movimento que se iniciou em 2000, com a fundação do *Slow Food* na cidade do Rio de Janeiro (RJ), a partir da iniciativa autônoma de alguns pioneiros espalhados pelo território nacional e, sobretudo, graças ao acordo de parceria, oficialmente estipulado entre o movimento *Slow Food* e o Ministério do Desenvolvimento Agrário do Brasil, em 2004. Atualmente, está presente em cinco macrorregiões e ainda, conta com cerca de 31 grupos locais (também chamados de convivias), mais de 200 Comunidades do Alimento e 10 Grupos de Trabalho (GTs). O Brasil é considerado o primeiro país da América latina a possuir a sua própria associação nacional, fundada em 2014. Atualmente, no Brasil, o movimento *Slow Food* conta com a presença de numerosos grupos de sócios, significativamente ativos nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Florianópolis e Brasília. Onze universidades públicas fazem parte da rede *Slow Food* e os produtos brasileiros declarados Fortalezas³, a partir de 2004, foram dez, sendo que desses, oito projetos continuam ativos: Fortalezas da Castanha de Baru, do Arroz Vermelho, do Guaraná Nativo Sateré-Mawé, do Licuri, do Néctar de Abelhas Nativas, do Palmito Juçara, do Umbu e do Pinhão da Serra Catarinense.

² <https://www.pensamentoverde.com.br/sobre/>

³ Um dos projetos *Slow Food* mais difundido no mundo é representado pelas assim chamadas “Fortalezas”. Trata-se de experiências de valorização dos recursos locais em pequena escala. Por meio de consultorias técnicas, cursos de formação, apoio nas ações de marketing e visibilização, os produtores dos alimentos artesanais declarados “fortalezas” são auxiliados a preservar seus métodos tradicionais e seus produtos finais. <http://bit.ly/cartilha-fortalezas>



Slow Food e a onda gastronômica

Vislumbrar as necessidades dos consumidores, na expectativa de alinhá-las com às empresas é um grande desafio para empreendedores, ou seja, enxergar para além do momento. No setor gastronômico não é diferente, pois, diante do estudo de tendências, infere-se que o setor vai passar por uma transformação vultosa nos próximos anos, o que indica o movimento *Slow Food* como sendo um desses caminhos para essa mudança, tendo em vista que as pessoas estão mais preocupadas com a qualidade do alimento que elas consomem e desejam menos processados e mais produtos *in natura*.

No entendimento de que a proposta do *Slow Food* é atuar na tríade do alimento bom, justo e limpo, inclui-se a responsabilidade do homem em absorver ingredientes frescos (de produção local), com isso, adaptar-se a cardápios sazonais e, ainda, prever um certo padrão ambiental e ecológico ao defender práticas agrícolas mais humanas e um tratamento ético para os animais. Com isso, pretende-se que a economia local seja fomentada e que o dinheiro circule de volta, a fim de que sejam beneficiadas, pelo menos, duas vezes a quantidade de pessoas.

Muitas empresas aderiram a essa filosofia e, nos vários segmentos, já proporcionaram aos seus consumidores experiências para refinarem seus paladares ao consumirem produtos livres de transgênicos, orgânicos, naturais, sustentáveis e recicláveis. Na indústria da gastronomia a influência do *Slow Food* é direta, tendo vista que ele pretende garantir diversidade e comida para todos.

METODOLOGIA

As cultivares⁴, alvos dessa pesquisa, foram a maçã Eva e os pêssegos; sendo estes classificados em dois grupos: o de polpa amarela e o de polpa branca,

⁴ 9.456/1997, cultivares são espécies de plantas que foram melhoradas devido à alteração ou introdução, pelo homem, de uma característica que antes não possuíam. Elas se distinguem das outras variedades da mesma espécie de planta por sua homogeneidade, estabilidade e novidade. **Cultivares — patrimônio genético - UFRGS**



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

cada um tendo as variedades de "caroço solto" e "caroço aderente". Distribuídos em massa amarela: Prince, Biute, Aurora e Douradão e o Maciel, muito usado na produção de doce; também o Chimarrita, Chiripa e Rubimel, conhecidos como massa branca. Cultivados nas plantações da Região do Campo das Vertentes, principalmente nos distritos de Correia de Almeida, Colônia Rodrigo Silva e Senhora das Dores, todos pertencentes ao município de Barbacena.

Levando-se em consideração os aspectos mencionados anteriormente, evidenciou-se a evolução e a valorização dessa produção, tanto para o abastecimento da indústria, como para a manutenção da economia e subsistência familiar. Em se considerando que as frutas podem ser consumidas em forma de suco, geleia, doces, bolos, tortas e *in natura*, as famílias envolvidas no cultivo tanto da maçã, quanto do pêssigo fabricam alguns desses produtos para próprio consumo e também para a comercialização.

Para nivelar tais conhecimentos, tendeu-se para uma pesquisa de natureza considerada exploratória que, na perspectiva de Gil (2007) tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito. De acordo com o mesmo autor, tais gêneros de pesquisas podem ser classificados como: pesquisa bibliográfica e estudo de caso (GIL, 2007).

Referindo-se a um marco conceitual apresentado pelo mesmo autor, qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre referido assunto. Sobre esse assunto, ainda, Nascimento (2012) afirma que a pesquisa bibliográfica procura referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o tema a ser desvendado.

Assim, constatou-se a necessidade de, inicialmente, propor um estudo por meio de uma pesquisa bibliográfica, que procurasse destacar a produção desses frutos nas dimensões: estadual, regional e local, a fim de qualificar a posição do pêssigo e da maçã no *ranking* nacional. Além desse interesse, buscou-se conhecer a produção dessas frutas associadas às cenas gastronômicas e à

www.ufrgs.br/patrimoniogenetico/conceitos-e-definicoes/cultivares

cozinha de criação, desenvolvidas em Barbacena sempre com a intenção de voltar-se para a importância da integração dos pequenos produtores, dentro do cultivo sustentável da cadeia *Slow Food*⁵, com os proprietários de restaurantes, a fim de que estes possam se sentir atraídos pela possibilidade de inserir tais produtos em seus cardápios de forma criativa.

Convém ressaltar que as pesquisas sob os moldes pressupostos neste estudo são escassas no país, conforme apontam os estudos de Costa (2011), dentre outros autores.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

De acordo com os pressupostos metodológicos adotados para a realização da presente pesquisa, os resultados serão discutidos em duas seções principais: Cenário Atual, onde serão apresentadas informações indispensáveis para compreensão do contexto do cultivo da maçã e do pêssego na região de Barbacena e também será apresentada uma seção denominada de “Potencialidades” onde se propõem iniciativas que poderiam ser exploradas para viabilizar novas formas de geração de renda, extrapolando a comercialização pura e simples das frutas *in natura*.

Cenário atual

A fruticultura brasileira tem alcançado notáveis avanços em virtude da adoção de novas tecnologias, geradas através de pesquisas em diversos âmbitos, como no melhoramento genético, na nutrição, irrigação, poda, manejo, etc.

Com a oferta de frutas tropicais e temperadas durante boa parte do ano, consegue-se uma presença brasileira no mercado internacional. Tais

⁵ O **Slow Food** (em inglês, literalmente, "comida lenta") é um movimento e uma organização não governamental fundados por Carlo Petrini em 1986, tendo como objetivo promover uma maior apreciação da comida, melhorar a qualidade das refeições e uma produção que valorize o produto, o produtor e o meio ambiente. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Slow_Food Acesso em: 13 de julho de 2017



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

possibilidades são proporcionadas pela extensão territorial do país, a posições geográficas, bem como as condições do clima e dos solos (ANDRADE, 2014).

A seguir, são apresentados dados consolidados da produção nacional de frutas de acordo com cada estado brasileiro (Tabela 1).

Tabela 1 - Produção participação dos principais estados brasileiros na produção de frutas, 2011.

País	Produção (t)	Participação (%)
São Paulo	20.003.523	42,0
Bahia	5.568.065	11,7
Rio Grande do Sul	2.836.321	6,0
Ceará	2.196.051	5,2
Minas Gerais	2.130.516	5,1
Paraná	1.602.222	3,4
Santa Catarina	1.591.276	3,3
Pará	1.542.198	3,2
Pernambuco	1.449.284	3,0
Rio Grande do Norte	1.329.707	2,8
Outros	2.459.692	-
Brasil	47.599.441	-

Fonte: IBRAF (2013)

Conforme descrito por Silva (2001), no que diz respeito “às variedades frutícolas produzidas no Brasil, destacam-se a laranja, a banana, o abacaxi e o pêssego, que respondem por aproximadamente 80% da produção física nacional. O cultivo de laranja, apesar da crise recente do setor citrícola, é basicamente direcionado ao atendimento da demanda de matéria-prima por parte da indústria de suco para exportação, sendo o mercado interno responsável pela absorção de apenas 25% da produção total. A cultura da banana, ao contrário, volta-se fundamentalmente ao mercado doméstico de frutas frescas, enquanto o pêssego e o abacaxi produzidos destinam-se tanto ao consumo *in natura* quanto ao processamento industrial, essencialmente para obtenção de sucos e frutas em calda. Esse último, aliás, destaca-se como uma das principais frutas tropicais de exportação do país”.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

De acordo com uma pesquisa acerca da fruticultura na última década, divulgada pelo IBGE (2013), houve um importante aumento da produtividade das principais frutas cultivadas e comercializadas no Brasil, conforme descrito na tabela 2:

Tabela 2 - Produtividade das principais frutas cultivadas e comercializadas no Brasil em t/hectare

Frutas	Ano 2001	Ano 2011
Abacate	13,0	14,9
Abacaxi	22.845 frutos	27.239 frutos
Banana	12,0	14,3
Caqui	12,8	18,0
Goiaba	6,3	21,5
Laranja	20,6	21,5
Limão	19,5	23,8
Manga	11,6	16,4
Mamão	42,2	52,2
Maracujá	14,1	15,0
Morango	22,8	46,4
Pêssego	9,6	11,0
Maçã	20,0	45,0
Tangerina	17,7	18,9
Uva	17,7	18,4

Fonte: IBGE (2013)

O estado de Minas Gerais, onde se situa Barbacena, pode ser caracterizado como um dos principais produtores de frutas do país, sendo que no período de 2001 a 2011, sua produção cresceu 17,2%, fazendo ocupar atualmente o quarto lugar na produção de frutas do país. A produção gira em torno de 2.347 mil toneladas em uma área de aproximadamente 117 mil hectares (IBGE, 2013). Na Tabela 3, são apresentadas as principais frutas produzidas no estado.

Tabela 3 - Área, produção e produtividade das principais frutas produzidas no Estado de Minas Gerais, 2011.

Cultura	Produção (t)	Área (ha)	Produtividade (kg/ha)
Abacate	30.975	2.134	14.514
Abacaxi	228.703	7.810	29.283
Banana	654.566	41.409	15.807
Caqui	10.840	600	18.066



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Coco (mil frutos)	45.622	2.491	18.351
Figo	6.018	586	10.269
Goiaba	15.249	1.083	14.080
Laranja	824.041	33.000	24.998
Limão	76.694	4.009	19.130
Maçã	3.713	157	23.649
Mamão	44.948	1.364	32.953
Manga	108.590	8.364	12.983
Maracujá	38.518	2.537	15.182
Marmelo	418	108	3.870
Melancia	58.461	2.016	28.998
Pêra	727	95	7.652
Pêssego	20.402	918	22.224
Tangerina	169.037	7.614	22.200
Uva	9.873	753	13.111
Total	2.347.395,0	117.048,0	18.280,0

Fonte: IBGE (2013)

Já na região do Campo das Vertentes, no estado de Minas Gerais, as principais frutas cultivadas e comercializadas estão descritas na Tabela 4, sendo que os principais municípios produtores são Alfredo Vasconcelos, Antônio Carlos, Barbacena, Piedade do Rio Grande, Ressaquinha e São João Del Rei.

Tabela 4 - Área, produção e produtividade das principais frutas produzidas na região Campo das Vertentes, 2011.

Cultura	Produção (t)	Área (ha)	Produtividade (kg/ha)
Ameixa	750	56	20
Banana	5.400	600	9
Caqui	340	112	20
Goiaba	360	30	12
Laranja	3.900	150	26
Maçã	830	112	20
Pêssego	1.400	245	20
Nectarina	340	35	20
Pêra	45	4	15
Tangerina	1.872	78	24
Total	14.997,0	1.422,0	0,0

Fonte: IBGE

(2013)



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Especificamente em Barbacena, de acordo com dados estatísticos divulgados pelo IBGE (2013), observa-se os seguintes indicadores demográficos:

- a) Área: 788 km²
- b) População: 126.325 habitantes
- c) Altitude: 1164 metros
- d) Clima tropical de altitude
- e) IDH: 0,798
- f) PIB *per capita*: R\$10.712, 31
- g) Latitude: 21°13'33" e longitude: 43°46'25"
- h) Temperatura: máxima de 31°C e mínima de 2,0°C
- i) Precipitação: 188 mm (média mensal)

Quanto à cultura das frutas, em Barbacena, apresentam-se, na Tabela 5, dados da produção, área e produtividade da safra correspondente ao ano de 2011, conforme estudos feitos pelo IBGE (2013):

Tabela 5 - Produção, área e produtividade das frutíferas cultivadas no município de Barbacena, 2011.

Fruta	Área produção (ha)	Produtividade (kg/ha)	Produção (t)
Pêssego	193	20.000	3.860
Maçã	50	30.000	1.500
Caqui	50	20.000	1.000
Ameixa	36	30.000	1.080
Nectarina	30	25.000	750
Goiaba	18	12.000	216
Total	377,0	22.833,0	8.543,0

Fonte: IBGE (2013)

De acordo com a Tabela 5, e estudos verificados na região em destaque, as frutas com maior nível de produção (em toneladas) no município são o pêssego e a maçã. O pessegueiro é uma planta de clima temperado, onde o seu cultivo limitado deve-se à exigência de temperaturas frias, em áreas topicais de baixa altitude, como no caso da cidade de Barbacena. Já a macieira busca a necessidade de utilizar cultivares com menor exigência de frio, mas através de melhoramentos genéticos possibilitou o desenvolvimento desta planta adaptada



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

a microclimas, o que permitiu sua produção de alta qualidade em climas frios. As principais variedades de pêssegos utilizadas na região são: Douradão, *Premier*, Diamante, Biuti, Maciel, Aurora, Rubi Mel, Prop Prince, Prop Bilte, Chimarrita, Chiripá.

A variedade Maciel é a mais cultivada na região, cultivada em 70% das propriedades, seguida da Douradão, cultivada em 25% das propriedades e as demais propriedades, com 5%, cultivando outras variedades. A maior parte dessa produção tem seu consumo *in natura*.

Em relação às maçãs, a variedade Eva é 100% cultivada na região, uma vez que possui boa adaptação no frio, auxiliando nas etapas de sua dormência, bem como colheita e a demanda do consumidor (ANDRADE, 2014). Novamente, há que se destacar que a maior parte da produção é consumida *in natura*.

Considerando as duas culturas, quais sejam, a do pêssego e da maçã, estima-se, segundo levantamento realizado junto aos agricultores, que cerca de 25% da produção é perdida ainda no campo. Entre os principais fatores que geram essa perda, destacam-se ataques de aves silvestres, intempéries (p. ex. chuvas fortes ou com granizo) ou outras pragas biológicas (insetos, fungos etc). Os mesmos agricultores pontuaram, neste mesmo levantamento que cerca de 80% das perdas poderiam ser revertidas, caso houvesse algum tipo de destinação para as frutas que não fosse a exportação ou venda para consumo *in natura*, pois, frequentemente, embora os frutos possam ter algum tipo de dano, eles poderiam ser aproveitados em outros tipos de aplicação.

Outra constatação importante da pesquisa é que mais de 80% dos agricultores que atuam que as referidas culturas são enquadrados como agricultores familiares segundo os ditames da Lei 11.326/2006 (Lei que reformulou o PRONAF).

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

Ao fazer uma análise da sociedade, cogita-se, com muita frequência, o aumento da capacidade criativa e empreendedora do ser humano e essa colocação vem ao encontro do autor Maximiano (2011), quando ele afirma que o empreendedor



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

tem em sua essência a capacidade de idealizar e realizar coisas novas. Em face dessa contingência, afirma Almeida e Teixeira (2016) que, a partir da criatividade e inovação, onde as habilidades e conhecimentos são utilizados para potencializar riquezas e ainda gerar empregos, se pode iniciar novos negócios ou partir de um negócio já existente, submetido ou não às ideias disruptivas.

Essa situação reflete a mesma encontrada pelos agricultores dos distritos envolvidos nesse estudo, que desenvolvem um negócio que já proporciona boa rentabilidade, ou seja, os pêssegos e as maçãs, os quais representam um processo produtivo elaborado, ainda que de forma modesta, mas, que promete influenciar diretamente no crescimento econômico da região que os cultiva, a partir da possibilidade de poder ser mais bem explorado.

O que é preciso sublinhar aqui é que o alto padrão de qualidade da produção faz a diferença na hora da comercialização dos insumos *in natura*, como no caso das frutas, objetos desse estudo. Ainda, o sabor e a suculência fazem com que esses produtos tenham destino certo, oportunidade em que o agricultor vende a maior parte para as indústrias de suco e de doces. Entretanto, esse não é o único destino das frutas, considerando que doces e compotas, produzidos de forma artesanal, também já fazem parte da cultura de Barbacena e região.

A cultura de doces feitos de frutas é muito importante e valorizada e compõe a realidade da região rural de Barbacena. A gastronomia, voltada para a produção de doces da região, apesar de não ser muito explorada e de não ser a renda principal dos agricultores, ajuda no orçamento familiar; e representa uma movimentação econômica modesta, a qual poderia ser mais explorada. Em se considerando que é diversa a lista de produtos que podem ser criados ou reproduzidos a partir da maçã e do pêssego, a ação empreendedora dos agricultores pode ser potencializada. Além disso, a realidade local é tão distinta e glamorosa que também pode ser explorada no nível do turismo criativo, como um ponto forte pra economia do destino a ser explorado.

A partir do discurso apresentado, se evidencia que a cultura dos pêssegos e maçãs produzidos na região das Vertentes é promissora. Além disto, pode tirar proveito de outras potencialidades, tais como aqueles delineadas pela economia criativa; sendo essa uma nova maneira de se empreender, que vem tomando



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

parte do mercado do turismo, conforme se destaca na definição de Andrea Matarazzo⁶, autor do projeto “Distritos Criativos”:

o que move a Economia Criativa é a criatividade e a inovação como matéria-prima, portanto, o processo de criação é tão importante quanto o produto final, ou seja, uma cadeia produtiva baseada no conhecimento e capaz de produzir riqueza, gerar empregos e distribuir renda.

Do mergulho e da compreensão a partir desses elementos sobre economia criativa se confirma o que já é sabido, que a cultura da região pode ter um valor agregado maior quando se submete às iniciativas dos seus moradores nativos. Nessa perspectiva, nas localidades já mencionadas no corpo desse trabalho, observou-se que receitas muito apreciadas pelos nativos e pelos visitantes, com base nas frutas cultivadas, foram desenvolvidas pelas famílias de agricultores. Como por exemplo, a geleia de pêssegos, que apresenta um sabor único e com características distintas das industrializadas; com as maçãs também se produziu uma geleia, contudo com um ingrediente a mais, a pimenta, o que dá um toque de refinamento à conserva. Ainda, outro produto curioso, o *chutney* de pêssego, uma receita que tem o sabor parecido com a geleia, porém, são acrescentadas estilhas da fruta em sua composição.

A fim de se compreender como tais elementos compõem com a ideia de economia criativa⁷, esse estudo dedicou-se a um escrutínio das atividades *in loco*. Para tal, propôs-se uma visita à comunidade produtora de pêssegos e maçãs, em Senhora das Dores, a qual foi realizada com os alunos e professores do Curso Superior de Hotelaria da Faculdade Senac Minas – Unidade Barbacena, para que se pudessem conhecer as plantações, os tipos diferentes tipos de pêssegos ali cultivados, ainda, vivenciar a experiência de “pegar” a fruta

⁶ Andrea Matarazzo é um paulistano com longo histórico de serviços prestados à causa pública. Em 2012, foi eleito vereador da cidade de São Paulo com 117.617 votos. Já foi subprefeito, secretário de Serviços, de Subprefeituras, secretário de Estado de Energia, da Cultura, ministro de Comunicação e Embaixador do Brasil na Itália. Disponível em: <http://andreamatarazzo.com.br/bio/> Consultado em 12 de julho de 2017

⁷ “A economia criativa abrange todo o ambiente de negócios que existe em torno da indústria criativa, aquela baseada em bens e serviços criativos”, afirma Ana Carla Fonseca Reis, economista especializada no tema. Disponível em: <http://www.cultura.rs.gov.br/v2/2012/01/economia-da-cultura-entrevista-com-ana-carla-fonseca-reis/> Reis, Ana Carla Fonseca. «O que é Economia Criativa». Projeto Draft. Consultado em 13 de julho de 2017



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

do pé, a partir da identificação da sua prontidão para a colheita e, finalmente, que se pudessem desenvolver as receitas e degustá-las.

Para realização desta atividade escolheu-se a Chácara São Francisco, pelo critério de acessibilidade. Assim, os alunos, após a visita à referida propriedade, ocuparam a cozinha didática do Hotel Escola Senac – Grogotó e executaram duas receitas, tendo como principal insumo o pêssego, reproduzindo, assim, as receitas das geleias anteriormente mencionadas, com a intenção de apreciar o potencial econômico desse produto. Para tal, foram montadas as “fichas técnicas” como instrumentos para o estudo de viabilidade do produto como negócio.

A iniciativa pedagógica que foi vivenciada pelos alunos corrobora com a ideia original da economia criativa, conforme reafirma o SEBRAE⁸:

Economia criativa é o conjunto de negócios baseados no capital intelectual e cultural e na criatividade que gera valor econômico. A indústria criativa estimula a geração de renda, cria empregos e produz receitas de exportação, enquanto promove a diversidade cultural e o desenvolvimento humano.

A partir do experimento descrito nesse estudo, evidenciou-se também que o patrimônio gastronômico da região de Barbacena é capaz de proporcionar uma forma atraente de turismo, pois, a culinária local é ofertada de maneira criativa, haja vista que os turistas podem estar envolvidos. Por exemplo, nesse processo de produzir subprodutos a partir das frutas, o visitante por vezes presencia a fabricação de doces e compotas e experimenta o produto, além de poder adquiri-lo, se for o seu desejo. Ou seja, essa ação promove diversos ganhos, tanto para o produtor no que tange a geração de renda; para a economia local, sobre o aspecto da empregabilidade, o que torna tangível a ação turística; e ainda, há de se considerar a experiência vivenciada pelo turista e os envolvidos na produção

⁸ Site consultado SEBRAE: <https://goo.gl/QJ2ek2>



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

do bem culinário, na perspectiva da comunhão da diversidade cultural e do ganho no que alcança o desenvolvimento no plano pessoal de todos os atores envolvidos nesse processo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo das discussões propostas neste trabalho, ficou demonstrado que o agronegócio, especialmente o familiar tem um papel de extrema importância para a economia, seja em nível nacional, seja em nível regional.

A despeito desta importância, há algumas críticas em função de certa priorização ou vocação para comercialização de itens com baixo nível de industrialização, operando, quase que exclusivamente, no nível de *commodities*.

Para fazer frente a esta característica que incita críticas, aproveitar outros vieses para gerar riqueza e desenvolvimento sustentável é altamente recomendável, incluindo-se, nesta perspectiva, iniciativas inspiradas no movimento *slow food* e no turismo rural, entre outras formas de turismo criativo.

Na região de Barbacena, reconhecida nacional e internacionalmente por sua cadeia produtiva de frutas, em particular, a do pêssego e da maçã, já é conhecido o fato de que o alto padrão de qualidade da produção permite aos agricultores o acesso a mercados de outras regiões, em nível nacional e no exterior. Entretanto, tal situação só reforça a vocação para comercialização dos itens *in natura*, deixando inexplorados outros veios.

Em nível local, especialmente, na zona rural de Barbacena, a cultura de doces de frutas é muito significativa e, aliando gastronomia e turismo criativo, poderia ser ainda mais consolidada, contribuindo para geração local de novas oportunidades e desenvolvimento local sustentável. Este tipo de iniciativa tem, ainda, o condão de mitigar os efeitos deletérios do chamado “êxodo rural”, caracterizado por um intenso movimento migratório do campo para a cidade, intensificando problemas sociais típicos do ambiente urbano.

Com a realização da presente pesquisa, foi identificado que, embora atualmente a produção de doces não represente a principal fonte de receita dos agricultores, explorada em parceria com outros atores atuantes na região, tais como o SENAC



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Minas e a hotelaria local, este eixo de negócio poderia oportunizar a manifestação do talento empreendedor dos agricultores, ao mesmo tempo em que criaria um amplo espectro de oportunidades de realização pessoal e empresarial. Isto decorre do fato de que a economia criativa (e dentro desta perspectiva se insere o turismo criativo) é uma tendência mundial e que seria muito oportuna na região de Barbacena, considerando que o patrimônio gastronômico local seria terreno fértil para frutificação de várias iniciativas no âmbito da economia criativa.

Iniciativas como estas podem criar uma nova forma de atração de turistas, especialmente aqueles que já frequentam a região para conhecer cidades históricas próximas, como Tiradentes e São João del Rei.

Sugere-se a realização de novas pesquisas para inventariar o patrimônio gastronômico de Barbacena e, também, para mapear as possibilidades concretas de parcerias que poderiam ser firmadas para dar materialidade de visibilidade a tal patrimônio, visando orientar políticas públicas e institucionais que possam demonstrar o valor destes patrimônios e colaborar para incluir Barbacena e região nas rotas de destaque do turismo criativo e gastronômico regional e nacional.

Paralelamente, tais iniciativas terão, sem sombra de dúvidas, potencial inovador, de geração de emprego, renda e de novas oportunidades também para os agricultores, especialmente aqueles familiares.

Por fim, espera-se que a presente pesquisa potencialize ações, sejam elas governamentais, sejam privadas, no sentido de explorar tais alternativas econômicas para a região de Barbacena.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Aline Santos De; TEIXEIRA, Rivanda Meira. A criação de negócios de micro e pequeno porte da economia criativa. **Revista eletrônica de ciência administrativa** (recadm), Curitiba , v. 15, n. 2, p. 74-89, mai./ago. 2016.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

ANDRADE, José Clélio de. **Contribuição da pesquisa para o desenvolvimento da fruticultura na região do Campo das Vertentes de Minas Gerais**. Lavras: UFLA, 2014.

COSTA, Armando Dalla. **Economia criativa**: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. 2011. 25 v. Tese (Doutorado) - Curso de História Econômica, UFPR, Paraná, 2011.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. [Apostila.]

FREITAS, J. Alimentação sustentável: uma revisão de literatura sobre slow food. Dissertação de Mestrado pela Universidade Federal da Paraíba. Paraíba, João Pessoa, 2014.

GENTILE, C. Os Mercados da Terra Slow Food. Entre modelos antigos e novas demandas: experiências locais de troca e consumo alimentar. Brasília, 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE FRUTICULTURA – IBRAF, 2010. **Produção Brasileira de Frutas**, 2013. Disponível em: [http://www.ibraf.org.br/estatísticas/Produção Brasileira de Frutas 2009 – Final.pdf](http://www.ibraf.org.br/estatísticas/Produção%20Brasileira%20de%20Frutas%202009%20-%20Final.pdf)> Acesso em: julho de 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Banco de dados. Produção agrícola municipal**. 2013. Disponível em: <http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/agric>>. Acesso em julho de 2017.

IRVING, J.; CERIANI, S. Manual do slow food. Disponível em: <http://slowfoodbrasil.com/slowfood/manual-do-slow-food>>. Acesso em 10 de maio de 2019.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

PETRINI, C. et al. **A centralidade do alimento**. Disponível em: <http://www.slowfoodbrasil.com/campanhas-e-manifestos/598-a-centralidade-do-alimento>>. Acesso em 12 de maio de 2019.

LOBÃO, Mário Sérgio Pedroza; CORRÊA, Alexandre de Souza; SCHNEIDER, Mirian Beatriz. Região Norte do Brasil e sua inserção no comércio internacional brasileiro. **Interações (Campo Grande)**, v. 18, n. 2, p. 87-101, 2017.

LOCATEL, Celso Donizete *et al.* AGRONEGÓCIO E PODER POLÍTICO: POLÍTICAS AGRÍCOLAS E O EXERCÍCIO DO PODER NO BRASIL. **Sociedade e Território**, v. 28, n. 2, p. 57-81, 2017.

LOURENÇO, Gilmar Mendes. O POTENCIAL COMPETITIVO DO PARANÁ E O AGRONEGÓCIO. **Revista Vitrine da Conjuntura**, v. 9, n. 8, 2017.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para empreendedores**. 2 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. 240 p.

NASCIMENTO, Luiz Paulo do. **Elaboração de projetos de Pesquisa**. São Paulo: Cengage Learning, 2012. 150 p.

PEDROSA, Vani Maria Fonseca. Cata Aqui, Cata Acolá: a arte de comer nos primórdios do Brasil. **Revista Gastronomia e Turismo**, Ano 2, 2. Ed., p. 31, 2016.

PETRINI, C. **Slow Food: princípios da nova gastronomia**. Trad. de Renata Lúcia Botina. Editora Senac, São Paulo, 2009.

ROCHA JUNIOR, Claudio Jorge Gomes da *et al.* O processo de transição de empreendimentos rurais tradicionais para as agroindústrias associativas no estado de Pernambuco: desafios para construir competências empreendedoras. **Revista Gestão & Regionalidade**, v. 32, n.94, p. 68, 2012.

SILVA, Carlos Arthur B. da, *et al.* **Diagnóstico da cadeia agroindustrial de frutas selecionadas no estado de Minas Gerais**. UNIVERSIDADE FEDERAL



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

DE VIÇOSA, Contrato FUNARBE / UFV – SEBRAE-MG. Viçosa-MG, Abril de 2001.

SLOW FOOD BRASIL. Disponível em : <http://www.slowfoodbrasil.com/>
(Acesso: 26 jul., 2017).

TOMEI, Patricia Amelia, *et al.* Análise das barreiras que dificultam a transformação do agricultor familiar em empreendedor rural no contexto brasileiro. **Revista Ibero-Americana de Estratégia**, v. 13, n. 3, p. 107, 2014.