

DANILO SIMÕES COELHO

**O TURISMO GASTRONÔMICO
E A BIODIVERSIDADE DO CERRADO**

**Belo Horizonte
Centro Universitário UNA
Março/2009**

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

DANILO SIMÕES COELHO

**O TURISMO GASTRONÔMICO
E A BIODIVERSIDADE DO CERRADO**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Turismo e Meio Ambiente do Centro Universitário UNA, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Turismo e Meio Ambiente.

Área de Concentração: Turismo e Meio Ambiente

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Trindade Bahia

**Belo Horizonte
Centro Universitário UNA
Março/2009**

C672t Coelho, Danilo Simões
O turismo gastronômico e a biodiversidade do cerrado / Danilo
Simões Coelho – 2009
82: il.

Orientador: Dr. Eduardo Trindade Bahia
Dissertação (mestrado) – Centro Universitário UNA, Programa de
Mestrado em Turismo e Meio Ambiente.
Bibliografia f. 74 - 78

1. Turismo – gastronomia 2. Biodiversidade. I. Bahia, Eduardo
Trindade II. Centro Universitário UNA. III. Título

CDU:338.484



**CENTRO UNIVERSITARIO UNA
PROGRAMA DE MESTRADO EM TURISMO E MEIO AMBIENTE**

Dissertação intitulada **“O TURISMO GASTRONÔMICO E A BIODIVERSIDADE DO CERRADO”**, de autoria do mestrando Danilo Simões Coelho, aprovada pela Comissão Examinadora constituída pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Eduardo Trindade Bahia – UNA – Orientador

Prof. Dra. Wanyr Romero Ferreira – UNA – Examinador Interno

Prof. Dra. Stella de Moura Kleinrath (Dom Helder Câmara)

Belo Horizonte
Março/2009

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que contribuíram com este trabalho, em especial a meu irmão Marco Simões; a Bruno e Lu; a meus outros irmãos e a meus pais; à minha mulher, Herica, pela paciência; à professora Wanda Lacerda; a meu aluno Marcos Moura, pela ajuda; a meus professores, colegas e, especialmente, ao meu orientador, Prof. Dr. Eduardo Trindade Bahia.

RESUMO

Este estudo destaca a importância da gastronomia como atrativo turístico e tem como objetivo levantar o potencial gastronômico da biodiversidade do cerrado. Nele analisou-se a contribuição de componentes da fauna e principalmente da flora do cerrado para o desenvolvimento do turismo nesta região. As pesquisas realizadas permitiram avaliar os principais frutos do cerrado e detectar aqueles com maior potencial atrativo para o desenvolvimento do turismo gastronômico. A potencialidade desses frutos foi avaliada por um grupo de 31 pessoas com notório conhecimento em gastronomia e turismo. Buscou-se também avaliar a condição dos recursos gastronômicos do cerrado, de acordo com a aceitação do público em relação aos ingredientes e à facilidade ou dificuldade de obtenção dos mesmos. A pesquisa foi realizada em quatro municípios onde o cerrado ocorre: Belo Horizonte, Montes Claros, Goiânia e Pirenópolis. Além de determinar o potencial dos principais produtos do cerrado para o desenvolvimento do turismo, a pesquisa contribuiu para identificar problemas para a conservação e sustentabilidade desse ecossistema, sendo um primeiro passo para novos trabalhos que proponham roteiros gastronômicos no bioma cerrado

Palavras-chave: biodiversidade e turismo, gastronomia do cerrado, turismo no cerrado.

ABSTRACT

This study highlights the importance of food as a tourist attraction and aims to raise the gastronomic potential of the cerrado. It evaluates the contribution of the fauna and flora components of the cerrado for the development of tourism in this region. The research conducted evaluated the main fruits of the cerrado and identified those with greatest potential attraction for gastronomic tourism development. These fruits were assessed by a group of 31 people with remarkable expertise in gastronomy and tourism. There was also a try to assess the gastronomic resources of the cerrado, according to the acceptance of the public on the ingredients and the ease or difficulty in obtaining them. The study was conducted in four municipalities where the cerrado occurs: Belo Horizonte, Montes Claros, Goiânia and Pirenópolis. Besides determining the potential of the main products of the cerrado for tourism development, the study contributed to formulating useful guidelines for the conservation and sustainability of this ecosystem. It is a first step towards new research introducing other culinary tours in the cerrado biome.

Keywords: biodiversity and tourism, gastronomy of the cerrado, tourism in the cerrado.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1.....	22
QUADRO 2.....	27
QUADRO 3.....	32

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - O número de entrevistados nas cidades pesquisadas.....	41
TABELA 2 - Experiência gastronômica das três categorias	43
TABELA 3 - Cargo das três categorias	43
TABELA 4 - Escolaridade das três categorias	43
TABELA 5 - Avaliação da oferta gastronômica das frutas do cerrado.....	47
TABELA 6 - Avaliação do potencial gastronômico dos produtos do cerrado.....	51
TABELA 7 - Outros produtos do cerrado citados e ou avaliados pelos respondentes.....	52
TABELA 8 - Avaliação da importância da biodiversidade do cerrado.....	54
TABELA 9 - Avaliação do aproveitamento dos frutos do cerrado.	57
TABELA 10 - Avaliação do aproveitamento dos frutos do cerrado	60

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Mapa do Bioma Cerrado	25
FIGURA 2 - Unidade de beneficiamento do pequi	34
FIGURA 3 - Vista de telhado colonial.....	37
FIGURA 4 - Paisagem de Goiânia	38
FIGURA 5 - Igrejinha da Pampulha	39
FIGURA 6 - Vista da Igreja Matriz de Montes Claros.	40
FIGURA 7 - Sorveteria Frutos do Cerrado	65
FIGURA 8 - Restaurantes típicos em Pirenópolis.....	66
FIGURA 9 - Beneficiamento do baru	67
FIGURA 10 - Produtos do cerrado	68
FIGURA 11 - O Mercado de Montes Claros	69
FIGURA 12 - Frutas do cerrado Araticum, amora preta, ananás, pêra do cerrado	70
FIGURA 13 - Frutas do CerradoBuriti, palmito guariroba, baru, palmito da mata.	70

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. OBJETIVOS	14
2.1 Objetivo Geral	14
2.2 Objetivos Específicos	14
3. REFERENCIAL TEÓRICO	15
3.1 Turismo e turismo cultural.....	15
3.2 Alimentação e Cultura	16
3.3 Gastronomia, Turismo Gastronômico e Eventos	20
3.4 O Bioma Cerrado, fauna e flora com potencial gastronômico e produtos já consolidados	24
4. METODOLOGIA	35
5. LOCAIS PESQUISADOS	37
6. RESULTADOS E DISCUSSÃO	41
6.1 Locais e categorias dos entrevistados	41
6.2 Perfil dos entrevistados	41
6.3 Experiência profissional em relação à biodiversidade do cerrado.....	44
6.4 Oferta gastronômica dos produtos do cerrado	45
6.5 Potencial gastronômico dos produtos do cerrado	47
6.6 Potencial gastronômico de outros produtos do cerrado	51
6.7 Potencial gastronômico da fauna do cerrado	54
6.8 Importância da utilização da biodiversidade do cerrado.....	54
6.9 Os produtos do cerrado atraem a curiosidade do turista	57
6.10 Aproveitamento atual dos frutos do cerrado na cidade do respondente	57
6.11 Aproveitamento atual dos frutos do cerrado para o Brasil.....	59
6.12 Turismo gastronômico no Brasil.....	62
6.13 Roteiro gastronômico.....	63
6.14 Turismo e estabelecimentos gastronômicos relacionados aos produtos do cerrado as cidades pesquisadas	64
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	71
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFIAS	74
APÊNDICE: Modelos de questionários aplicados nas cidades	79

1. INTRODUÇÃO

Dados da Organização Mundial do Turismo (2007) mostram que o turismo pode ser considerado uma das mais importantes atividades econômicas do mundo, sendo responsável por 192,2 milhões de empregos, que deverão aumentar para 251,9 milhões até o ano de 2010, suplantando a indústria bélica, em volume de capital transacionado. Beting (2000), baseando-se em dados da OMT, prevê um crescimento do setor turístico a uma média anual de 4,1 %, podendo atingir, em 2020, um total de 1,6 bilhões de viajantes internacionais. Nessa projeção, a fatia brasileira passaria a 1,2 % do total; sendo que já esteve, no ano de 1993, abaixo dos 0,8 %. Os fatores responsáveis pela motivação desse grande número de turista são vários, incluindo o turismo gastronômico.

Historicamente pode-se observar que o turismo gastronômico começou a evoluir com o desenvolvimento dos transportes e o aperfeiçoamento da rede ferroviária que estimularam a moda da viagem de recreio. Dessa forma foram criadas novas modalidades de percepção de determinada região, de modo que a culinária acaba sendo parte do interesse do turista como parte integrante do patrimônio (FLANDRIN, 1998, p.817).

Inicialmente a culinária e mais tarde a gastronomia tornaram-se, também, produtos turísticos, ou vieram reforçar os já existentes. Diversas pessoas praticam o turismo gastronômico ou vão em busca do prazer por meio da comida e da viagem. São muitas as motivações para esse tipo de turismo como o prazer e a busca de raízes culturais (AZAMBUJA, 2000).

Para Schlüter (2003a), a gastronomia faz parte da nova demanda, por parte dos turistas, de elementos culturais. O interesse pelo turismo gastronômico deve-se à busca de conhecimento e prazer. Segundo Junior (2005), gastronomia é cultura, é história, é turismo. A cultura e a história de um povo, ou de uma região, se expressam de várias formas. Uma destas formas é a gastronomia. Países como França, Espanha e Itália levam a sério essa questão e criam uma importante alternativa para o turismo. Esses países se destacam como grandes receptores do turismo mundial. A França recebe 76 milhões de turistas por ano; a Espanha, 55,5 milhões; e a Itália, 36,5 milhões. Esses países estão entre os cinco maiores receptores turísticos do mundo. (OMT,2005, anuário exame do turismo 2007/2008)

Alimentação e turismo caminham juntos, não existe turismo sem os alimentos e as bebidas. Todo turista tem de se alimentar e hidratar. A gastronomia vem associada ao turismo

como oferta turística complementar e em muitos casos pode ser o principal fator motivador de viagens turísticas. Existem pacotes de turismo gastronômico e empresários que atuam especificamente nesse setor. Segundo Fagliari (2005), a alimentação tem papel primordial nas viagens, tanto como oferta técnica quanto como atrativo turístico. O grande trunfo da alimentação como elemento do turismo está relacionado com o fato de ser utilizada nos mais variados momentos da viagem, e de formas diferentes. Algumas vezes pode ser apenas uma necessidade fisiológica, sendo uma oferta técnica. Em outros momentos, pode ser um atrativo turístico interessante ou ainda pode ser vista como elemento da cultura local (FAGLIARI, 2005).

A gastronomia está presente em todos os roteiros turísticos e deve ser considerada pelo turismo tanto em viagens curtas quanto longas. A elaboração de roteiros culturais gastronômicos regionais, nacionais e internacionais é de grande importância (CORNER, 2003). Na maioria das vezes a gastronomia está diretamente relacionada aos produtos nativos e agrícolas próprios da região. O Brasil é um dos países com mega biodiversidade e esta biodiversidade influencia diretamente na gastronomia. Como exemplo podem-se citar diversos produtos muito cobiçados pelos estrangeiros, como o cupuaçu da Amazônia, que quase foi patenteado pelos japoneses através da empresa japonesa Asahi Foods¹, o açaí, o palmito e diversos outros.

O cerrado é considerado atualmente a savana mais rica do mundo em biodiversidade, reúne na sua diversidade de paisagens mais de 10.000 espécies de plantas e 1.575 espécies de animais catalogados. O cerrado brasileiro se estende por uma vastidão de dois milhões de quilômetros quadrados, ocupando um quarto do território nacional. (Instituto Centro de Vida, SD)

Os produtos da fauna e da flora do cerrado têm grande importância gastronômica, sabor diferenciado, exotismo e ainda o papel de proporcionar a inclusão social através de sua exploração e do manejo adequado. Este trabalho busca descrever a riqueza das matérias-primas do cerrado e destacar a importância dessa biodiversidade para a gastronomia e o turismo.

O trabalho descreve sucintamente o bioma cerrado, lista suas principais frutas e outros produtos de sua biodiversidade e relaciona o aproveitamento destes produtos com o desenvolvimento local. Estuda como a exploração racional desses recursos pode gerar

¹ Disponível em: www.japao.org.br. Acesso em: 03/12/2008

produtos diferenciados para a gastronomia local e atrair a curiosidade de turistas devido à sua especificidade.

A partir de dados apresentados na bolsa de turismo enogastronômico, constata-se a importância dos atrativos gastronômicos. De acordo com o Bieteg (Bolsa do Turismo Enogastronômico) de 1997, o segmento do turismo gastronômico movimentou aproximadamente 2,5 milhões de turistas em todo o mundo. É importante considerar um aumento significativo se fossem adicionados os turistas que visitam atrativos gastronômicos durante suas viagens.(FLAGLIARI, 2005, p.169).

Para potencializar ainda mais essa tendência, Schluter (2003, b) diz que as rotas gastronômicas têm o objetivo de potencializar o atrativo e as diversas gastronomias locais se for criada em diferentes partes uma rota que compreenda lugares onde a gastronomia tem características similares.

O turista contemporâneo tem hoje a preocupação com o meio ambiente, tem interesse pelo produto local e tende a consumir o que é sustentável. Os produtos do bioma cerrado atingem esse tipo de turista exigente que busca um produto regional. Para isto ocorrer são urgentes ações para o socorro do cerrado é a contenção dos desmatamentos. Um modelo sustentável para o cerrado depende de radicais alterações para reduzir o impacto da grande agricultura em curto prazo. Algumas ações já estão sendo feitas, basta dizer que a Embrapa Cerrado afirma ser possível triplicar a produção de grãos e duplicar a de carnes no cerrado sem avançar mais um só hectare na ocupação. (Instituto Sócio Ambiental, 2008)

Observou-se que os turistas gastam cerca de 25% do recurso destinado à viagem com alimentos e bebidas. Isso evidencia um gasto significativo com alimentação como oferta técnica, o que leva a crer que o desenvolvimento dos elementos relacionados à alimentação poderia incrementar ainda mais o gasto dos turistas (FLAGLIARI, 2005).

O Brasil é um país com uma grande diversidade gastronômica. Com influência européia, indígena e africana e grande extensão geográfica, diversos fatores se tornam conseqüência do “multiculturalismo culinário” apresentado pelo Brasil hoje, sendo um ponto bastante positivo para o desenvolvimento dos atrativos gastronômicos no país. (FLAGLIARI, 2005, p.173).

Dessa forma, as rotas turísticas podem estar organizadas em função de um produto ou um traço cultural característico. Buscando desenvolver o consumo de um ou mais produtos encontrados em abundância com o objetivo de promover o desenvolvimento de espaços rurais marginais. (SCHLUTER, 2003, a)

O cerrado, com sua biodiversidade, demonstra dessa forma potencial para o turismo gastronômico se for trabalhado de forma consciente e sustentável.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

O objetivo deste trabalho é pesquisar a contribuição da biodiversidade do cerrado para a elaboração de produtos comestíveis que possam vir a ser motivadores para o turismo gastronômico.

2.2 Objetivos Específicos

- Descrever o bioma cerrado e a utilização de sua biodiversidade, principalmente frutos, como produtos gastronômicos;
- Analisar a relação entre os produtos do cerrado e o turismo gastronômico;
- Determinar os produtos existentes no cerrado que têm maior potencial como atrativo turístico.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 Turismo e turismo cultural

Para Beni (2002), turismo é um elemento importante da vida social e econômica da comunidade regional. Reflete aspirações legítimas das pessoas no sentido de desfrutar de novos lugares, assimilar culturas diferentes, beneficiar-se de atividades ou descansar longe do local habitual de residência. Já Dias (2006, p.10):

[...]o turismo como um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivo de recreação, descanso, cultural ou saúde, se deslocam de seu lugar de residência habitual a outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (DIAS, 2006, p.10)

A OMT (2007) define turismo como uma atividade que consiste no deslocamento temporário de pessoas fora de seu local habitual durante períodos de tempos variáveis, por um período de tempo menor do que 12 meses e cuja finalidade ao viajar seja alheia ao exercício de uma atividade remunerada no lugar que visite.

Existem diversos tipos de turismo, que podem ser classificados por diferentes critérios. Andrade (1995) os divide em seis: de férias, cultural, de negócios, desportivo, de saúde, e religioso. Oliveira (2001) amplia o horizonte de classificação para 22 tipos de turismo: lazer; eventos; águas termais; desportivo; religioso; juventude; social; ecológico; compras; aventura; incentivo; terceira idade; intercâmbio; cruzeiros marítimos; negócios; técnico; gay (GLS); saúde; étnico e nostálgico; rural; cultural e gastronômico.

O turismo, por se tratar de uma atividade econômica com caráter social e cultural bastante acentuado, contribui para diminuir as distâncias entre as várias partes do planeta, buscando valorizar e preservar as diferenças culturais. A cultura é um importante atrativo de um destino turístico. Muitos turistas estão em busca da diversidade e diferenças culturais que sobrevivem em um mundo marcado pela homogeneização cultural (DIAS, 2003, p.165).

De acordo com Beni (2002), turismo cultural se desdobra em vários títulos, como: antropológico, religioso, arqueológico, artístico, entre outros. Para Ignarra (1999, p.119), “o turismo cultural engloba todos os aspectos das viagens pelos quais o turista conhece a vida

da comunidade receptiva. Os fatores culturais que uma localidade turística pode oferecer são: folclore, artesanato, gastronomia típica e arquitetura histórica...”.

Segundo a OMT 2005, o turismo cultural é baseado nos atrativos culturais que possui o local, sejam permanentes ou temporários, tais como museus, atrações teatrais ou musicais, orquestras, etc., ou baseado nas características culturais ou sociais de uma população que dispõe de um estilo tradicional de vida ou com características próprias.

Dias (2006) concorda com a definição da OMT:

Turismo cultural é uma segmentação do mercado turístico que incorpora uma variedade de formas culturais em que incluem museus, galerias, eventos culturais, festivais, festas, arquitetura, sítios históricos, apresentações artísticas e outras, que, identificadas como uma cultura em particular, fazem parte de um conjunto que identifica uma comunidade em que atraem os visitantes interessados em conhecer características singulares de outros povos (DIAS, 2006, p. 39).

Com o turismo cultural fica importante ressaltar a importância do patrimônio que, para Dias (2006), é um conjunto de bens materiais que foram deixados pelos nossos antepassados, e que deverão ser transmitidos aos nossos descendentes. Dessa forma, segundo esse autor, o patrimônio pode ser dividido em: Material, que é constituído por objetos, obras de artes em museus, ou seja, que pode ser tocado, que é tangível; e Imaterial, constituído pelas tradições orais, receitas de cozinhas, crenças, mitos, língua, festas, ideologias, conceitos, valores, que, portanto, não podem ser tocados, são intangíveis.

3.2 Alimentação e Cultura

Pensar a alimentação como agente promotor de práticas culturais, sociais e simbólicas é também evidenciar que a escolha da alimentação extrapola as necessidades meramente biológicas, estando estritamente relacionada com a determinação cultural e social na qual o homem encontra-se inserido. Os modos e maneiras diferenciados no trato com a alimentação, ao mesmo tempo que auxiliam na preservação das culturas tipicamente regionais, refletem a importância que essa atividade aparentemente rotineira tem para a sociedade. (Gariné, 1987)

Segundo Franco (2001), a história da alimentação foi, quase sempre, ignorada pela maioria dos historiadores, sociólogos e etnólogos. É curioso que essa atividade tão importante, que inclui a obtenção, a preparação e a ingestão de alimentos tenha sido objeto de tal omissão. Entretanto, apesar da pouca atenção que o mundo acadêmico lhes tem reservado, a alimentação e a arte culinária não podem ser consideradas aspectos secundários das civilizações.

Claude Lévi-Strauss observou que os alimentos não são apenas bons para comer, mas, também, para pensar. Tal observação ocorreu mediante longos estudos realizados em diversas sociedades, o que lhe proporcionou a forte relação existente entre a comida e os mitos. A comida, então, deveria ser entendida como uma linguagem; e a cozinha de uma dada sociedade indicaria os seus valores (LÉVI-STRAUSS, 1991).

Tal observação pode ser reforçada com o pensamento de Millán² (*apud* MACIEL, 2001, p.56):

Na alimentação humana é que se materializa a estrutura da sociedade, promovendo a atualização da interação social e sócio-ambiental (*sic*), bem como das representações socioculturais (crenças, normas, valores); que dão significado à ação social (...) dos que têm em comum uma mesma cultura. A abstração conceitual da cultura se concretiza no prato.

O alimentar-se, compreendido como um ato rotineiro e vital, sem o qual não há vida possível, proporciona duas possibilidades simultâneas ao homem: a construção de práticas socioculturais e a atribuição de significados àquilo que está sendo incorporado por ele neste ato (MACIEL, 2001). Woortmann (1978, p.04) afirma que “na intersecção entre a natureza e a cultura, o comer não satisfaz apenas as necessidades biológicas, mas preenche também funções simbólicas e sociais”.

Dentro do contexto da cultura popular brasileira, o etnólogo e folclorista Luis da Câmara Cascudo dedicou grande parte de sua obra ao estudo da relação existente entre a cultura e alimentação. Segundo Gonçalves (2004), o tópico alimentação faz-se amplamente presente nos escritos etnográficos de Cascudo, e o tema sobre comida e bebida aparece em muitos de seus estudos sobre narrativas, provérbios, festas populares, religiões etc, tornando-se impossível separá-los do sistema de relações sociais e simbólicas da cultura brasileira.

Sendo assim, em sua produção pode-se observar um vasto sistema de categorias que estruturam seus escritos etnográficos e sua interpretação da cultura popular brasileira como alimentação, nutrição, comida, refeição, fome, paladar, cru, cozido; entre outras (GONÇALVES, 2004).

Em seu livro “História da alimentação no Brasil”, obra composta de dois volumes publicados pela primeira vez em 1967, Cascudo oferece boas contribuições para se pensar o tema. A obra é iniciada com o diálogo travado com Josué de Castro (1908-1973), autor de “A geografia da fome” (CASTRO, 2002) e de outros livros e artigos sobre a experiência humana da fome.

² MILLÁN, Amado. Malo para comer, bueno para pensar: crisis en la cadena socioalimentaria. *In*: ARNAIZ, Mabel Gracia (Coord.). **Somos lo que comemos: estudios de alimentación y cultura en España**. Barcelona: Ariel, 2002.

Enquanto Castro (2002) descreve a alimentação do ponto de vista da fome, Cascudo escreve sobre comidas e bebidas populares do ponto de vista do paladar. Na perspectiva de Castro, um sistema de alimentação funciona para alimentar as pessoas, para satisfazer as necessidades biológicas de uma determinada população. A fome, em sua obra, é entendida como uma necessidade biológica a ser satisfeita, de modo mais ou menos bem-sucedido, pelas instituições sociais, econômicas e políticas. Sociedade e cultura são pensadas, portanto, como dimensões a serem acionadas para resolver o “problema da fome”. O paladar (em oposição à fome) é assim pensado como algo suplementar e definido aleatoriamente (GONÇALVES, 2004).

Já na perspectiva de Cascudo, o paladar é determinado por padrões, regras e proibições culturais. Mais que isso, segundo o autor, o paladar é um elemento poderoso e permanente na delimitação das preferências alimentares humanas, e está profundamente enraizado em normas culturais. A escolha de nossos alimentos diários está intimamente ligada a um complexo cultural inflexível. O nosso *menu* está sujeito a fronteiras intransponíveis, riscadas pelo costume de milênio (CASCUDO, 2004)

Em tal perspectiva, são as regras culturais e as trocas sociais que definem a natureza humana, e não as necessidades biológicas. Um sistema alimentar funciona não exclusivamente para satisfazer essas necessidades, mas para expressar um paladar cultural e historicamente formado. Como uma necessidade natural, a fome vem a ser satisfeita por qualquer tipo de alimento, do mesmo modo que a sede é satisfeita pela água. Mas o paladar está associado a modalidades distintas de comidas e bebidas. Mais que isso, está associado a formas específicas e particulares de preparação, apresentação e consumo. Por intermédio do paladar, os indivíduos e grupos distinguem-se, opõem-se a outros indivíduos e grupos. Por essa razão, o paladar situa-se no centro mesmo das identidades individuais e coletivas (GONÇALVES, 2004, p.5).

Reforçando a perspectiva de Câmara Cascudo, Garine (1987, p.4) explica que:

Nas sociedades humanas, a fome e a sede, necessidades vitais, são formuladas e satisfeitas em termos culturais, sociais e históricos. O que se come, com quem se come, quando, como e onde se come: as opções e proibições alimentares – que distinguem os grupos humanos – são definidas pela cultura: O homem se alimenta de acordo com a sociedade a que pertence.

Mas, se o homem come de tudo, ele não come tudo. Nesse processo de alimentar-se existe uma escolha pré-elaborada, uma seleção daquilo que é considerado por ele como “comida”. Dentro dessa grande gama de classificação, existe a nítida separação das comidas que são permitidas daquelas que são proibidas, além de demarcar claramente em quais situações essa divisão se aplica. A grande variedade de escolhas alimentares humanas procede, sem dúvida, em grande parte da variedade de sistemas culturais: se os homens não

consomem tudo o que é biologicamente ingerível, é porque tudo o que é biologicamente ingerível não é culturalmente comestível, afirma Fischle³ (*apud* MACIEL, 2001).

À procura do significado da alimentação na história do homem, com a conseqüente criação de uma cozinha “*humana e humanizada*”, Perlés (*apud* MACIEL, 2001) propõe uma distinção entre o ato alimentar e o ato culinário. O primeiro ato seria entendido como no qual o homem não se distinguiria das outras espécies animais em relação à nutrição. Já o segundo, o ato culinário, é próprio à espécie humana, sendo o homem o único a cozinhar e combinar ingredientes. (...) “*O encadeamento dos atos alimentares: aquisição, transformação e consumo do alimento, é efetivamente um processo ao mesmo tempo partilhado com todos os animais e especificamente humano*” Perlés⁴ (*apud* MACIEL, 2001, p.67).

Franco (2001) adverte que, quando o homem aprendeu a cozinhar os alimentos, dominando, por conseguinte, técnicas diferenciadas, condicionou o surgimento que demarcou uma profunda diferença entre ele e os outros animais.

Para Laraia (1986), o homem é resultado do meio cultural em que foi socializado. Ele é, portanto, herdeiro de um longo processo acumulativo, que reflete o conhecimento e a experiência adquirida pelas numerosas gerações que o antecederam. O referido autor ressalta que é evidente e amplamente conhecida a grande diversidade gastronômica da espécie humana. Em algumas sociedades o ato de comer pode ser público; em outras, privado; mais que se alimentar conforme o meio a que pertence, o homem se alimenta de acordo com a sociedade a que pertence.

Matta (2001) contribui de forma precisa para a distinção entre comida e alimento, diferença esta tão importante no sistema social brasileiro. Segundo ele, saber comer é algo muito mais refinado do que o simples ato de alimentar-se. Para os brasileiros, nem tudo que alimenta é sempre bom ou socialmente aceitável. Da mesma maneira, nem tudo que é alimento é comida. Alimento é tudo aquilo que pode ser ingerido para manter a pessoa viva; comida é tudo que se come com prazer, de acordo com as regras mais sagradas de comunhão e comensalidade.

Em outras palavras, o alimento é como a grande moldura; mas a comida é o quadro, aquilo que foi valorizado e escolhido dentre os alimentos; aquilo que deve ser visto e saboreado com os olhos e depois com a boca (...). O alimento é algo universal e geral (MATTA, 2001, p.55).

³FISCHLER, Claude. Présentation. Communications, Paris, 31, p1-3,2001

⁴PERLÈS, Catherine. “Les origines de la cuisine, l’acte alimentaire dans l’histoire de l’homme”.
Communications, EHESS, n. 31,1979.

Na visão do autor, o alimento diz respeito a todos os seres humanos: amigos ou inimigos, gente de perto ou de longe, da rua ou de casa, do céu ou da terra. Ressalta, ainda, que a comida é algo que define um domínio e põe as coisas em foco. Assim, a comida corresponde ao famoso e antigo “de-comer”, expressão equivalente à refeição; por outro lado, refere-se a algo costumeiro e sadio, alguma coisa que ajuda a estabelecer uma identidade, definindo, por isso mesmo, um grupo, classe ou pessoa (MATTA, 2001).

3.3 Gastronomia, Turismo Gastronômico e Eventos

Savarin (1995) refere-se à gastronomia como conhecimento fundamental de tudo que se refere ao homem, na medida em que ele se alimenta. Seu objetivo é zelar pela conservação dos homens, através da melhor alimentação possível. Muito embora a palavra gastronomia signifique estudo das leis do estômago, ela possui, atualmente, um sentido bem mais amplo. Refere-se à arte de preparar as iguarias, tornando-as mais digestivas, para se obter o maior prazer possível. É, portanto, uma arte mais acessível às classes sociais privilegiadas, já que o povo come para se alimentar e sobreviver, e não pelo prazer da arte da gastronomia (LEAL, 1998).

Em 1901, surge a fórmula do *Guide Michelin*, associado a um novo modo de consumo, onde a gastronomia é avaliada e reverenciada (FLANDRIN, 2005).

Também observa-se que, nos anos 1920, com a chegada do turismo automotivo, que, através das estradas, favoreceu a exploração do espaço local para que as cozinhas regionais encontrassem sentido no que se tornou uma “economia turística” com perspectivas de um belo futuro. (FLANDRIN, 2005)

Segundo Azambuja (2000), a compreensão do que é uma comida típica, uma culinária local, não ocorre apenas com o entendimento do histórico local. A cultura e suas características também são importantes. Detalhe importante é a busca pelo prazer: a diferença entre culinária e gastronomia. A gastronomia e a culinária existem devido ao apetite que leva as pessoas a se alimentar por outro motivo que não especificamente a fome. As propriedades organolépticas do alimento têm enorme importância (FLAGIARI, 2005).

Segundo Ciaffone (2003), o desenvolvimento do patrimônio culinário do novo mundo está ligado aos recursos naturais de cada região, e da sua interação com as tradições alimentares das comunidades presentes em cada espaço geográfico, a alimentação está relacionada à cultura local.

O congresso da UNESCO realizado em Havana (Cuba) em 2005, tendo como tema o Turismo Cultural na América Latina e no Caribe, aprovou uma carta-documento que reconhece as receitas culinárias como um bem cultural tão relevante e valioso quanto a arquitetura, os casarões e casarios, as igrejas, os monumentos etc. Nesse documento põe-se em relevo que toda política cultural, se bem fundamentada, deve consagrar o gesto de comer não somente como uma tradição, mas, também, como uma ação de criatividade, não se constituindo, somente, num ritual biológico de apenas alimentação. (TRIGUEIRO e LEAL, 2006, p. 12).

No Brasil, o patrimônio gastronômico é extremamente vasto. Além da diversidade de climas e paisagens, ocorre a mistura de várias tradições culinárias nos mesmos espaços. Pode-se observar que, mesmo ocorrendo a influência do nativo indígena, do colonizador europeu e do escravo africano, existe predominância de alguns traços na comida, dependendo da região. Na Bahia, observa-se um predomínio da culinária africana, mesmo com as influências portuguesas e indígenas. Minas Gerais, por sua vez, preserva a tradição portuguesa em vários pratos. O Amazonas possui uma culinária com grande influência indígena. São Paulo, com seu estilo cosmopolita considerado, muitas vezes, pouco “autêntico”, sofreu diversas influências e hoje é considerada a capital gastronômica da América Latina (CIAFFONE, 2003).

No Brasil, o turismo gastronômico ainda é pouco explorado. As regiões ou localidades que se preocupam em fazer da gastronomia uma referência para atrair turistas ainda são raras, como relata Junior (2005).

Segundo Ciaffone (2003), o Brasil tem um patrimônio cultural gastronômico tão rico que deve explorá-lo como objeto de roteiros gastronômicos, mostrar as cozinhas regionais e, conseqüentemente, ajudar na sua preservação. No país já existem bons exemplos como o Fest Gourmet, em Tiradentes, Minas Gerais, que, em dez dias de festival, chegou a atrair 35 mil turistas no ano de 2003.

A culinária paranaense é a mistura das influências de todos os povos que lá chegaram ou dos que aqui já habitavam. Recentemente, vários municípios instituíram pratos típicos, cultivando as tradições dos antepassados e os aspectos socioeconômicos regionais, que muitas vezes se traduzem em animados eventos gastronômicos que fazem a delícia dos visitantes. (Secretaria de Estado de Turismo – SETU/PR,2007). O QUADRO 1 mostra as festas e os eventos ligados à gastronomia no Paraná.

QUADRO 1
Festas motivadas pela gastronomia no Paraná.

Município	Nome do evento	Município	Nome do evento
Foz do Iguaçu	Concurso do Dourado Assado	Missal	Concurso do Porco à Paraguaia
Apucarana	Festa da Costela	Maria Helena	Festa da Costela no Chão
Iporã	Festa da Costela no Chão e Porco no Tacho	S. Antonio da Platina	Festa da Leitoa ao Fogo-de-Chão
Paraíso do Norte	Festa da Leitoa Desossada à Pururuca	Juranda	Festa da Leitoa Entrincheirada
Janiópolis	Festa da Leitoa Fuçada	Mamborê	Festa da Leitoa Mateira
Lobato e Ribeirão Claro	Festa da Leitoa no Tacho	Alto Paraíso	Festa da Piapara na Telha
Paranaguá	Festa da Tainha	Porecatu	Festa da Tilápia
Boa Esperança	Festa da Vaca Atolada	Altônia e outros ⁵	Festa do Boi no Rolete
Irati	Festa do Borrego no Rolete	Pontal do Paraná	Festa do Caranguejo
Cornélio Procopio	Festa do Carneiro ao Molho Procopense	Peabiru	Festa do Carneiro ao Vinho
General Carneiro	Festa do Carneiro Desossado e Recheado	Campo Mourão	Festa do Carneiro no Buraco
Carambeí e outros ⁶	Festa do Carneiro no Rolete	Candói	Festa do Charque
São Mateus do Sul	Festa do Charque a Vapor	Luiziana e outros ⁷	Festa do Costelão
Paranavaí	Festa do Costelão ao Fogo-de-Chão	Pato Bragado	Festa do Cupim Assado
Alto Paraná	Festa do Cupim Noroeste	Medianeira	Festa do Dourado na Grelha
Itaipulândia	Festa do Dourado no Carrossel	Bom Sucesso e outros ⁸	Festa do Frango
Quatro Barras	Festa do Frango Caipira Graciosa	Maripá	Festa do Frango Desossado e Recheado
Curitiba	Festa do Frango, Polenta e do Vinho	Porto Vitória	Festa do Lambari
Dois Vizinhos	Festa do Leitão a Dois Vizinhos	Engenheiro Beltrão	Festa do Leitão à Pururuca
Toledo	Festa do Leitão à Sarandi⁹	Goioerê	Festa do Leitão Maturado
Céu Azul	Festa do Leitão na Grelha	Pato Bragado	Festa do Matambre Recheado
Marilena	Festa do Peixe na Telha	Farol	Festa do Pernil à Pururuca
Araucária	Festa do Pierogi	Guaíra	Festa do Pintado na Telha
Foz do Iguaçu	Festa do Pirá de Foz	Céu Azul	Festa do Porco à Paraguaia
Mandaguaçu e Santo Inácio	Festa do Porco na Lata	Cidade Gaúcha e outras ¹⁰	Festa do Porco no Rolete
Santa Helena	Festival da Alcatra	Matelândia	Festival do Frango
Missa	Galinhada Orgânica	Medianeira	Festival da Carne Suína
Pontal do Paraná	Festival de Frutos do Mar		

⁵ Eng. Beltrão, Marechal Cândido Rondon, Planalto, Ribeirão Claro, Santa Fé e Santa Terezinha de Itaipu

⁶ Maripá, Palotina e Santa Helena

⁷ Cafelândia, Novo Itacolomi, Toledo e Umuarama

⁸ Piraquara e Ribeirão Claro

⁹ Mandaguaçu, Sertaneja e Toledo

¹⁰ Outras festas de Toledo: Festa do Leitão a Xaxim e Festa do Porco Recheado e Assado ao Forno

Fonte: adaptado SETU/PR (2007)

A Empresa de Turismo de Pernambuco (Empetur) anunciou uma parceria com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), com o objetivo de potencializar a vocação gastronômica da rota que envolve 19 municípios da Zona da Mata norte-pernambucana com aspectos histórico-culturais, ecológicos, religiosos e gastronômicos. Atualmente, a capital pernambucana já é considerada o terceiro pólo gastronômico do país e do Nordeste (ABRASEL, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes e Serviços de Lazer).

A Abrasel criou o Brasil Sabor - o maior festival gastronômico do país, segundo a própria entidade. O evento tem parceria do Ministério do Turismo e do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), que desde 2003 realiza projetos com a Abrasel para melhorar a qualidade e incrementar a competitividade entre os estabelecimentos. "O turismo é uma atividade econômica de extrema importância, e a gastronomia como produto associado ao turismo toma uma feição mais robusta", explica o consultor de Turismo do Sebrae, Dival Schmidt. "*A gastronomia pode agregar valor a um roteiro ou até ser o próprio roteiro*" (MOREIRA, 2007, p.17).

Turismo gastronômico não é apenas ir a restaurantes que preparam comida regional brasileira e comer. É algo mais. É visitar as zonas de produção; ver como se prepara um queijo, seja ele de coalho, no Nordeste, ou o queijo minas, em Minas Gerais. É acompanhar de perto a produção de uma boa cachaça artesanal nos alambiques do Brasil, e ver, em uma ilha do Rio Amazonas, no Amapá, como a comunidade ribeirinha pesca o pitu, espécie de camarão graúdo, com garras, que mais parece uma estranha lagosta. (CTUR, 2007).

Os festivais gastronômicos realizados em vários municípios de Goiás são eventos de fundamental importância para o turismo gastronômico do estado. Visam à divulgação e valorização da cultura local. Significa também a vinda de *chefs* renomados, para que os profissionais da região possam ter a oportunidade de estar em contato com o que vem acontecendo na área gastronômica dos grandes centros, bem como pesquisar e difundir outras possibilidades que o cerrado oferece, atraindo, assim, turistas do mundo inteiro para conferir o resultado do trabalho dos profissionais (AGETUR – Agência Goiânia de Turismo, 2007).

Além disso, a partir da criação e divulgação da expressão “os prazeres da boa mesa”, os assuntos e os acontecimentos que envolvem gastronomia têm contado com o interesse da mídia de uma forma geral e vem atraindo cada vez mais um público de qualidade para estes eventos, em busca de conhecimento sobre a gastronomia da região e da oportunidade de apreciar os sabores da culinária local (AGETUR - Agência Goiana de Turismo, 2007).

Além dos casos descritos, ainda é possível observar, no Brasil, diversas outras iniciativas que visam a promover o turismo gastronômico, como a Festa do Pequi, em Montes Claros-MG, o Festival de Gastronomia de Parati-RJ, entre outros.

Segundo Azambuja (2000), inúmeras cidades e regiões aproveitam-se de suas raízes, tradições e expressão cultural traduzidas na culinária, ofertando um produto diferenciado e a possibilidade de criação de roteiros gastronômicos, com o aproveitamento de recursos locais e interação e aumento da percepção do turista em relação a uma localidade ou região. Também proporciona o desenvolvimento de negócios relacionados ao ramo da alimentação, gerando trabalho e renda.

Já segundo Barreto e Senra (2001):

para agradar os turistas, adaptam-se receitas, mudam-se condimentos, até mesmo de tradicionais pratos da cozinha local, ou ainda mudam-se até os hábitos alimentares de uma região. A dualidade decorre do comportamento do turista, que pode ser curioso, ávido de conhecer a culinária local, ou o turista arraigado a suas tradições resistente ao exótico e desconhecido. (BARRETO; SENRA, 2001, p.391)

3.4 O Bioma Cerrado, fauna e flora com potencial gastronômico e produtos já consolidados

A riqueza do cerrado proporciona os mais variados produtos gastronômicos, culturalmente importantes e com apelo turístico devido à sua especificidade.

O cerrado, considerado a maior savana do mundo, está altamente ameaçado devido à agropecuária em seu território. Mesmo assim possui índices altíssimos de biodiversidade, o que o classifica como um Hotspot, ou seja, um território onde existe uma grande riqueza de diversidade biológica e ao mesmo tempo é muito ameaçado (Instituto Sócio Ambiental, 2008).

Em pleno século 21, o cerrado - segundo maior ecossistema brasileiro em extensão - mostra duas realidades: o enorme potencial para produção de alimentos, destacando-se como uma das maiores fronteiras agrícolas do mundo; e, por outro lado, a enorme biodiversidade, comparável à da Floresta Amazônica e ainda pouco conhecida, conforme Silva *et al.* (2001).

Segundo Brandão, Carvalho e Jesué (2001), o Cerrado é um bioma que ocupa uma área de mais de dois milhões de quilômetros quadrados no Brasil, 80% desta área localiza-se nos estados de Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Tocantins, além do Distrito Federal. É importante ressaltar que o cerrado não se trata de uma cobertura vegetal

uniforme, pois o cerrado é um complexo vegetacional, onde são encontradas desde formações campestres até florestais, passando gradualmente ou bruscamente de uma para outra.



FIGURA 1 - Mapa do Bioma Cerrado*

Fonte: Embrapa, 2007 (www.unb.br consultado em 03/12/2008)

* Mapa mostrando o Bioma Cerrado onde estão inseridas as cidades pesquisadas, em Minas Gerais, Belo Horizonte e Montes Claros e em Goiás, Goiânia e Pirenópolis.

Quatorze espécies de fruteiras do cerrado são mais utilizadas pela população rural: araticum, baru, buriti, cagaita, cajuzinho, gueroba, jatobá, macaúba, mangaba, maracujá, murici, pimenta de macaco, pequi e xixá. Essa cultura alimentar vem sendo repassada às novas gerações mesmo com a expansão da fronteira agropecuária e com o fato de novos hábitos terem reduzido essas frutas do cardápio regional. Elas são consumidas *in natura* ou em forma de pratos doces e salgados: bolos, geléias, sucos, vinhos, licores, sorvetes, recheios, pudins, tortas, pães, biscoitos, farinhas, patês, conserva e condimentos. Na estação das chuvas sempre há fartura das frutas. (ALMEIDA, RIBEIRO e MEIRELLES, 2006)

No cerrado existe uma grande variedade de frutos saborosos, que possuem grande quantidade de açúcares, vitaminas e sais minerais. Os frutos nativos do cerrado são coletados de forma extrativista e predatória. Na maioria das vezes, são comercializados e consumidos *in natura* ou beneficiados artesanalmente pela indústria caseira na forma de geléias, sovertes, doces, sucos, licores e outros. (SILVA et al., 2001). O QUADRO 2 mostra a diversidade de frutos comestíveis do cerrado, assim como as suas principais formas de utilização.

Concordando com Silva (2001), através das análises químicas realizadas nas frutas do cerrado constata-se a grande quantidade de nutrientes para a população e para os animais silvestres. Destacam-se em: proteína (amêndoa do baru, 24 g; farinha de jatobá, 6 g; e polpa do pequi, 2 g); Caroteno (polpa do Buriti, 16 mg; e de pequi, 7 mg); Vitamina C (polpas de pequi, 79mg; buriti, 76 mg; e mangaba, 71 mg); Cálcio (amêndoa do baru, 190 mg; polpa de buriti, 172 mg; farinha de jatobá, 92 mg; e cagaita, 6 mg), ainda se pode citar o fósforo, o magnésio, ácidos graxos monoinsaturados e poliinsaturados que aparecem no jatobá, cagaita, baru, buriti, araticum e outras frutas. Isso mostra que as frutas do cerrado são um verdadeiro banco de nutrientes (ALMEIDA, RIBEIRO e MEIRELLES, 2006).

O pequi - por sua relevância no cerrado - merece um destaque especial. De acordo com Ribeiro (2000), o pequi não é um monarca que domina toda a paisagem do cerrado, como ocorre, por exemplo, com o eucalipto na Austrália com suas várias espécies que representam mais de 90% da cobertura vegetal, conforme Shiva e Bandyopadhyay¹¹ (*apud* RIBEIRO, 2000). Nem poderia ser diferente devido ao fato de o Brasil ser considerado um país de mega biodiversidade.

¹¹ SHIVA, Vandana e BANDYOPADHYAY, J. **Inventário Ecológico sobre o cultivo do eucalipto**. Belo Horizonte: Comissão Pastoral da Terra de Minas Gerais, 1991.

QUADRO 2
Seleção de Frutas do Cerrado (continua)

Nome da Fruta	Nome Científico	Outros Nomes	Consumo ¹
Amora-preta	<i>Rubus brasilienses</i>	Amora-do-mato e amora-nativa.	Polpa: nat; gel
Ananás	<i>Ananás ananassoides</i>	Ananás, abacaxi nativo.	Polpa: inat; doc, gel, suc; lic.
Araçá	<i>Psidium firmum</i>		Polpa: nat; gel
Araticum	<i>Annona crassiflora</i>	Marolo e bruto.	Polpa: nat; sor; suc; gel; doc; lic; rec
Araticum-de-casca-lisa	<i>Annona coriacea</i>	Araticum-coração-de-boi.	Polpa: nat, sor, suc, gel, doc, lic, rec
Araticum-rasteiro	<i>Annona pygmaea</i>	Araticum-de-moita e araticum-do-campo.	Polpa: nat
Araticum-tomentoso	<i>Annona tomentosa</i>		Polpa: nat
Babaçu	<i>Orbygnia phalerata</i>	Coco-de-macaco.	Polpa: far, bol, min - Amêndoa: nat, doc, paç, far.
Bacupari	<i>Salacia campestris Peyer</i>		Polpa: nat, suc
Banha-de-galinha	<i>Swartzia langsdorfii</i>	Banana-de-papagaio e pacova-de-macaco.	Polpa: nat
Baru	<i>Dypterix alata</i>	Cumbaru.	Polpa: nat, doc, gel - Amêndoa: tor, doc e paç.
Buriti	<i>Mauritia viniofera</i>		Polpa: nat, gel, suc, vit
Cagaita	<i>Eugenia dysenterica</i>		Polpa: nat, sor, suc, gel, lic
Cajuzinho-do-cerrado	<i>Spondia lútea</i>		Polpa: nat, suc, mus, sor, lic
Caju-de-árvore-do-cerrado	<i>Anacardium othonianum</i>		Polpa: nat, suc, lic, doc – Castanha: tor, paç
Caju-rasteiro	<i>Anacardium pumilum</i>	Caju-de-moita, caju-mirim, cajuf.	Polpa: nat, suc, doc – Castanha: tor, paç, doc
Cajuzinho-do-cerrado	<i>Anacardium humile</i>	Cajuf.	Polpa: nat, suc, lic, doc – Castanha: tor
hichá	<i>Sterculia striata</i>	Xixá.	Noz (semente): nat, tor,
Coquinho-do-cerrado	<i>Syagrus flexuosa</i>	Palmerinha-do-cerrado.	Polpa: nat - amêndoa: nat
Croadinha	<i>Mourici elliptica</i>	Croada, cora-de-frade.	Polpa: nat
Curriola	<i>Pouteria ramiflora</i>	Grão-de-galo e massaranduba.	Polpa: nat, gel, e beb
Fruto-de-tatu	<i>Crhysophyllum soboliferum</i>		Polpa: nat, suc.
Gabiroba	<i>Compomanesia cambessedean</i>	Gabiroba-do-campo e guariva.	Polpa: nat, suc e gel
Gravatá	<i>Bromélia balansae</i>	Caraguatá	Polpa: nat, doc
Guapeva	<i>Pouteira guardneriana</i>	Pêssego-do-campo e cabo-de-macaco.	Polpa: nat
Guariroba	<i>Syagrus oleracea</i>	Coco-guariroba, palmito-amargo, gueroba.	Polpa: nat – Amêndoa: nat, doc Palmito: cul (com arroz, omeletes e bacalhau)
Ingá-do-cerrado	<i>Ingá laurina</i>	Angá.	Polpa: nat

QUADRO 2
Seleção de Frutas do Cerrado (continua)

Nome da Fruta	Nome Científico	Outros Nomes	Consumo ¹
Jacaratiá	<i>Jacaratiá heptaphylla</i> .	Mamão-nativo-de-árvore, mamão-de-veado e mamão-de-espinho.	Polpa: nat e gel
Jatobá-do-cerrado	<i>Hymenaea stignocarpa</i>	Jataí, jutaí.	Polpa: nat, gel, lic e far para bol, pães e mingaus.
Jatobá-da-mata	<i>Hymenaea stilbocarpa</i>	Jataí, jutaí.	Polpa: nat, gel, lic e far para bol, pães e mingaus.
Jenipapo	<i>Genipa americana</i>		Polpa: nat, suc, lic e doc
Jerivá	<i>Syagrus romanzoffiana</i>	Baba-de-boi, coco-babão.	Polpa: nat e Amêndoa: nat. Palmito: cul (como a guariroba).
Lobeira	<i>Solanum lycocarpum</i>	Fruto-de-lobo	Polpa: gel
Macaúba	<i>Acrocomia aculeata</i>	Bocaiúva e coco-babão.	Polpa: nat, doc e gel; Amêndoa: nat, doc e Palmito: cul (com frango). Óleo da castanha: coz
Mama-cadela	<i>Brosimum gaudichaudii</i>	Algodãozinho e irerê.	Polpa: nat, doc e beb
Mangaba	<i>Hancornia spp.</i>		Polpa: nat e casca fina: nat, gel, sor, doc e lic
Maracujá-de-cobra	<i>Passiflora coccínea</i>	Tome-açu.	Polpa: nat, doc, sor, mus e suc.
Maracujá-do-cerrado	<i>Passiflora cincinnata</i>	Maracujá-do-mato.	Polpa: nat, doc, sor, mus e suc.
Maracujá-doce	<i>Passiflora alata</i>		Polpa: nat, gel, doc, suc e sor
Maracujá-nativo	<i>Passiflora setacea</i>	Maracujá-da-caatinga e maracujá- sururuca.	Polpa: nat, doc e suc
Maracujá-roxo	<i>Passiflora edulis</i>	Maracujá-nativo.	Polpa:nat, gel, doc, suc e sor
Marmelada-de-bezerro	<i>Alibertia edulis</i>	Marmelada-nativa.	Polpa: nat, gel e doc
Marmelada-de-cachorro	<i>Alibertia sessilis</i>	Marmelada-nativa.	Polpa: nat, gel
Marmelada-de-pinto	<i>Alibertia elliptica</i>	Marmelada-nativa.	Polpa: nat
Melancia-do-cerrado	<i>Melancium campestre</i>	Melancia-do-campo, cabacinha.	Polpa: suc
Murici	<i>Byrsonima verbascifolia</i>		Polpa:nat, suc, lic, gel e doc
Palmito-da-mata	<i>Euterpe edulis</i>	Palmiteiro, içara, ripeira, palmito-doce, açai-do-cerrado.	Polpa: suc e sor. Palmito doce: cul (ex. frango com palmito).
Pequi	<i>Caryocar brasiliense</i>	Piqui	Polpa: cul (com arroz, frango e guariroba); Óleo: fri, cód Amêndoa: óleo e torrada.
Pequi-anão	<i>Caryocar brasiliense intermedium</i>	Pequi-rasteiro e pequi-de-moita.	Polpa: cód para carne, arroz, frango, feijão e doc Óleo: frit
Pêra-do-cerrado	<i>Eugenia Klostzchiana</i>		Polpa: nat, suc e gel
Perinha	<i>Eugenia lutescens</i>		Polpa: nat, suc e gel

QUADRO 2
Seleção de Frutas do Cerrado (conclusão)

Nome da Fruta	Nome Científico	Outros Nomes	Consumo ¹
Pimenta-de-macaco	<i>Xilopia aromatica</i>	Pimenta-de-bugre.	Fruto, casca e sementes: cód
Pitanga-vermelha	<i>Eugenia calycina</i>		Polpa: nat, suc e gel
Pitomba-do-cerrado	<i>Talisia esculenta</i>	Pitomba-do-mato, pitomba-de-macaco.	Polpa: nat, suc
Puçá	<i>Mouriri pusa</i>	Mandapuçá e jaboticaba-do-campo	Polpa: nat.
Saputá	<i>Salacia elliptica</i>	Bacupari-da-mata	Polpa: nat
Tucum-do-cerrado	<i>Bactris sp.</i>	Tuum, tucum-do-campo e uva-da-terra.	Polpa: nat, suc, sor, gel, vinhos e vinagre.
Uva-do-cerrado	<i>Vitis sp.</i>	Uva-nativa, uva-da-serra e uva-do-campo	Polpa: nat, gel

Legenda – Consumo: (nat-in natura; gel-geléia; doc- doces; suc-sucos; beb-bebidas; lic-licores; sor-sorvete; far-farinha; rec-recheio para bolos e outros; bol-bolos; paç-paçoca; ol-óleo; vit-vitamina; cód-condimento; min-mingaus; mus-musse; cul-culinária; coz-cozinhar; fri-frituras)

Fonte: Adaptado de Silva et al (2001)

A importância do pequi no cerrado pode estar relacionada com a sua ocorrência no bioma. Um estudo realizado em 197 municípios mineiros sobre a presença de frutíferas no cerrado demonstrou que o pequi foi encontrado em 105 destes municípios e ficou em quarto lugar entre as 32 espécies pesquisadas, conforme Laca-Buendia *et al.*(1998). É importante ressaltar que entre as três primeiras espécies colocadas, apenas o jatobá-do-cerrado tem importância semelhante na alimentação regional, com presença em 117 municípios. Já as outras duas - a pimenta de macaco e a mamica-de-cadela - não possuem a mesma significação em termos de uso pela população sertaneja local.

A presença do pequi estende-se também por outros estados, como Goiás, Mato Grosso, São Paulo, Tocantins, Bahia, Ceará, Piauí, Pará, Maranhão e até no Rio de Janeiro (ALMEIDA, *et al.*, 1988, *apud* RIBEIRO, 2000).¹²

De acordo com Brandão, M.; Carvalho, P.G.S.; Jesué, G. (2001, p.73), os nomes populares do pequi são: pequi, piqui, pequiá, pequerim, amêndoa-de-espinho, grão de cavalo, suari, entre outros. Tem como nome científico *Caryocar brasiliense Camb* e é uma árvore de porte, frondosa, esgalhada e de súber espesso, escuro e fendido. Tem folhas opostas, compostas de três folíolos ovais, recoberta com pêlos curtos, claros, tendo as nervuras bem marcadas. As flores são belas, brancas, grandes e com muitos estames. O fruto é carnoso, de tamanho variado, com polpa alaranjada, tendo a parede interna espinhosa; não se abre durante a maturação. Possui sementes arredondadas e oleaginosas. A época de floração vai de

¹² ALMEIDA, Semirames. *et al.* **Cerrado: espécies vegetais úteis**. Planaltina: EMBRAPA-CPAC, 1998.

setembro a novembro e a frutificação vai de novembro a fevereiro. Propaga-se por meio de sementes e raízes geminíferas. Lorenzi *et al* (2006, p.111) acrescentam que o pequi “*é uma angiosperma da família Caryocaraceae e tem como característica ser uma árvore frutífera, amplamente encontrada em seu habitat natural no cerrado*”.

É importante ressaltar que o pequi é uma espécie protegida por Lei, pela portaria número 54, de 05/03/87, do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Florestal (IBDF), que impede seu corte e a comercialização da madeira em todo o território nacional, e também pela Lei Estadual 10.883, de 02/10/1992.

A intensa utilização tem contribuído para a diminuição da espécie. Existe também a crença popular de que as sementes não germinam, que possuem sensibilidade ao fogo e muitas outras. Todo o pequizeiro pode ser utilizado: sua raiz é tóxica e, quando macerada, serve para matar peixes; sua madeira fornece dormentes, postes, peças de carro-de-boi; suas cinzas têm potassa, utilizada na confecção de sabões caseiros; suas folhas são adstringentes e estimulam a secreção da bÍlis; seu fruto produz óleo, empregado como condimento em arroz e carnes. Também ainda é rico em proteínas, açúcares, vitamina A, sais de cálcio, ferro e cobre. É empregado no combate a gripes e resfriados; suas sementes fornecem óleo (manteiga de pequiá), com propriedades aromáticas, e ainda é utilizado na preparação de licores. Sua casca ou súber fornece tinta, de cor acastanhada, utilizada por artesãos no tingimento de algodão e lã.

Silva (2000) observa como o pequi é apreciado nas regiões onde ocorre: o arroz, o frango e o feijão cozidos com pequi são pratos fortes da culinária regional. Há, ainda, o licor de fama nacional e uma boa variedade de receitas doces. Mesmo assim, existem pessoas que não podem nem mesmo sentir o penetrante cheiro do fruto maduro. Outras, no entanto, apreciam a iguaria, consumindo-o em grandes quantidades. Atualmente, pode-se obter o pequi congelado, ou sua polpa em conserva, mas seus amantes dizem que não há nada como degustá-lo na época de maturação (SILVA,2000).

Ainda segundo Silva (2000), observa-se que o pequi produz, também, uma excelente madeira utilizada na produção do carvão vegetal que tem sido largamente explorada, gerando grande diminuição dos pequizeiros no cerrado. Dessa maneira, a árvore de frutos tão apreciados corre risco de extinção. A EMBRAPA, com seu centro de pesquisas agropecuárias do cerrado, em Brasília, vem tentando salvar o pequizeiro, bem como outras plantas nativas. Tem como objetivo buscar uma exploração racional do pequizeiro, utilizando-o principalmente em áreas de reflorestamento (SILVA, 2000).

Como curiosidade pode-se observar que, desde a pré-história, já eram consumidos produtos da biodiversidade do cerrado, conforme Prous (1992). O estudo da alimentação pré-histórica é particularmente difícil, já que está relacionada com matérias altamente perecíveis (vestígios alimentares), principalmente vegetais utilizados. Logo, para esses estudos arqueológicos é necessário buscar vestígios indiretos. Existem raras plantas como frutas e sementes mais ricas em nutrientes, que os vestígios arqueológicos e os registros etnográficos mostram ter tido grande importância. Entre elas está relacionado o pequi.

Descobertas de vestígios alimentares do período Arcaico demonstram uma utilização preferencial dos recursos do cerrado: frutos do cerrado são abundantes desde o início do Arcaico Médio; as proteínas animais eram relativamente escassas, os animais gregários e de maior parte não eram consumidos; há vestígios esqueléticos nos quais os dentes confirmam uma dieta predominantemente de origem vegetal. Em Santana do Riacho, cadáveres pré-históricos sepultados tinham grande quantidade de sementes, como caroços de pequi queimados. (PROUS, 1992)

Produtos de origem animal do cerrado também têm potencial gastronômico. O QUADRO 3 a seguir mostra algumas espécies importantes.

QUADRO 3
Espécies da Fauna do cerrado

Algumas Espécies da Fauna do Cerrado com Importância Gastronômica	
Nome Científico	Nome Popular
AVES (Classe)	
RHEIFORMES	
RHEIDAE	
<i>Rhea americana</i>	ema
TINAMIFORMES	
TINAMIDAE	
<i>Nothura maculosa</i>	codorna
<i>Rhynchotus rufescens</i>	perdiz
MAMÍFEROS (Classe)	
ARTIODACTYLA (Ordem)	
CERVIDAE (Família)	
<i>Mazama americana</i> (Espécie)	veado mateiro
<i>Mazama gouazoubira</i>	catingueiro
<i>Ozotoceros bezoarticus</i>	veado- campeiro
TAYASSUIDAE	
<i>Tayassu pecari</i>	queixada
<i>Tayassu tajacu</i>	caietu
EDENTATA	
DASYPODIDAE	
<i>Dasyus novemcinctus</i>	tatu- galinha
<i>Priodontes maximus</i>	tatu- canastra
LAGOMORPHA	
LEPOIDAE	
<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	tapiti
RODENTIA	
AGOUTIDAE	
<i>Agouti paca</i>	paca

Fonte: Adaptado de Coutinho M. Leopoldo. (2000)

Mesmo com todo esse potencial gastronômico, tanto o cerrado como todos os outros ecossistemas brasileiros não podem utilizar esses recursos indiscriminadamente. Para isso são necessários criatórios comerciais legalizados pelo IBAMA.

O IBAMA, a partir de 1993, publicou diversas portarias e instruções normativas, com o intuito de ordenar a criação de animais silvestres em cativeiro: nasciam assim os chamados criadouros de animais silvestres. A existência desses criadouros é prevista na Lei de Proteção à Fauna - Lei nº 5197/67; na Lei de Crimes Ambientais - Lei nº 9605/98; e no Decreto que regulamentou essa Lei, o Decreto nº 3179/99. O instrumento que regula os criatórios comerciais é: Portaria nº 118/97 - Criadouros Comerciais. Tem por objetivo a produção das espécies para fins de comércio, seja do próprio animal ou de seus produtos e subprodutos. A ema, a paca, o caietu e a queixada são exemplos de espécies da fauna do cerrado com criatórios legalizados com a finalidade de produção e comercialização de carne (<http://www.ibama.gov.br/fauna/criadores.php>). Há também a Portaria 102/98 – Criadouros Comerciais da Fauna Exótica – que regulamenta a criação de animais exóticos, ou seja, animais provenientes de outros países, como os javalis. (<http://www.ibama.gov.br/fauna/criadores.php>).

De acordo com Vaughan (1999), é importante haver coerência entre as políticas públicas e a legislação nas unidades de conservação ambiental para atingir a real proteção ambiental, pois o que se observa hoje em vários países é a dificuldade de colocar em prática a participação das comunidades locais nos processos de decisão, seja por ausência de legislação pertinente, seja por ineficiência do sistema jurídico. Isso facilita o desinteresse da sociedade em conservar o meio ambiente.

Hoje já é possível encontrar restaurantes finos que servem carnes exóticas de animais silvestres do cerrado, como a ema, a queixada e a paca. Empresas se especializaram na venda de animais silvestre, como é o caso da Pró-Fauna Assessoria e Comércio, uma empresa pioneira no Brasil especializada na criação e produção de animais silvestres. A Pró-Fauna surgiu da necessidade de proteger e conservar espécies silvestres por meio da exploração racional, gerando recursos financeiros e maximizando a produção das propriedades rurais brasileiras. (Jornal regional agrícola on line, 2002)

Na produção sustentável, uma estratégia de conservação do cerrado, diversos produtos gastronômicos em organizações de produtores já são uma realidade no cerrado. Entre eles podem-se citar o baru, o pequi, o babaçu e a macaúba, o mel do cerrado, polpas, sucos e frutas desidratadas, conservas geléias e doce, chás, condimentos, licores, farinha de jatobá, paçoca de carne de queixada, óleo de macaúba e outros. Diversos projetos e associações estão

envolvidos na produção desses produtos, como os Apicultores do Bico do Papagaio (ABIPA), em Axixa dos Tocantins – TO; o Centro de Tecnologia Agroecológica de Pequenos Agricultores (AGROTEC), em Diorama – GO; a Cooperativa dos Produtores Rurais e Catadores de Pequi (COOPERJAP), em Japonvar – MG; o Empório do Cerrado, marca criada para dar identidade aos produtos da rede de comercialização solidária de agricultores, familiares e extrativistas do cerrado em Goiânia – GO; o Centro de Estudos e Exploração Sustentável do Cerrado (CENESC), que busca desenvolver e disseminar tecnologias apropriadas para o uso sustentável do cerrado em Pirenópolis – GO; a Cooperativa Grande Sertão, que busca condições de inserir no mercado os produtos nativos da região e a produção de pequenos agricultores em Montes Claros – MG, entre outros. (ICV, SD)



FIGURA 2 - Unidade de beneficiamento do pequi em Japonvar, Minas Gerais

Fonte:Disponível em: www.sebrae.com.br Acesso em: 03 dez. 2008

4. METODOLOGIA

Este trabalho, de abordagem qualitativa, teve como procedimento técnico inicial a pesquisa bibliográfica e documental. Essas pesquisas iniciais permitiram avaliar os principais frutos do cerrado e detectar aqueles com maior potencial gastronômico com importância para contribuir para o desenvolvimento do turismo gastronômico. De uma lista com 58 frutos, descritos por Silva (2001), foram escolhidos 10 frutos (amora-preta, ananás, araticum, baru, buriti, cajuzinho do cerrado, guariroba, palmito da mata, pequi e perado cerrado), são frutos de grande ocorrência no cerrado e com maior relevância gastronômica para realização da pesquisa com o que foi denominado grupo de especialistas.

O grupo de especialistas é composto por pessoas com notório conhecimento em gastronomia e turismo envolvidas com atividades turísticas, meio acadêmicos e com estabelecimentos de alimentos e bebidas. Esse grupo foi dividido nos seguintes subgrupos:

- Experts – fazem parte deste subgrupo as pessoas que trabalham diretamente com a gastronomia prática, como *chefs* executivos, *chefs* de cozinha, chefes de partida e cozinheiros.

- Gestores – neste subgrupo estão as pessoas mais envolvidas com a gestão de empreendimentos gastronômicos, como administradores e proprietários de restaurantes e outros.

- Acadêmicos – compõem este subgrupo as pessoas vinculadas ao meio acadêmico, como professor e/ou pesquisador.

Para a pesquisa de campo elaborou-se um questionário com questões abertas e fechadas de conteúdos opinativos e avaliativos. Esse tipo de pesquisa, de acordo com Dencker (2003), viabiliza a comunicação verbal entre duas ou mais pessoas, com um grau de instrução previamente definido, cuja finalidade é a obtenção de informações para a pesquisa.

O objetivo do questionário foi obter informações que permitissem avaliar o potencial de utilização dos produtos do cerrado como atrativo turístico. Buscou-se também avaliar a condição dos recursos gastronômicos do cerrado, de acordo com a aceitação do público em relação aos ingredientes e a facilidade ou dificuldade de obtenção desses recursos.

As questões de cunho avaliativo foram adaptadas de Falcón e Gozáles (2003), que executaram uma pesquisa com especialistas, com entrevistas para detectar o potencial turístico de um destino atribuindo uma avaliação de 1 a 5. O modelo do questionário encontra-se nos apêndices.

A pesquisa de campo constou da aplicação dos questionários aos especialistas e também da observação participante do pesquisador. A pesquisa foi realizada nas cidades de Belo

Horizonte, Montes Claros, Goiânia e Pirenópolis devido à magnitude do cerrado em Minas Gerais e Goiás. Uma lacuna neste aspecto foi a não inclusão de Brasília por fatores limitantes de tempo e recursos financeiros. Nesses locais foi levantada a oferta gastronômica com utilização de produtos do cerrado existentes. A cidade de Belo Horizonte, mesmo sendo uma região transitória entre mata atlântica e cerrado, foi escolhida devido à sua relevância no turismo brasileiro como um dos principais destinos de turismo de eventos e negócios. A cidade destaca-se também pela grande oferta de cursos acadêmicos e desenvolvimento de pesquisas nas diversas áreas relacionadas ao turismo, assim como pela qualidade de sua gastronomia.

Os dados do questionário foram coletados *in loco* ou por meio de telefone e e-mail no período de julho de 2007 em Goiânia e Pirenópolis, e em setembro de 2007 em Montes Claros e Belo Horizonte. Na etapa final foram analisados os resultados obtidos com a pesquisa e descrito o potencial dos produtos do cerrado como motivador do turismo gastronômico.

5. LOCAIS PESQUISADOS

Quatro municípios foram pesquisados, devido à facilidade de obter dados e também pela ocorrência abundante do cerrado. Devido à utilização desses municípios como objeto de estudo foi feita uma breve descrição das cidades pesquisadas: Pirenópolis, Goiânia, Belo Horizonte e Montes Claros.

A cidade de Pirenópolis (figura3), localizada próxima a Goiânia e a Brasília, reúne um grande patrimônio arquitetônico e diversas atrações, entre elas, suas cachoeiras, a festa do Divino Espírito Santo, na qual os visitantes lotam as ruas para ver a apresentação da cavallhada, diversas cachoeiras, hotéis, pousadas, bares e restaurantes (Guia Quatro Rodas, 2008). Até 2007 a população era de 20.460 habitantes e um PIB *per capita* de 4.923 reais (IBGE, 2008).

Sua população em 2007 era de 20.460 habitantes e o Produto Interno Bruto de 2005 foi 94.391 mil reais. Sua área de unidade territorial tem 2.228km² (Guia Quatro Rodas, 2008).



FIGURA 3 - Vista de telhado colonial com detalhe da Igreja Matriz de Pirenópolis.

Fonte: Nozor (2008¹³)

¹³ Nozor. Nome de arquivo: Telhados I P&B.jpg. Fotografado em 29/04/2008. Disponível em: <http://picasaweb.google.com/nozor45/PiriJazzFestival#5213974428129015138>. Acesso em: 01 dez 2008.

Goiânia (Figura4) é a cidade planejada para ser capital de Goiás e está localizada a 211km de Brasília. A população em 2007 era de 1.244.645 habitantes, O Produto Interno Bruto, *per capita*, em 2006 foi 13.006 reais (IBGE, 2008). A capital goiana tem avenidas largas, arborizadas e bem-sinalizadas, e registra um crescimento de hotéis e restaurantes. Exemplos disso são os hotéis Blue Tree, Sleep Inn e os restaurantes Hakone e Dalai Pratos do Mundo. Dentre as principais atrações podem-se citar: Memorial do Cerrado, Museu Goiano Zoroastro Artiaga, Zoológico e o passeio Santa Branca Ecoturismo (Guia Quatro Rodas, 2008).



FIGURA 4 - Paisagem de Goiânia

Fonte: Câmera F. (2005)¹⁴

Belo Horizonte (Figura5) é a capital de Minas Gerais, tem localização privilegiada entre o eixo Rio de Janeiro e São Paulo, grande potencial para o turismo de negócios, contando com o centro de eventos Expominas, um dos maiores da América Latina. Mas, segundo a Belotur, Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte, 34,7% dos visitantes de Belo Horizonte vêm a lazer (Guia Quatro Rodas, 2008).

¹⁴ CÂMARA, Felipe. Nome do arquivo: **Lugares e paisagens**. Fotografado em 18/05/2008. Disponível em: <http://baixaki.ig.com.br/.../1569-Goiania-GO.htm>. Acesso em: 3 dez. 2008.

A capital de Minas Gerais está localizada a 747km de Brasília; 444km do Rio de Janeiro e 602km de São Paulo. Sua população em 2007 era de 2.412.937 habitantes, seu Produto Interno Bruto em 2005 foi de 28.386.694 mil reais e sua área de unidade territorial tem 331km² (IBGE, 2008).



FIGURA 5 - Igreja da Pampulha

Fonte: Belotur-Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte S/A ¹⁵

¹⁵ BELOTUR. Disponível em: www.pbh.gov.br/belotur/index2.htm. Consultado em: 03 dez. 2008.

Montes Claros (Figura6) é a maior cidade do norte de Minas Gerais. É um importante entroncamento rodoviário que liga o estado às regiões Centro-Oeste e Nordeste. Está localizada a 428km da capital mineira Belo Horizonte, tem como principais atrações o mercado municipal e a avenida sanitária com seus diversos bares e restaurantes (Guia Quatro Rodas, 2008). A população em 2007 era de 352.384 habitantes, seu Produto Interno Bruto *per capita* foi de 7.881 reais (IBGE, 2008).



FIGURA 6 - Vista da Igreja Matriz de Montes Claros.

Fonte: Alencar J. (2008)¹⁶

¹⁶ Alencar J. Disponível em: <http://www.onorte.net/noticias.php?id=13332> . Acesso em: 3 dez. 2008.

6. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo apresentam-se o perfil dos entrevistados e os demais resultados da pesquisa.

6.1 Locais e categorias dos entrevistados

A TAB. 1 mostra o número de entrevistados nas cidades pesquisadas: Goiânia, Pirenópolis, Montes Claros e Belo Horizonte.

TABELA 1 O número de entrevistados nas cidades pesquisadas

Local	Experts	Gestores	Acadêmicos	Total
Goiânia	2	3	1	6
Pirenópolis	2	0	0	2
Montes Claros	0	5	2	7
Belo Horizonte	7	1	8	16
Total	11	9	11	31

Fonte: Dados da Pesquisa

6.2 Perfil dos entrevistados

Entre os *experts*, dois são do sexo feminino (18,2%) e nove do sexo masculino (81,8%), em um total de 11 entrevistados correspondendo a 100%. Deste total, sete são de Belo Horizonte (63,6%), devido à facilidade de obter esse tipo de informação nesta cidade; dois são de Pirenópolis (18,2%); e dois são de Goiânia (18,2%). Com relação à experiência na área gastronômica, o resultado indica até cinco anos de experiência para dois representantes (18,2%), entre cinco e 10 anos para quatro representantes (36,4%) e mais de 10 anos para cinco entrevistados (45,4%).

Quanto à experiência em outras áreas, quatro deles têm experiência em empresa particular (36,4%) e sete não têm experiência em outras áreas (63,5%). Quanto ao cargo, um dos entrevistados trabalha na administração pública (9,1%), sete trabalham como chefes de cozinha (63,6%) e três são sócios-proprietários (27,3%). O item escolaridade mostrou que três dos entrevistados têm até segundo grau (27,3%), um é especialista (9,1%), cinco têm curso superior (45,4%) e dois têm curso técnico ligado à área gastronômica (18,2%).

Dentre os gestores, dois são do sexo feminino (22,2%) e sete são do sexo masculino (77,8%), em um total de nove entrevistados totalizando os 100%. A origem dos gestores entrevistados é: um de Belo Horizonte, uma percentagem de (11,1%); cinco de Montes Claros (55,6%); e três de Goiânia (33,3%). Com relação à experiência dos gestores na gastronomia, um tem até cinco anos de experiência (11,1%), três têm experiência de cinco a 10 anos (33,3%) e cinco têm mais de 10 anos de experiência (55,6%). Quando questionados se tinham experiência em outras áreas, sete responderam ter experiência em empresas particulares (77,8%) e dois não possuem experiência em outras áreas (22,2%). Quanto ao cargo, cinco são empresários (55,56%), três são funcionários ou gestores da empresa privada (33,3%), e um ocupa outros cargos (11,1%). E quanto à escolaridade, cinco possuem até segundo grau (55,6%), um é especialista (11,1%), dois têm curso superior (22, 2%) e um tem curso técnico (11,1%).

Observa-se que, entre *experts* e acadêmicos, às vezes os resultados podem ser parecidos devido a alguns *experts* serem proprietários e gestores do seu negócio.

O resultado da análise dos entrevistados acadêmicos demonstrou que seis são do sexo masculino, o que corresponde a 54,5%, e cinco do sexo feminino, correspondendo a 45,5%, em um total de 11 entrevistados correspondendo a 100%. A maioria das entrevistas foi realizada em Belo Horizonte, com um total de oito, correspondendo a (72,7%) dos entrevistados, seguido por Montes Claros, com dois representantes (18,2%), e Goiânia, com um representante (9,1%). Quanto à experiência acadêmica, dois dos entrevistados têm até cinco anos de experiência, correspondendo a 18,2%; quatro entrevistados têm de cinco a 10 anos de experiência, correspondendo a 36,4%; e cinco dos entrevistados têm mais de 10 anos de experiência, correspondendo a 45,4% dos entrevistados.

Quanto à experiência em outras áreas relacionadas ao turismo fora a academia, quatro dos entrevistados têm experiência em empresa particular, correspondendo a 36,36%; um tem em empresa pública, correspondendo a 8,3%; um tem em empresa pública e particular, correspondendo a 9,09%; e cinco não têm experiência fora da academia, correspondendo a 45,45%. Quanto ao cargo ocupado, três deles (27,3%) são coordenadores de curso, dois ocupam o cargo de diretor ou cargos superiores, correspondendo a 18,2%; um é pesquisador (9,1%); e cinco são professores (45,4%). Quanto à escolaridade dos acadêmicos, foram entrevistados um doutor (9,09%), seis especialistas (54,55%) e quatro mestres (36,36%). As TABs 2, 3 e 4 comparam a experiência gastronômica, os cargos e a escolaridade das três categorias pesquisadas.

TABELA 2 - Experiência gastronômica das três categorias

Experiência Gastronomia	Experts		Gestores		Acadêmicos	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Até 5 anos	2	18,2%	1	11,1%	2	18,2%
Entre 5 e 10 anos	4	36,4%	3	33,3%	4	36,4%
Mais de 10 anos	5	45,4%	5	55,6%	5	45,4%
Total geral	11	100,0%	9	100,0%	11	100,0%

Fonte: Dados da Pesquisa

TABELA 3 Cargo das três categorias

Cargo	Experts		Gestores		Acadêmicos	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Administração pública	1	9,1%	5	55,6%		
Chefe de cozinha	7	63,6%	3	33,3%		
Sócio proprietário	3	27,3%	1	11,1%		
Coordenadores de curso					3	27,3%
Diretor ou superior					2	18,2%
Pesquisador					1	9,1%
Professor					5	64,2%
Total geral	11	100,0%	9	100,0%	11	100,0%

Fonte: Dados da Pesquisa

TABELA 4 Escolaridade das três categorias

Escolaridade	Experts		Gestores		Acadêmicos	
	Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Doutor	x	x	x	x	1	9,1%
Mestre	x	x	x	x	4	36,6%
Especialista	1	9,1%	1	11,1%	6	54,5%
Superior	5	45,5%	2	22,2%	x	x
Técnico	2	18,2%	1	11,1%	x	x
Até o 2º grau	3	27,3%	5	55,6%	x	x
Total geral	11	100,0%	9	100,0%	11	100,0%

Fonte: Dados da Pesquisa

Observa-se que mais da metade dos gestores de negócios de alimentos e bebidas tinham até segundo grau. Já entre os *experts*, aproximadamente 45% tinham curso superior. Isso mostrou que os gestores têm menos vivência acadêmica que os chefes de cozinha e outros especialistas na área de alimentos e bebidas. Entre os acadêmicos, apenas um entrevistado tinha doutorado na área e a maioria era formada por especialistas, o que era esperado devido ao fato de as áreas de gastronomia e turismo, de onde foram coletadas grande parte das entrevistas, serem ainda áreas de conhecimento acadêmico recentes.

6.3 Experiência profissional em relação à biodiversidade do cerrado.

Questionados sobre suas experiências profissionais em relação à biodiversidade (produtos) do cerrado, 10 dos entrevistados não informaram se têm ou não este tipo de experiência.

Quanto ao local e ao tipo de formação e formação específica na área relacionada ao turismo e/ou a alimentos e bebidas: dois citaram ter apenas experiência profissional; quatro têm formação em gastronomia, sendo que um informou ter curso superior na área e experiência internacional de trabalho por oito meses na França, na região da Alsácia, no restaurante Arnsbourg, três estrelas no Guia Michelin¹⁷, e outro curso superior em gastronomia e especialista em Alimentos e Bebidas.

Três dos entrevistados são Cozinheiros Profissionais, formados pelo SENAC, sendo que um citou que estudou no Hotel Escola Grogotó SENAC-MG. Um dos entrevistados é Especialista em Alimentos e Bebidas e outro é formado em tecnologia em Negócios da Alimentação; dois têm graduação em Administração Hoteleira; um tem formação em eventos e experiência em BH, NY, São Francisco e Turim; três são Especialistas em Administração Hoteleira pelo SENAC-MG e UFJF/SENAC; um deles afirmou ter mestrado em economia familiar com trabalho desenvolvido na área de turismo e desenvolvimento econômico (UFV), além de destacar as atividades profissionais na área: professor na graduação e pós-graduação (UFOP, UFJF, UNIPAC); coordenador da área de hotelaria do SENAC; coordenador do curso de turismo (UNIPAC); presidente do conselho municipal de Turismo em Ipatinga-MG; organizador do I Festival de Gastronomia de Tiradentes (1998), dos I e II festivais de Gastronomia de Ipatinga (2001 e 2002) e do Festival da Cachaça de Ipatinga (2001).

Um dos entrevistados destaca a realização de Intercâmbio Cultural Brasil/Alemanha, sendo *chef* de cozinha, instrutor de formação profissional – hospitalidade SENAC/MG, tendo concluído curso superior de Gestão em Negócios da Alimentação e pós-graduação em Gastronomia e Saúde, além de ser professor universitário de Gastronomia.

Entre os entrevistados, um é graduado em Nutrição e outro em Engenharia de Alimentos, e outros seis são bacharéis em turismo/turismólogos. Entre os turismólogos, dois possuem as especializações: Gestão de Políticas Sociais e em Turismo e Desenvolvimento Sustentável (UFMG); e outro concluiu o mestrado em Geografia (UFMG). O entrevistado

¹⁷ O Guia Michelin, renomado guia de hotéis e restaurantes do mundo, classifica os restaurantes com nota máxima de três estrelas, seguido de duas estrelas e uma, ou “Espoirs” (em português, estrelas em ascensão). Disponível em: <http://www.michelin.com>. Acesso em: 20 nov. 2008

com título de doutoramento só informou que tem formação específica na área relacionada ao turismo e Alimentos e Bebidas e formação em Nutrição e Engenharia de Alimentos.

6.4 Oferta gastronômica dos produtos do cerrado

Quanto à avaliação da oferta gastronômica dos produtos do cerrado em relação à aceitação do consumidor feita pelos acadêmicos, sete dos respondentes a avaliaram com nota quatro e cinco (bom e ótimo), o que corresponde a 63,6%. Somente um acadêmico classificou como dois (ruim) e nenhum como um (péssimo). Já quanto à variedade de produtos do cerrado oferecidos, apenas quatro dos respondentes acadêmicos a avaliaram com nota quatro e cinco (bom e ótimo), somando 36,4%; e três a avaliaram com notas um e dois (péssimo e ruim), o que corresponde a 27,3%. Quanto à aquisição dos produtos do cerrado e fornecedores, apenas dois avaliaram com nota quatro (bom), o que corresponde a 18,2%, não ocorrendo nenhum cinco (ótimo), e sete avaliaram como péssimo e ruim, representando 63,6% do total de respondentes. E quanto à utilização dos produtos do cerrado em restaurantes e outros estabelecimentos de alimentos e bebidas, dois dos respondentes a avaliaram como quatro, correspondendo a 18,2% do total, e cinco a avaliaram como dois (ruim), resultando em 45,5% do total.

Observa-se que em relação aos acadêmicos existe uma percepção otimista em relação à aceitação dos produtos do cerrado, já os outros quesitos foram avaliados negativamente, o que pode ser explicado pela dificuldade de produção, fornecimento e comercialização destes produtos, que, na maioria das vezes, não é satisfatória, pois muitas vezes é realizado apenas o extrativismo e a oferta é feita de forma artesanal. Essa diferença entre a aceitação e os outros quesitos mostra a importância de projetos de beneficiamento dos produtos do cerrado, como ocorre com o pequi em Japonvar, para que os outros quesitos atribuídos na pesquisa sejam melhor avaliados e possam se tornar um atrativo para os consumidores.

No caso dos *experts*, quanto à aceitação do público consumidor, nove do total dos respondentes a classificaram com nota quatro e cinco (bom e ótimo), correspondendo a 81,8%, e apenas um com nota dois (ruim), 9,1%. Já quanto à variedade de produtos do cerrado oferecidos, quatro dos respondentes *experts* a avaliaram com nota quatro e cinco (bom e ótimo), somando 36,4%, e quatro com nota dois (ruim), o que representa 36,4%. Quanto à aquisição dos produtos do cerrado e fornecedores, apenas três a avaliaram com nota quatro e cinco (bom e ótimo), o que corresponde a 27,3%, e três a avaliaram como dois (ruim), 27,3% do total de respondentes. E quanto à utilização dos produtos do cerrado em

restaurantes e outros estabelecimentos de alimentos e bebidas, três dos respondentes a avaliaram como quatro e cinco, correspondendo a 27,3% do total, e sete avaliaram como um e dois (ruim e péssimo), resultando em 63,6% do total.

Como ocorreu com os acadêmicos, os *experts* mostraram resultados semelhantes, nos quais a aceitação do público consumidor é boa e os outros quesitos como variedade, fornecedores e utilização dos produtos do cerrado nos restaurantes e estabelecimentos de alimentos e bebidas se mostram insuficientes. Isso evidencia a necessidade de trabalhar e divulgar melhor os produtos do cerrado devido ao fato de os *experts* trabalharem direto com o consumidor geral, podendo ter uma boa percepção das suas necessidades.

Já entre os gestores, quanto à aceitação do público consumidor, do total dos respondentes sete a classificaram com nota quatro e cinco (bom e ótimo), correspondendo a 77,8%, e nenhum com nota um e dois (péssimo e ruim). Já quanto à variedade de produtos do cerrado oferecidos, três dos respondentes *experts* a avaliaram com nota quatro e cinco (bom e ótimo), o que corresponde a 33,3%, três com nota três (aceitável), 33,3%, e três com nota dois (ruim), 22,2%. Quanto à aquisição dos produtos do cerrado e fornecedores, nenhum dos respondentes a avaliou com nota quatro e cinco (bom e ótimo) e três a avaliaram como três (aceitável), somando 33,3%, e seis dos respondentes a avaliaram com dois (ruim), correspondendo a 66,7% do total de respondentes. E quanto à utilização dos produtos do cerrado em restaurantes e outros estabelecimentos de alimentos e bebidas, novamente nenhum dos respondentes a avaliou como quatro e cinco, três a avaliaram com nota três (aceitável), 33,3%, e cinco a avaliaram como dois (ruim), o que representa 55,6% do total.

Novamente os resultados levam a conclusões semelhantes às anteriores, porém um pouco mais radicais considerando que não se encontra nenhuma avaliação bom e ótimo quanto a aquisição e utilização dos produtos do cerrado.

A TAB. 5 mostra a avaliação da oferta gastronômica das frutas do cerrado pelo total de respondentes e as localidades pesquisadas.

A totalidade dos respondentes avaliou a aceitação do público consumidor com uma média 4,03. Já a variedade de produtos do cerrado oferecidos obteve média 3. Quanto à aquisição dos produtos do cerrado e fornecedores, a média foi 1,94, ou seja, a pior avaliação desta questão, e a utilização dos produtos do cerrado em restaurantes e outros estabelecimentos de alimentos e bebidas também obteve resultado ruim com a média 2,3.

TABELA 5 - Avaliação da oferta gastronômica das frutas do cerrado pelo total de respondentes e as localidades pesquisadas sendo: B – Belo Horizonte; M – Montes Claros; P – Pirenópolis e G-Goiânia.

ASPECTO	Avaliação																				Média	Desvio Padrão
	1				2				3				4				5					
	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G		
Aceitação	0	0	0	0	2	0	0	0	4	2	0	0	7	2	1	2	3	3	1	4	4,0	1,9
Variedade	1	0	0	0	7	1	0	1	5	3	1	1	1	2	1	2	2	1	0	2	3,0	1,8
Fornecedores	4	0	0	0	10	4	0	3	1	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1,9	2,3
Estabelecimentos	1	0	0	0	10	2	1	2	3	4	1	2	2	1	0	1	0	0	0	1	2,3	2,3

Fonte: Dados da Pesquisa

Na totalidade dos respondentes observam-se resultados semelhantes ao que ocorreu na separação por categorias dos acadêmicos, *experts* e gestores. Isso mostrou que existe aceitação excelente dos produtos do cerrados, contudo observa-se a dificuldade em se conseguir variedade de produtos, aquisição e fornecedores e utilização devido também aos fatores anteriores. Apesar da aceitação, os produtos do cerrado são difíceis de chegar aos restaurantes e, conseqüentemente, ao consumidor final.

6.5 Potencial gastronômico dos produtos do cerrado

Dentre as dez frutas selecionadas, os respondentes avaliaram o seu potencial gastronômico conforme os dados apresentados nos parágrafos seguintes.

Em relação à amora preta, oito do total de respondentes a avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a (72,7%). Somente um acadêmico a classificou como nada importante. No caso dos *experts*, nove do total dos respondentes a classificaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), correspondendo a 81,8%, e apenas dois com nota três (moderadamente importante). Já entre os gestores, cinco a avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), representando 56,0 % do total. Na totalidade dos entrevistados, 22 a avaliaram com nota quatro e cinco (muito importante e moderadamente importante), 71,0% do total, e apenas quatro com nota um e dois (nada importante e ligeiramente importante), o que corresponde a 12,9% do total. Isso mostra que a amora preta tem potencial, o que era de se esperar, considerando seu sabor ácido e adocicado muito apreciado pela população local, e ainda tem a vantagem de servir para a confecção de diversas iguarias como doces, caldas, sorvetes e até molhos para pratos salgados.

Em relação ao ananás, seis do total de respondentes o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante) o que corresponde a 55,0%. No caso dos *experts*, sete do total dos respondentes o classificaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), correspondendo a 63,6%. Já entre os gestores, sete o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), 77,7% do total. Na totalidade dos entrevistados, 16 respondentes o avaliaram com nota quatro e cinco (muito importante e moderadamente importante), o que representa 52,0% do total.

Os resultados demonstram um desequilíbrio, considerando que os *experts* não avaliaram positivamente o ananás, que é um fruto muito semelhante ao abacaxi. O abacaxi tem grande versatilidade em pratos doces, salgados e coquetéis. Porém, os resultados mostram um desconhecimento sobre o ananás que tem características bem semelhantes.

No caso do araticum, seis do total de respondentes o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 55,0%. Somente dois acadêmicos o classificaram como ligeiramente importante. No caso dos *experts*, apenas três do total dos respondentes o classificaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), correspondendo a 27,3%, e apenas dois com nota três (moderadamente importante). Já entre os gestores, sete o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), somando 77,8% do total. Na totalidade dos entrevistados, 20 respondentes o avaliaram com nota quatro e cinco (muito importante e moderadamente importante), 64,5% do total, e apenas cinco com nota um e dois (nada importante e ligeiramente importante), o que representa 16,1% do total. Isso mostra que o araticum alcançou um resultado excelente e até surpreendente, por ser um produto difícil de trabalhar em pratos salgados, dependendo de muita criatividade.

Em relação ao baru, sete do total de respondentes o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 63,6%. Somente dois acadêmicos o classificaram como nada importante. No caso dos *experts*, o resultado foi o mesmo: sete do total dos respondentes o classificaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), correspondendo a 63,6%, e apenas um com nota um (nada importante). Já entre os gestores, sete o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), resultando em 77,8% do total. Na totalidade dos entrevistados, 21 respondentes o avaliaram com nota quatro e cinco (muito importante e moderadamente importante), o que representa 67,7% do total, e apenas quatro com nota um e dois (nada importante e ligeiramente importante), 12,9% do total.

O baru também alcançou um resultado excelente, tem castanha saborosa e grande potencial gastronômico. Os votos negativos são sugeridos devido ao desconhecimento do respondente sobre o fruto. Quem conhece e quem trabalha com o baru demonstrou grande interesse pelo fruto utilizado em pães, barras de cereais e diversas outras iguarias.

O buriti teve nove do total de respondentes que o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 81,8%. No caso dos *experts*, o resultado foi que oito do total dos respondentes o classificaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), correspondendo a 72,7%, e apenas um com nota um (nada importante). Já entre os gestores, seis o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), representando 66,7% do total. Na totalidade dos entrevistados, 21 respondentes o avaliaram com nota quatro e cinco (muito importante e moderadamente importante), o que representa 67,7% do total. O buriti demonstrou, de acordo com o resultado da pesquisa, o seu grande potencial gastronômico, o que revelou, de certa forma, uma surpresa, pois sua polpa normalmente é consumida *in natura*, em forma de doces, geléias e sucos.

O cajuzinho do cerrado teve oito do total de respondentes que o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 72,7%. No caso dos *experts*, o resultado indicou que seis do total dos respondentes o classificaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), correspondendo a 55,0%, e nenhum com nota um e dois (nada importante e ligeiramente importante). Já entre os gestores, seis o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), 66,7% do total. Na totalidade dos entrevistados 20 respondentes o avaliaram com nota quatro e cinco (muito importante e moderadamente importante), o que representa 67,7% do total. O cajuzinho do cerrado apresentou um bom desempenho, o que já era esperado pela qualidade e versatilidade do fruto, para confecção de iguarias, e de sua castanha, utilizada nas mais diversas preparações culinárias.

Já a guariroba também teve oito do total de respondentes que a avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 72,7%. No caso dos *experts*, o resultado mostrou que sete do total dos respondentes a classificaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), correspondendo a 63,6%. Já entre os gestores, oito a avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), 88,9% do total. Na totalidade dos entrevistados, 23 respondentes a avaliaram com nota quatro e cinco (muito importante e moderadamente importante), 74,2% do total. A guariroba do cerrado apresentou um excelente resultado, o que já era esperado, pois, além da polpa e castanha que mais

comumente são consumidas *in natura*, possui o famoso palmito amargo que é utilizado nas mais diversas preparações culinárias.

O palmito-da-mata teve oito do total de respondentes que o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 72,7%. No caso dos *experts*, o resultado revelou que 10 do total dos respondentes o classificaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), correspondendo a 90,9%. Já entre os gestores, sete o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), 77,8% do total. Na totalidade dos entrevistados, 25 respondentes o avaliaram com nota quatro e cinco (muito importante e moderadamente importante), representando 80,6% do total. O palmito-da-mata apresentou um excelente resultado e observa-se a utilização da polpa e também do palmito em pratos típicos.

Em relação ao pequi observam-se os melhores resultados. Todos os respondentes o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 100,0%. No caso dos *experts*, também a totalidade dos respondentes o classificou com nota quatro e cinco (importante e muito importante), correspondendo a 100,0%. Também todos os gestores o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), 100,0% do total. Na totalidade dos 31 entrevistados todos o avaliaram com nota quatro e cinco (muito importante e moderadamente importante), o que representa 100,0%.

Isso mostra o grande valor do pequi para o cerrado e sua importância culinária, já que diversos pratos são elaborados com o pequi e sua castanha também pode ser utilizada. Mesmo o pequi sendo um fruto polêmico, considerando que os consumidores ou o amam ou o odeiam, todos os entrevistados reconheceram sua importância e o seu potencial.

Em relação à pêra do cerrado, seis do total de respondentes a avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 55,0%. No caso dos *experts*, apenas um dos respondentes a classificou com nota quatro e cinco (importante e muito importante), correspondendo a 9,1%. Já entre os gestores, dois a avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), 22,2% do total. Na totalidade dos entrevistados, nove respondentes a avaliaram com nota quatro e cinco (muito importante e moderadamente importante), 29,0% do total. Os resultados demonstram que a pêra do cerrado tem pouco potencial gastronômico, o que indica não a sua versatilidade na culinária, mas sim o desconhecimento dos entrevistados sobre o fruto.

TABELA 6 - Avaliação do potencial gastronômico dos produtos do cerrado pelo total de respondentes e as localidades pesquisadas sendo: B – Belo Horizonte; M – Montes Claros; P – Pirenópolis e G - Goiânia.

PRODUTOS	Avaliação																				Média	Desvio Padrão
	1				2				3				4				5					
	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G		
Amora-preta	0	1	0	0	0	2	0	1	2	1	1	1	7	1	1	0	7	2	0	4	4,0	2,1
Ananás	0	0	0	0	2	1	0	1	7	0	2	2	4	2	0	2	3	4	0	1	3,6	1,8
Araticum	2	0	0	0	0	2	0	1	5	0	1	0	6	2	0	2	3	3	1	3	3,7	1,8
Baru	3	0	0	0	0	1	0	0	4	2	0	0	6	0	0	0	3	4	2	6	3,9	2,1
Buriti	1	0	0	0	1	1	1	0	5	0	0	1	6	2	0	2	3	4	1	3	3,9	1,8
Cajuzinho do Cerrado	1	1	0	0	0	1	0	0	7	0	0	1	7	2	0	2	1	3	2	3	3,8	2,1
Guariroba	1	1	0	0	0	1	1	0	4	0	0	0	7	3	0	2	4	2	1	4	3,9	1,9
Palmito-Da-Mata	2	1	0	0	0	1	0	0	2	0	0	0	4	3	0	3	8	2	2	3	4,0	2,0
Pequi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	0	0	12	6	2	6	4,8	3,1
Pêra-Do-Cerrado	1	2	1	0	1	2	0	1	10	1	1	2	2	1	0	1	2	1	0	2	3,1	2,1

Fonte: Dados da Pesquisa

No geral observou-se que as frutas do cerrado selecionadas têm grande potencial gastronômico, sendo que apenas a pêra do cerrado ficou com avaliação baixa e o pequi foi avaliado excepcionalmente. Observa-se também a necessidade de uma divulgação das frutas desconhecidas para melhor aproveitamento, manejo e conservação destas.

6.6 Potencial gastronômico de outros produtos do cerrado

A questão três do questionário, cujo modelo se encontra no apêndice desta dissertação, pergunta se os entrevistados conheciam outros produtos do cerrado (tanto fauna como flora) com potencial para o aproveitamento gastronômico, e qual e como pode ser aproveitado, e ainda solicitou-se uma avaliação do potencial dos produtos segundo os critérios estabelecidos na questão dois. Nove dos 31 entrevistados falaram que não possuem esse conhecimento ou não responderam, correspondendo a 29,0%. Alguns respondentes citaram espécies de outros biomas que também podem ocorrer eventualmente no cerrado, devido à região em que se encontram, como é o caso de Belo Horizonte, onde ocorre uma transição entre o cerrado e a mata atlântica.

A tabela abaixo mostra as frutas do cerrado citadas pelos respondentes, e algumas também são avaliadas por estes.

TABELA 7 - Outros produtos do cerrado citados e ou avaliados pelos respondentes

(continua)

	N ^o ref.	Avaliação					Média	Observações e Aproveitamento sugerido
		1	2	3	4	5		
Mangaba	3				2		4,0	in natura, sucos, sorvetes ou pavê e xaropes
Pitomba	2		1	1				
Umbu	3				1	1	4,5	consumo <i>in natura</i> , sorvetes, sucos, geléias
Feijão catador	1					1	5,0	Pratos salgados
Seriguela	1					1	5,0	<i>in natura</i> , sorvetes, geléias, doces e licores
Pinha	1				1		4,0	<i>in natura</i> , sorvetes, geléias, doces e sucos
Cajá	1					1	5,0	<i>in natura</i> , sucos, sorvetes, geléias, doces
Tamarindo	1					1	5,0	<i>in natura</i> , sucos, balas, licores, doces
Cagaita	8							<i>in natura</i> , sucos, sorvetes, geléias, licores, compotas.
Murici	6							<i>in natura</i> , muito importante sucos, sorvetes, geléias, licores, compotas, musses
Jatobá	3			1			3,0	preparação de purê, é muito bom com peixe ou aves <i>in natura</i> ou cozido com leite, produção de farinhas (bolos, pães, biscoitos, mingaus)
Amoras vermelhas	1							<i>in natura</i> , sucos, sorvetes e sobremesas especiais
Maracujá azedo	1					1	5,0	doces, molhos, sorvetes e sucos.
Maracujá doce	1					1	5,0	doces, molhos, sorvetes e sucos.
Maracujá roxo	1					1	5,0	doces, molhos, sorvetes e sucos.
Coquinho azedo	2			2			3,0	Sucos
Uvaia	1			1			3,0	<i>in natura</i> , geléias e licores
Palma	1							Cacto do cerrado, Muito utilizado em pratos em MG. Produto de vital importância para manter a identidade cultural e gastronômica de um povo. São ingredientes que sempre fizeram e ainda fazem parte do cardápio da região onde ocorre a palma. Muito utilizado com picadinho de carne de porco ou boi.
Cabeça de Nego	1							
Jabuticaba	1							Espécie de mata atlântica citada por ocorrer nas áreas de ecótono. <i>In natura</i> , geléias, licores, caldas, molhos e outros.
Aroeira	1					1	5,0	Produz a conhecida pimenta rosa, utilizada também na culinária francesa, na qual

								(conclusão)
								recebe o nome de “Poivre Rose”. Não é pimenta, mas é utilizada como se fosse para dar sabor e enfeitar pratos salgados e saladas.
Algodão doce, mama cadela ou borlé	2			2			3,0	Muito interessante quando <i>in natura</i> , lembra um chicletes ou algodão enquanto se come. Ainda se faz doces e sucos
Marmelada de cachorro	1			1			3,0	Foi citada como pouco comum hoje. <i>In natura</i> ou em doces.
Araça	1			1			3,0	Lembra a goiaba. Sucos e doces.
Physalis	1					1	5,0	Muitos acham que é originária da Colômbia, mas também ocorre no cerrado e no Brasil, mais conhecido como Juá. É uma fruta maravilhosa com grande apelo gastronômico devido a sua beleza e sabor. Muito utilizado <i>in natura</i> para decorar os mais variados pratos.
Brejauba	1					1	5,0	Castanha saborosa, doces, confeitos e pratos salgados.
Graviola	1					1	5,0	Ocorre no cerrado mesmo sendo originária da América Central. <i>In natura</i> , sucos, sorvetes, creme e doces.
Mutamba	1		1				2,0	<i>In natura</i> , fruto duro e seco.
Taperebá	1					1	5,0	Ocorre também na floresta amazônica, tem sabor semelhante ao cajá maduro. Sucos, coquetéis, doces e sorvetes.
Milho autóctone	1					1	5,0	Fubá, farinhas.
Fava	1					1	5,0	Pratos salgados.

Fonte: Dados da Pesquisa

Alguns produtos só foram citados pelos respondentes, mas não foram avaliados, por esta razão os espaços não estão preenchidos na tabela.

Alguns dos produtos citados acima não são do cerrado, mas podem ocorrer neste bioma ocasionalmente. Devido a esse fato foram citados por parte de alguns entrevistados, pois muitas vezes é difícil saber a região de ocorrência devido à ecótone de cerrado e mata atlântica e outros. Todos os produtos citados, além das frutas selecionadas, merecem um estudo mais elaborado para avaliar seu potencial gastronômico, sua aceitação no mercado e seu potencial atrativo.

6.7 Potencial gastronômico da fauna do cerrado

Quanto ao potencial gastronômico da fauna do cerrado, houve poucas citações, e isso pode ser devido à proibição da caça e à necessidade de criatórios credenciados pelo IBAMA, o que foi citado pelos entrevistados. O tatu foi citado duas vezes, realçando sua carne saborosa e a deliciosa farofa de tatu. O mocó, um pequeno roedor, foi citado uma vez, utilizado em pratos salgados e como tira-gosto.

Devido a estes resultados serem esperados este tema não foi abordado de forma mais aprofundada, devido as dificuldades legais e operacionais de produção e obtenção da matéria prima.

6.8 Importância da utilização da biodiversidade do cerrado

TABELA 8 - Avaliação da importância da biodiversidade do cerrado na totalidade sob os seguintes aspectos por localidade (B – Belo Horizonte, M – Montes Claros, P – Pirenópolis e G – Goiânia)

UTILIZAÇÃO DA BIODIVERSIDADE (total)																						
ASPECTO	Avaliação																				Média	Desvio Padrão
	1				2				3				4				5					
	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G		
Influência no turismo	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	2	1	1	1	12	5	1	4	4,5	2,8
Mão de obra local	0	0	0	0	1	0	0	1	0	2	0	0	3	0	0	1	12	5	2	4	4,6	2,9
Manejo sustentável	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	4	1	0	0	11	5	2	5	4,6	2,8
Exploração e criação	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	4	0	0	1	9	7	2	5	4,6	2,6
Capacitação	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	0	0	11	6	2	6	4,7	3,0

Fonte: Dados da Pesquisa

Em relação aos acadêmicos, quanto à avaliação da importância da utilização da biodiversidade do cerrado sobre a influência no turismo, oito dos respondentes a avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 72,7%. Somente um acadêmico a classificou como dois (ligeiramente importante), o que corresponde a 9,1%, e nenhum como um (nada importante). Já quanto ao beneficiamento dos produtos, em que ocorra utilização de mão-de-obra local e inclusão social, oito dos respondentes acadêmicos o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), 72,7% do total, e um com nota dois (ligeiramente importante), 9,1%. Novamente nenhum dos respondentes o avaliou como um (nada importante).

Quanto ao manejo dos produtos e à conservação da biodiversidade, nove do total dos respondentes avaliaram como quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 81,8%, e apenas um avaliou com nota um (nada importante), 9,1%. Quanto à exploração dos produtos do cerrado gerando desenvolvimento local, 10 dos respondentes avaliaram como quatro e cinco, correspondendo a 90,9% do total, e apenas um avaliou como um (nada importante), 9,1% do total. E quanto à capacitação de mão-de-obra local para a exploração dos recursos, 10 dos respondentes a avaliaram como quatro e cinco (importante e muito importante), 90,9%, e apenas um avaliou como um (nada importante), 9,1%.

Observa-se que em relação à utilização da biodiversidade do cerrado, em todos os quesitos analisados pelos acadêmicos houve uma maioria expressiva em importante e muito importante, apenas um dos respondentes analisou como nada importante e ligeiramente importante, o que sugere acreditar em uma “intocabilidade” do cerrado. É importante realçar que os respondentes avaliaram muito beneficamente a utilização da biodiversidade do cerrado como influência no turismo. Isso mostra que a utilização dos produtos do cerrado e pratos típicos com estes ingredientes podem ser um diferencial atrativo para a atividade turística.

Em relação aos *experts*, quanto à avaliação da importância da utilização da biodiversidade do cerrado sobre a influência no turismo, 10 dos respondentes a avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 90,9 %. Somente um acadêmico a classificou como dois (ligeiramente importante), o que corresponde a 9,1%, e nenhum como um (nada importante). Já quanto ao beneficiamento dos produtos, em que ocorra utilização de mão-de-obra local e inclusão social, 10 dos respondentes acadêmicos o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), 90,9%, e um com nota dois (ligeiramente importante), 9,1%. Novamente nenhum dos respondentes avaliou como um (nada importante).

Quanto ao manejo dos produtos e à conservação da biodiversidade, 10 do total dos *experts* respondentes os avaliaram como quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 90,9%, e apenas um os avaliou com nota três (moderadamente importante), 9,1% do total de respondentes. Quanto à exploração dos produtos do cerrado gerando desenvolvimento local, 10 dos respondentes a avaliaram como quatro e cinco, correspondendo a 90,9% do total, e apenas um a avaliou como dois (ligeiramente importante), 9,1% do total. E quanto à capacitação de mão-de-obra local para a exploração dos recursos, 10 dos respondentes a avaliaram como quatro e cinco (importante e muito importante), 90,9%, e apenas um avaliou como dois (ligeiramente importante), representando 9,1%.

Observa-se que em relação à utilização da biodiversidade do cerrado, a avaliação em todos os quesitos analisados pelos *experts* foi muito semelhante aos acadêmicos, e ainda com resultados ainda mais favoráveis. Isso leva a confirmar que a utilização da biodiversidade sobre os aspectos citados é muito importante.

Em relação aos gestores, quanto à avaliação da importância da utilização da biodiversidade do cerrado sobre a influência no turismo, nove dos respondentes a avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 100,0%. Já quanto ao beneficiamento dos produtos, em que ocorra utilização de mão-de-obra local e inclusão social, nove dos respondentes acadêmicos o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), 100,0%. Quanto ao manejo dos produtos e à conservação da biodiversidade, nove do total dos gestores os avaliaram como quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 100,0%. Quanto à exploração dos produtos do cerrado gerando desenvolvimento local, oito dos respondentes a avaliaram como quatro e cinco, correspondendo a 88,9% do total, e apenas um a avaliou como três (moderadamente importante), 11,1% do total. E quanto à capacitação de mão-de-obra local para a exploração dos recursos, nove dos respondentes a avaliaram como quatro e cinco (importante e muito importante), 100%. Observa-se que, em relação à utilização da biodiversidade do cerrado, na avaliação em todos os quesitos analisados pelos gestores houve uma unanimidade, a avaliação foi máxima, mostrando toda a importância da biodiversidade do cerrado segundo os aspectos citados.

Quanto à avaliação da totalidade dos respondentes sobre a importância da utilização da biodiversidade do cerrado e sua influência no turismo, 27 dos respondentes a avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 87,1%. Dois respondentes a avaliaram como dois (ligeiramente importante), 6,5%. Já quanto ao beneficiamento dos produtos, em que ocorra utilização de mão-de-obra local e inclusão social, 27 dos respondentes acadêmicos o avaliaram com nota quatro e cinco (importante e muito importante), 87,1%, e apenas dois o avaliaram como dois (ligeiramente importante), 6,5%. Quanto ao manejo dos produtos e à conservação da biodiversidade, 28 do total dos respondentes os avaliaram como quatro e cinco (importante e muito importante), o que corresponde a 90,3%, e apenas um avaliou como um (nada importante), 3,2% do total.

Quanto à exploração dos produtos do cerrado gerando desenvolvimento local, 28 dos respondentes a avaliaram como quatro e cinco, correspondendo a 90,3% do total, e apenas dois a avaliaram como um e dois (nada importante e ligeiramente importante), 6,5% do total. E quanto à capacitação de mão-de-obra local para a exploração dos recursos, 30 dos

respondentes a avaliaram como quatro e cinco (importante e muito importante), representando 96,8%, e um a avaliou como um (nada importante), 3,2%. Observa-se que, em relação à utilização da biodiversidade do cerrado em todos os quesitos analisados pela totalidade dos entrevistados, a avaliação foi excelente com maioria de quatro e cinco (importante e muito importante), demonstrando que a utilização da biodiversidade do cerrado é muito importante para o turismo, incluindo o beneficiamento dos produtos e a utilização da mão-de-obra local, o manejo e a conservação, a exploração dos produtos e o desenvolvimento local e a capacitação da mão-de-obra.

6.9 Os produtos do cerrado atraem a curiosidade do turista

Conforme a questão cinco do questionário, dentre as 31 pessoas entrevistadas, 23, ou 75% delas, afirmam positivamente que os frutos do cerrado atraem a curiosidade do turista. Já o restante (25%) acha que os frutos do cerrado não têm potencial atrativo por serem pouco conhecidos. Nota-se que, para a maioria, é muito importante trabalhar os frutos do cerrado com o turista.

6.10 Aproveitamento atual dos frutos do cerrado na cidade do respondente

A tabela a seguir mostra segundo a avaliação dos respondentes, o resultado do aproveitamento das frutas do cerrado na cidade onde o entrevistado reside.

TABELA 9 - Avaliação do aproveitamento dos frutos do cerrado da cidade do respondente na totalidade dos respondentes sob os seguintes aspectos por localidade (B – Belo Horizonte, M – Montes Claros, P – Pirenópolis e G – Goiania).

APROVEITAMENTO DOS PRODUTOS (total)																						
ASPECTO	Avaliação																				Média	Desvio Padrão
	1				2				3				4				5					
	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G		
Quantidade	0	0	0	0	6	0	0	1	5	2	0	0	1	0	2	0	4	5	0	5	3,8	2,2
Utilização	3	0	0	1	10	2	0	0	3	4	1	2	0	1	1	2	0	0	0	1	2,6	2,3
Incentivo	10	5	0	1	6	2	1	4	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1,6	2,7
Aquisição	6	0	0	1	8	5	0	2	1	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	2,3	2,2

Fonte: Dados da Pesquisa

Quanto à avaliação do aproveitamento dos frutos do cerrado encontrados na cidade do respondente, sobre a quantidade de produtos existentes, seis dos acadêmicos respondentes a avaliaram com nota cinco (ótimo), o que corresponde a (54,5 %). Somente três acadêmicos a

classificaram como dois (ruim), o que corresponde a 27,3%, e nenhum como um (péssimo). Já quanto à utilização dos produtos nos restaurantes, nenhum dos respondentes acadêmicos a avaliou com nota cinco (ótimo), e apenas um dos respondentes a avaliou com nota quatro (bom), 9,1%. Sete dos respondentes a avaliaram como um e dois (péssimo e ruim), 63,6%. Quanto às políticas de incentivo para a utilização desses produtos, nenhum dos respondentes as avaliou como três, quatro ou cinco (ótimo, bom ou aceitável), todos os entrevistados acadêmicos as avaliaram como um e dois (péssimo e ruim), correspondendo a 100%. Já quanto à facilidade de aquisição dos produtos, dois dos respondentes a avaliaram como quatro e cinco (bom e ótimo) e nove como um e dois (péssimo e ruim), 81,8%.

Observa-se que em relação ao aproveitamento dos frutos do cerrado na opinião dos acadêmicos, os respondentes avaliaram relativamente bem a quantidade de produtos, porém sua utilização nos restaurantes e as políticas de incentivo para seu uso e aquisição foram pessimamente avaliados, havendo um resultado quase unânime. Isso é compreensível devido à dificuldade de obter os produtos e à forma praticamente extrativista dos fornecedores com raras exceções.

Na perspectiva dos *experts*, quanto à avaliação do aproveitamento dos frutos do cerrado da cidade do respondente, sobre a quantidade de produtos existentes seis dos respondentes a avaliaram com nota quatro e cinco (ótimo e bom), o que corresponde a 54,5%. Somente três acadêmicos a classificaram como dois (ruim), o que corresponde a 27,3%, e nenhum como um (péssimo). Já quanto à utilização nos restaurantes, nenhum dos respondentes acadêmicos a avaliou com nota cinco (ótimo), e três dos respondentes a avaliaram com nota quatro (bom), 27,3%. Quanto às políticas de incentivo para a utilização desses produtos, apenas um dos respondentes as avaliou como quatro (bom), nove dos respondentes *experts* as avaliaram como um e dois (péssimo e ruim), correspondendo a 81,8%. Já quanto à facilidade de aquisição dos produtos, dois dos respondentes a avaliaram como quatro (bom) e sete como um e dois (péssimo e ruim), 63,6%.

Observa-se que em relação ao aproveitamento dos frutos do cerrado da cidade dos respondentes na opinião dos *experts*, estes o avaliaram de forma muito semelhante aos acadêmicos, o que confirma a dificuldade em relação aos quesitos analisados. Mesmo com a diversidade de produtos bem avaliada, nota-se a negativa avaliação dos outros quesitos.

Quanto à avaliação dos gestores sobre o aproveitamento dos frutos do cerrado da cidade do respondente, sobre a quantidade de produtos existentes cinco dos respondentes avaliaram com nota cinco (ótimo), o que corresponde a 56,5%. Somente um gestor classificou como dois (ruim), o que corresponde a 11,1%, e nenhum como um (péssimo). Já quanto à utilização

nos restaurantes, apenas um a avaliou com nota cinco (ótimo), 11,1%, e três dos respondentes a avaliaram com nota um e dois (péssimo e ruim), 33,3%. Quanto às políticas de incentivo para a utilização desses produtos, nenhum dos respondentes as avaliou como quatro e cinco (bom e ótimo), nove dos respondentes gestores as avaliaram como um e dois (péssimo e ruim), correspondendo a 100,0%. Já quanto à facilidade de aquisição dos produtos, um respondente a avaliou como quatro (bom), 11,1%, e sete como um e dois (péssimo e ruim), 77,8%.

Observa-se que, em relação ao aproveitamento dos frutos do cerrado da cidade dos respondentes na opinião dos gestores, a avaliação permaneceu semelhante à dos acadêmicos e *experts*, o reafirma as análises anteriores.

Quanto à avaliação do aproveitamento dos frutos do cerrado da cidade do respondente, sobre a quantidade de produtos existentes, na totalidade de entrevistados 17 a avaliaram com nota quatro e cinco (bom e ótimo), o que corresponde a 54,8%. Somente sete dos respondentes a classificaram como dois (ruim), o que corresponde a 22,6%, e nenhum como um (péssimo). Já quanto à utilização dos produtos nos restaurantes, apenas cinco a avaliaram com nota quatro e cinco (bom e ótimo), 16,1%, e 16 dos respondentes a avaliaram com nota um e dois (péssimo e ruim), 51,6%. Quanto às políticas de incentivo para a utilização desses produtos, um dos respondentes as avaliou como quatro (bom), 3,2%, nenhum com nota cinco (ótimo), e 29 dos respondentes as avaliaram como um e dois (péssimo e ruim), correspondendo a 93,5%. Já quanto à facilidade de aquisição dos produtos, cinco respondentes a avaliaram como quatro e cinco (bom e ótimo), 1,6%, e 17 como um e dois (péssimo e ruim), 54,8%.

Na totalidade dos respondentes observa-se que, apesar da quantidade de produtos existentes, a utilização em restaurantes ainda é precária. Um reflexo disso pode ser a utilização de produtos de outros países, da gastronomia internacional mais fáceis de trabalhar, outra explicação é mostrada nos outros quesitos: a falta de pesquisa de mercado e de políticas públicas que incentivem projetos, produção, extração e utilização e, também como consequência disto, a dificuldade de aquisição dos frutos do cerrado.

6.11 Aproveitamento atual dos frutos do cerrado para o Brasil

A tabela a seguir mostra segundo a avaliação dos respondentes, o resultado do aproveitamento das frutas do cerrado no Brasil.

TABELA 10 - Avaliação do aproveitamento dos frutos do cerrado no Brasil na totalidade dos respondentes sob os seguintes aspectos por localidade (B – Belo Horizonte, M – Montes Claros, P – Pirenópolis e G – Goiânia)

APROVEITAMENTO DOS PRODUTOS/BR (total)																						
ASPECTO	Avaliação																				Média	Desvio Padrão
	1				2				3				4				5					
	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G	B	M	P	G		
Quantidade	1	0	0	0	4	0	1	0	3	2	1	1	2	1	0	0	6	4	0	5	3,8	1,9
Utilização	6	1	0	1	8	4	1	3	2	1	1	0	0	1	0	2	0	0	0	0	2,1	2,2
Incentivo	12	5	0	1	3	2	1	4	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1,6	2,9
Aquisição	8	1	0	1	7	5	1	3	1	0	1	0	0	1	0	2	0	0	0	0	1,9	2,4

Fonte: Dados da Pesquisa

Na opinião dos acadêmicos, quanto à avaliação do aproveitamento dos frutos do cerrado no Brasil, sobre a quantidade de produtos existentes sete dos respondentes a avaliaram com nota cinco (ótimo), o que corresponde a 63,6%. Somente três acadêmicos a classificaram como um e dois (péssimo e ruim), o que corresponde a 27,3%. Já quanto à utilização dos produtos nos restaurantes, um dos respondentes acadêmicos a avaliou com nota quatro (bom), 9,1%, nenhum dos respondentes a avaliou com nota cinco (ótimo), 10 dos respondentes a avaliaram como um e dois (péssimo e ruim), 90,9%. Quanto às políticas de incentivo para a utilização desses produtos, nenhum dos respondentes as avaliou como três, quatro ou cinco (ótimo, bom ou aceitável), todos os entrevistados acadêmicos as avaliaram como um e dois (péssimo e ruim), correspondendo a 100%. Já quanto à facilidade de aquisição dos produtos, um respondente a avaliou como quatro (bom), 9,1%, e nove como um e dois (péssimo e ruim), 81,8%.

Observa-se que, em relação ao aproveitamento dos frutos do cerrado no Brasil na opinião dos acadêmicos, os respondentes avaliaram relativamente bem a quantidade de produtos, porém sua utilização nos restaurantes e as políticas de incentivo para seu uso e aquisição foram pessimamente avaliados, pior ainda que nas cidades dos respondentes.

Na perspectiva dos *experts* quanto à avaliação do aproveitamento dos frutos do cerrado no Brasil, sobre a quantidade de produtos existentes cinco dos respondentes a avaliaram com nota quatro e cinco (ótimo e bom), o que corresponde a 45,5%. Somente três acadêmicos a classificaram como dois (ruim), o que corresponde a 27,3%, e nenhum como um (péssimo). Já quanto à utilização dos produtos nos restaurantes, dois dos respondentes acadêmicos a avaliaram com nota quatro (bom), 18,2%, e nenhum dos respondentes a avaliou com nota cinco (ótimo). Quanto às políticas de incentivo para a utilização desses produtos, apenas dois

dos respondentes as avaliaram como quatro (bom), o que representa 36,4%, nove dos respondentes *experts* as avaliaram como um e dois (péssimo e ruim), correspondendo a 81,8%. Já quanto à facilidade de aquisição dos produtos, dois dos respondentes a avaliaram como quatro (bom), o que corresponde a 36,4%, e oito como um e dois (péssimo e ruim), 72,7%.

Observa-se que, em relação ao aproveitamento dos frutos do cerrado no Brasil, os respondentes *experts* o avaliaram de forma muito semelhante aos acadêmicos, o que confirma a dificuldade em relação aos quesitos analisados. Mesmo com a diversidade de produtos bem avaliada, nota-se a negativa avaliação dos outros quesitos pior ainda que o ocorrido nas cidades dos respondentes.

Quanto à avaliação do aproveitamento dos frutos do cerrado no Brasil, na opinião dos gestores, sobre a quantidade de produtos existentes cinco dos respondentes a avaliaram com nota cinco (ótimo), o que corresponde a 55,6%. Nenhum dos gestores a classificou como um e dois (péssimo e ruim). Já quanto à utilização dos produtos nos restaurantes, nenhum dos respondentes a avaliou com nota quatro e cinco (bom e ótimo), e sete dos respondentes a avaliaram com nota um e dois (péssimo e ruim), 77,8%. Quanto às políticas de incentivo para a utilização desses produtos, nenhum dos respondentes as avaliou como quatro e cinco (bom e ótimo), e oito dos respondentes gestores as avaliaram como um e dois (péssimo e ruim), correspondendo a 72,7%. Já quanto à facilidade de aquisição dos produtos, novamente nenhum dos gestores a avaliou como quatro e cinco (bom e ótimo), e nove a avaliaram como um e dois (péssimo e ruim), ou seja, 100%.

Observa-se que, em relação ao aproveitamento dos frutos do cerrado no Brasil, os gestores o avaliaram de forma semelhante à dos acadêmicos e *experts*, o que confirma as análises anteriores.

Quanto à avaliação do aproveitamento dos frutos do cerrado no Brasil, na opinião da totalidade de entrevistados, sobre a quantidade de produtos existentes 18 dos respondentes a avaliaram com nota quatro e cinco (bom e ótimo), o que corresponde a 58,1%. Somente seis dos respondentes a classificaram como um e dois (péssimo e ruim), o que corresponde a 19,4%. Já quanto à utilização dos produtos nos restaurantes, apenas três a avaliaram com nota quatro e cinco (bom e ótimo), 9,7%, e 24 dos respondentes a avaliaram com nota um e dois (péssimo e ruim), 77,4%. Quanto às políticas de incentivo para a utilização desses produtos, dois dos respondentes as avaliaram como quatro (bom), representando 6,5%, nenhum com nota cinco (ótimo), e 28 dos respondentes as avaliaram como um e dois (péssimo e ruim), correspondendo a 90,3%. Já quanto à facilidade de aquisição dos produtos, três respondentes

a avaliaram como quatro (bom), o que representa 1,6%, nenhum avaliou com cinco (ótimo), e 26 como um e dois (péssimo e ruim), correspondendo a 83,9%.

Na totalidade dos respondentes, observa-se que, apesar da quantidade de produtos existentes, nota-se que a sua utilização em restaurantes no Brasil ainda é menor que nas cidades pesquisadas, o que é esperado devido ao fato de as cidades estarem inseridas no cerrado e os produtos regionais serem conhecidos e consumidos. Os outros quesitos, como políticas de incentivo e facilidade de aquisição, também foram pessimamente avaliados. Os produtos têm características regionais e são atrativos regionais. Apesar da grande extensão do cerrado e de sua grande biodiversidade, observa-se que seus produtos nativos ainda são mal explorados pela gastronomia e pelo turismo, mesmo com o seu evidente potencial.

6.12 Turismo gastronômico no Brasil

De acordo com o resultado das entrevistas ficaram caracterizadas a relevância do turismo gastronômico no Brasil e também a contribuição da grande diversidade de ingredientes existentes. A diversidade cultural e as diferenças de costumes também foram citadas. Contudo, observou-se que, apesar do grande potencial brasileiro para o turismo gastronômico, ele ainda é mal explorado e tem pouco incentivo governamental.

De acordo com as respostas obtidas nas 31 entrevistas, 22 dos entrevistados acham que há pouco incentivo e que isso é mal explorado. Desses 22 foram selecionadas as citações mais expressivas sobre o turismo gastronômico, que quase na totalidade mostram os aspectos contraditórios: o turismo gastronômico é aspecto importante nos roteiros turísticos, devido à riqueza e à diversidade dos produtos existentes; apesar do enorme potencial, ainda é mal explorado, pois falta incentivo e exploração racional desse segmento do turismo; com o desenvolvimento turístico esperado do Brasil, o turismo gastronômico, ancorado na grande variedade cultural e na biodiversidade, poderá se destacar, já que é um aspecto cultural marcante da sociedade brasileira e se apresenta como atrativo turístico de alta qualidade; tem potencial extraordinário devido à diversidade cultural e de produtos.

Como fatores desfavoráveis ao turismo gastronômico, os respondentes citam: não há políticas públicas favoráveis; a gastronomia é apenas um acompanhamento do turismo tradicional, nunca é o principal e fica em segundo plano; os ingredientes muitas vezes são estranhos para o turista; não existem roteiros trabalhados e estabelecidos; há muito o que explorar e divulgar.

Dois entrevistados citaram o aspecto xenófilo do brasileiro que valoriza o produto e a cultura estrangeira. Citaram que o turismo gastronômico no país explora demais a cultura gastronômica de outros países. O Brasil tem produtos que, bem elaborados, se tornam grandes pratos, e devia haver inclusão de produtos nativos nos cardápios, principalmente nos grandes centros; um dos entrevistados falou da valorização apenas do que é de fora, principalmente da culinária francesa.

Cinco dos entrevistados ressaltaram os aspectos positivos do turismo gastronômico no Brasil. Nas citações descreveram como esse tipo de turismo amplia o conhecimento, por parte dos turistas estrangeiros e locais, e citaram a pluralidade de insumos que o Brasil têm, mostrando a relevância do turismo gastronômico no Brasil devido à qualidade de produtos que são elogiados pelos turistas que, às vezes, levam produtos gastronômicos nativos para sua terra.

As demais respostas foram diferenciadas, sendo que algumas mostraram desconhecimento sobre a questão. Outras citaram somente o cerrado, descrevendo a importância dos ingredientes do cerrado para o turismo local e para as futuras gerações.

6.13 Roteiro gastronômico

De acordo com a questão referente a fornecer exemplo concreto de algum roteiro gastronômico (Brasil ou exterior) que mereça destaque, dos 31 entrevistados, cinco desconhecem roteiros gastronômicos. A seguir analisam-se os diversos exemplos citados.

Seis respondentes citaram roteiros internacionais, e, dentre os destinos citados, está o dos queijos franceses, encontrados em diferentes formas, sabores e manufaturas, e do vinho, também na França; a colheita de pistilos de açafrão na Espanha, evento que mobiliza todo o país e o mundo da gastronomia; o roteiro de degustação de vinhos no Chile, exemplo de roteiro na América do Sul que consegue aproveitar de forma interessante a potencialidade cultural de um produto típico tradicional da destinação turística; as regiões vinícolas da França e Itália; a caça à trufa; e toda a Itália, a França, Portugal e a região da Califórnia nos EUA, com alto nível de desenvolvimento cultural, social econômico. A França toda é um roteiro e a Itália, também, com suas peculiaridades.

Dentre os roteiros no Brasil foram citados festivais, festas e alguns roteiros e destinos. São eles:

- Oktoberfest em Blumenau, Santa Catarina, em que foram destacados a divulgação da cultura de influência alemã, o incentivo ao turismo e a geração de empregos temporários.

- Os festivais gastronômicos de Goiás Velho, Pirenópolis e Nova Venza, nos quais foi destacado o resgate das raízes dos descendentes, utilizando produtos do cerrado, mesmo muitos sendo italianos. Quando há apoio do governo estadual, é muito interessante. Quando esse apoio não ocorre, passa em branco (Pirenópolis é citada três vezes; Goiás Velho, duas vezes; e Nova Venza, uma).

- A Estrada Real teve duas citações; o Caminho dos Tropeiros teve uma; e a Região Amazônica também foi citada.

Um respondente relata que a Abrasel lançou três livros da coleção denominada “Os Caminhos do Sabor”, com levantamentos gastronômicos: ao longo da estrada real; da rota dos tropeiros, que sai de Viamão-RS e vai até Sorocaba-SP; e dos caminhos do Norte e Nordeste do Brasil. Uma agência de turismo cultural chamada “Chão Nosso”, de São Paulo, participou da promoção Brasil Sabor através da formação de roteiros comerciais a partir da pesquisa realizada para a publicação dos livros.

Vinícolas do Sul, na serra gaúcha, onde foi destacado com um bom trabalho no turismo enogastronômico, teve quatro citações, e o roteiro do vinho do Vale do São Francisco teve uma citação.

O Festival de Gastronomia de Tiradentes e a própria cidade tiveram nove citações. Porém, considerou-se sua fraca contribuição para o desenvolvimento e a valorização da cultura e da gastronomia local e nacional, já que dá destaque para a culinária internacional. Mesmo assim, demonstra a grande identificação da cidade com o turismo gastronômico.

Foi considerada a falta de incentivo político para o desenvolvimento do turismo gastronômico nas cidades de Tiradentes, Parati, Petrópolis e Ouro Preto, além da grande diversidade culinária (mineira, baiana, amazônica), porém com poucos roteiros. Por último, cita-se Festa do Pequi, em Montes Claros, e faz-se ressalva sobre a riqueza do cerrado que merece maior destaque.

6.14 Turismo e estabelecimentos gastronômicos relacionados aos produtos do cerrado as cidades pesquisadas

As questões opinativas (abertas) dos questionários e a observação participante mostraram que a influência na gastronomia do cerrado é maior em determinadas cidades. É o caso de Belo Horizonte, que tem a menor influência do cerrado em relação às outras cidades pesquisadas, Goiânia, Pirenópolis e Montes Claros.

Observou-se que, em Goiânia, a culinária com produtos do cerrado está bem presente, o pequi é o mais apreciado, sorvetes de várias frutas do cerrado são comercializados pela cidade e foi citado até mesmo o interesse de japoneses pelas frutas e pelos sorvetes do cerrado, confirmando a teoria pela qual Silva (2001) diz que, na maioria das vezes, os frutos do cerrado são comercializados e consumidos *in natura* ou beneficiados artesanalmente pela indústria caseira na forma de geléia, sorvetes, doces e outros, ao mesmo tempo. Uma das poucas exceções em relação à afirmação do autor é a Sorveteria Frutos do Cerrado, em Goiânia, mostrada na FIG 7, que hoje tem uma produção bem maior que uma indústria caseira.



FIGURA 7 - Sorveteria Frutos do Cerrado: letreiro do estabelecimentos e exemplos de produtos ofertados
Fonte: Coelho, D. S.

O goianiense acredita que o turista tem grande interesse pela gastronomia do cerrado. O mesmo acontece em Pirenópolis, cidade com apelo turístico que utiliza muito os produtos do cerrado como oferta gastronômica para o turismo, como mostra a FIG 8.



FIGURA 8 - Restaurantes típicos em Pirenópolis

Fonte: Coelho, D. S.

Em Pirenópolis hoje é desenvolvido um trabalho com o baru e outros produtos do cerrado. São produzidos pães, barrinhas de cereais e outras guloseimas, mas seu idealizador ainda reclama do pouco apoio e da resistência de grande parte das pousadas em oferecer seus produtos, além de acreditar no potencial dos produtos do cerrado como opção para a gastronomia local e como atrativo turístico. A FIG 9 mostra o local dessa produção.



FIGURA 9 - Beneficiamento do baru e exemplos destes produtos beneficiados.
Fonte: Coelho, D. S.

Em Montes Claros os frutos do cerrado são muito presentes e o pequi é uma paixão regional. Nota-se, porém, que os entrevistados dessa cidade, apesar de acreditarem no potencial da biodiversidade do cerrado, acham que somente isto é pouco para desenvolver o turismo na cidade. Acham que as festas do pequi atraem um público bem regional e que a cidade atrai poucos turistas. Observa-se que há poucos restaurantes típicos e muitas churrascarias, mas que os produtos do cerrado estão na mesa do dia-a-dia do cidadão de Montes Claros, e a Cooperativa Agroextrativista Grande Sertão desenvolve importante trabalho com polpa de frutos e divulgação dos produtos do cerrado (ver FIG 10).

O mercado de Montes Claros, mostrado na FIG 11, oferece uma grande variedade de produtos do cerrado e já é um lugar de grande diversidade cultural, sendo assim um atrativo turístico, o que leva a concordar com Barreto *et al* (2001, p.31), segundo os quais existe a

dualidade do turista, que pode ser curioso, ávido a conhecer a culinária local, ou resistente ao exótico e desconhecido.



FIGURA 10 - Produtos do cerrado da Cooperativa Agroextrativista Grande Sertão em Montes Claros

Fonte: Lima, Cláudio ¹⁸

¹⁸ Lima, Cláudio Disponível em:
http://professorclaudiolima.blogspot.com/2008_03_01_archive.html, Acesso em: 15 nov. 2008



FIGURA 11 - O Mercado de Montes Claros que comercializa diversos produtos do cerrado

Fonte: Disponível em: <http://66.249.128.91/showthread.php?t=591290>, Acesso em: 15 nov. 2008

Em Belo Horizonte nota-se uma maior distância da cidade em relação aos produtos do cerrado. Poucos restaurantes utilizam as iguarias e muita gente não conhece os produtos. Atualmente, na região da Pampulha, existe uma sorveteria com frutas do cerrado. Dentre os entrevistados nota-se que há grande interesse pelos produtos do cerrado, e que muitos acreditam no potencial gastronômico e atrativo destes produtos.



FIGURA 12 - Frutas do cerrado Araticum, amora preta, ananás, pêra do cerrado

Fonte: Disponível em:

http://www.todafruta.com.br/todafruta/noticias_su.asp?menu=666,

Acesso em: 15 nov. 2008



FIGURA 13 - Frutas do Cerrado Buriti, palmito guariroba, baru, palmito da mata, pequi e cajuzinho do cerrado.

Fonte: Disponível em: http://www.todafruta.com.br/todafruta/noticias_su.asp?menu=666,

Acesso em: 15 nov. 2008

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo mostrou o grande potencial de produtos do cerrado como base para o desenvolvimento de uma gastronomia capaz de contribuir para o desenvolvimento turístico das cidades localizadas nesse extenso bioma. Por meio de pesquisas realizadas com um grupo de especialistas (*experts*, gestores e acadêmicos) com notório conhecimento em gastronomia e turismo, pode-se detectar produtos e frutos do cerrado mais propícios de utilização nessa gastronomia.

De acordo com os resultados da pesquisa, observa-se que os entrevistados acreditam no potencial turístico e gastronômico do cerrado, demonstrando que seus produtos despertam grande curiosidade nas pessoas, nos turistas. Em contrapartida, nota-se que existe pouco incentivo dos órgãos públicos e também dificuldade de produção e distribuição dos produtos do cerrado, concordando com Fagliari (2005) que diz que, no Brasil, há pouco incentivo governamental para o desenvolvimento de atrativos gastronômicos. Resultando na dificuldade de aquisição dos produtos e também na limitação da utilização em restaurantes e outros estabelecimentos que trabalham com alimentos e bebidas. Através deste trabalho observou-se nas cidades pesquisadas que, mesmo com todo o recurso do cerrado, ainda existem poucos restaurantes típicos.

Em Goiás existe um número maior de casas que utilizam os produtos do cerrado, a sorveteria Frutos do Cerrado já está presente também em Belo Horizonte, na região da Pampulha. Em Montes Claros, mesmo com todo conhecimento da comunidade sobre os produtos do cerrado, o que predomina são churrascarias, e até para comer o conhecido arroz com pequi é mais comum encontrá-lo nas casas de família que nos restaurantes. Existe um apelo por produtos brasileiros que hoje despertam a curiosidade de chefes de cozinha brasileiros e estrangeiros. Restaurantes temáticos com produtos do cerrado seriam uma estratégia viável.

Algumas cidades, como Japonvar, no Norte de Minas, já criaram sua identidade baseada em algum aspecto da biodiversidade do cerrado. Japonvar é considerada a capital do Pequi. Lá o pequi é coletado e beneficiado, o que desencadeou um processo de inclusão social e também a facilidade de se obter o pequi processado ou o seu óleo. Diversos pequenos produtores e associações demonstram que hoje esta iniciativa oferece produtos gastronômicos do cerrado, organizaram-se e formaram cooperativas. Isso é benéfico, pois facilita a aquisição e a divulgação da riqueza do cerrado.

Quanto à fauna, hoje já existem empresas especializadas, criatórios legalizados de animais silvestres que fornecem carne de animais do cerrado como a ema, a paca, a queixada e outros. Dessa forma, podem-se encontrar essas iguarias em alguns restaurantes.

Alguns frutos do cerrado como o pequi e o baru, já possuem prestígios consolidados, porém outros com grande potencial gastronômico são pouco conhecidos. De acordo com a pesquisa, tanto os produtos com fama consolidada como os pouco conhecidos podem ser trabalhados adequadamente e, com a criatividade dos chefes de cozinha, transformados em atrativos turísticos extraordinários.

Após a constatação do potencial turístico e gastronômico do cerrado, pode-se investir na criação de roteiros organizados tendo como eixo temático essa gastronomia e as diversas cidades inseridas no cerrado brasileiro identificadas a ela. Acredita-se que se pode desenvolver um roteiro extraordinário, do ponto de vista da motivação, de turismo gastronômico no Brasil.

Neste trabalho, realizaram-se pesquisas em Belo Horizonte e Montes Claros, em Minas Gerais, e em Goiás, nas cidades de Goiânia e Pirenópolis. Na cidade de Belo Horizonte, o cerrado se mostra menos evidente que nas outras utilizadas como objeto de estudo desta pesquisa, mas a cidade foi escolhida devido à facilidade logística na coleta de dados e por ser destaque nacional tanto na área acadêmica voltada para pesquisas em turismo como área de gastronomia.

Uma das lacunas deste trabalho foi a não inclusão de um estudo do mercado e da demanda pelos produtos do cerrado.

As questões que quantificaram o potencial dos produtos do cerrado foram geralmente bem avaliadas. Em contrapartida, foram mal avaliadas as questões relacionadas a: políticas de incentivo e valorização dos produtos do cerrado; manejo e coleta dos produtos; e fornecimento dos produtos. Este resultado sugere a necessidade de que políticas públicas e privadas destinadas a valorização, manejo, coleta, fornecimento e preservação dos produtos do cerrado.

Mesmo com as dificuldades inerentes, a partir deste trabalho observa-se que, com iniciativas do poder público junto às comunidades e empresas privadas, o cerrado pode ter potencial para desenvolver um produto diferenciado e um novo roteiro de turismo gastronômico.

Observa-se que mesmo com essas iniciativas, muitas outras devem ser tomadas, estudos mais aprofundados em relação ao turismo, à biodiversidade e à gastronomia devem ser feitos a partir deste trabalho. Seria produtivo incluir em novas pesquisas a cidade de

Brasília, devido à sua importância; fazer um levantamento dos diversos pratos típicos; observar o potencial nas cidades menores para desenvolver os produtos gastronômicos do cerrado, criando um roteiro gastronômico diferenciado.

Os resultados deste trabalho podem servir de ponto de partida para que se faça um levantamento mais detalhado dos hotéis, restaurantes e outros recursos turísticos que utilizam a biodiversidade do cerrado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFIAS

ABRASEL - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes e Serviços de Lazer. Disponível em: <www.abrasel.com.br>. Acesso em: 17 abr. 2007.

ANDRADE, J. V. DE. **Turismo**: fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 1995. 215p.

AGETUR - Agência Goiana de Turismo. **Gastronomia**. Goiás: 2007. Disponível em: <<http://www.goiasbrasil.tur.br/agetur/index.php>>. Acesso em: 16 abr. 2007.

ALMEIDA, de P.S., RIBEIRO, F. J., MEIRELLES L.M. Informativo de Biodiversidade do Conselho Regional de Biologia, quarta região, abril de 2006

AZAMBUJA, Marcelo. In: CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos. **Turismo Urbano**. São Paulo: Contexto, 2000. 112p.

BARRETO, Ronaldo Lopes Pontes; SENRA, Asdrúbal Vieira. A gastronomia e o turismo In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org). **Turismo Como aprender como ensinar 2**. São Paulo, 2001.391 (p 391-400)

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 7ª ed. São Paulo: Senac, 2002. 512 p.

BETING, J. **Indústria do Otimismo**. Jornal do Comércio. Disponível em: <<http://rec-web.terra.com.br>>. Acesso em: 7 mar. 2007.

BRANDÃO, M.; CARVALHO, P.G.S.; JESUÉ, G. **Guia Ilustrado de Plantas do Cerrado de Minas Gerais**. Belo Horizonte: Nobel, 2001. 96 p.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da Alimentação no Brasil**. São Paulo: Global, 2004. 954 p.

CASTRO, J. **A geografia da fome**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. 361p.

CIAFFONE, Andréa In: FUNARI, Pedro Paulo, PINSKY. Org. **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2003. p.107-120

CORNER, Dolores. **Gastronomia Patrimônio e identidade cultural**. São Paulo: Revista Eletrônica de Turismo e Hospitalidade, volume1, 2003.

COUTINHO, M. Leopoldo. **Algumas Espécies da fauna**. Realização Estação Gráfica Ltda - SP – 2000 Disponível em: <http://eco.ib.usp.br/cerrado/fauna_especies.htm>. Acesso em: 20 dez. 2007.

CTUR – Comissão de turismo de São João da Boa Vista. Disponível em: <<http://www.ctur.org.br/turismo/gastronomico.htm>>. Acesso em: 16 abr. 2007.

DENCKER, A. de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 3 ed. São Paulo: Futura, 2003. 285p.

DIAS, Reinaldo. **Turismo e Patrimônio Cultural**: Recursos que Acompanham o Crescimento das Cidades. São Paulo: Saraiva, 2006. 257p.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia do Turismo**. São Paulo: Atlas, 2003. 256p.

FAGLIARI, Gabriela Scuta. **Turismo e alimentação**: análises introdutórias. São Paulo: Rocca, 2005. 199p.

FALCÓN, Juan Manuel García; GONZÁLES, Arturo Melián. **Potencial Competitivo Del Turismo Em Um Destino**. Annals of Tourism Research - em Espanhol - Vol. 5 N 2, Universitat de les illes Balears. España: 2003.

FRANCO, A. **De caçador a gourmet**: uma história da gastronomia. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001. 270p

FLANDRIN, Jean-Louis e MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**; [Tradução MACHADO, Luciano Vieira e TEIXEIRA, Guilherme J.F.]. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. 885p.

GARINE, I. **Alimentação, culturas e sociedades**. Correio da Unesco, v. 15, n. 7, jul. 1987.

GOELDNER, Charles R. *et al.* **Turismo**: princípios, práticas e filosofias. Porto Alegre: Bookman, 2002. 478p.

GONÇALVES, J. **A fome e o paladar**: a antropologia nativa de Luis da Câmara Cascudo. Estudos Históricos. nº. 33. CPDOC/FGV: Rio de Janeiro, 2004.

Guia Quatro Rodas 2009, Editora Abril, São Paulo, 2008.

IBGE Cidades (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidades.>> . Acesso em: 24 nov. 2008.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira Thomson, 1999. 135p.

INSTITUTO CENTRO DE VIDA - ICV. **Cerrado que te quero vivo!** SD. 40p.2005.

INSTITUTO SÓCIO AMBIENTAL, **Almanaque Brasil Socioambiental: Uma nova perspectiva para entender a situação do Brasil e a nossa contribuição para a crise planetária**. São Paulo, 2008. 551p.

JUNIOR, Chico. **Roteiros do Sabor Brasileiro: Turismo Gastronômico**. Rio de Janeiro: CJD Edições e Propaganda LTDA, 2005. 317p.

LACA-BUENDIA, Julio Pedro et al. **Distribuição geográfica, por município, das principais frutíferas nativas do Cerrado, no Estado de Minas Gerais**. Daphne: revista do Herbário PAMG. Belo Horizonte: EPAMIG, vol.8, número 1, jan/1998.

LARAIA, R. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 1986. 113p.

LEAL, M. L. de M. S. **A História da Gastronomia**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1998.143p.

LÉVI-STRAUSS, C. **O cru e o cozido**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1991. 376p.

LORENZI, Harri et al. **Frutas brasileiras e exóticas cultivadas: (de consumo em natura)**. São Paulo: Instituto Plantarum de Estudos da Flora, 2006. 627p.

MATTA, R. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 2001. 126p.

MACIEL, M. E. **Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarim**. Horizontes antropológicos, Porto Alegre, v. 7, n. 16, 2001.

MOREIRA, Adriana. **Roteiros Gastronômicos pelo Brasil**. O Estado de São Paulo. Disponível em: <www.estadao.com.br/turismo/noticias>. Acesso em: 16 abr. 2007.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento, planejamento e organização**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001. 225p.

OMT:2005, **Anuário Exame do Turismo 2007/2008** 143p.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO - OMT. **Código de Ética do Turismo**. EMBRATUR, Brasília, 2007.

PROUS, André. **Arqueologia Brasileira**. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 1992. 605p.

RIBEIRO, Ricardo Ferreira. **Pequi: o rei do cerrado: roendo o fruto sertanejo por todos os lados**. Belo Horizonte: REDE CERRADO/REDE/CAA-NM/CAMPO-VALE, 2000. 62 p.

SETU/PR - Secretaria de Estado de Turismo. **Turismo Gastronômico**. Disponível em: <www.pr.gov.br/turismo/turismo_tipo_gastronomico>. Acesso em: 17 abr. 2007.

SILVA, Djalma Barbosa et al. **Frutas do Cerrado**. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2001. 179p.

SILVA, Silvertre p. **Frutas no Brasil**. São Paulo: Empresa das Artes, 2001.230p.

SAVARIN, Brillat. **A Fisiologia do Gosto**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. 379p.

SCHLÜTER, R. G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003a. 94p.

SCHLÜTER, R. G. **Turismo y patrimonio gastronómico**. Buenos Aires – Argentina: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, 2003b.

TRIGUEIRO, Carlos;LEAL, Wills. **Gastronomia Como Produto Turístico: Sabor Nordeste**. João Pessoa: Idéia, 2006. 231p. p.12.

VAUGHAN, C. **Do local communities in developing countries benefit from ecotourism in national parks and protected areas?** 1999. Vida Silvestre Neotropical. v. 8 (1-2). p.3-9.

WOORTMANN, K. **Hábitos e ideologias alimentares em grupo social de baixa renda.** Fundação Universidade de Brasília. Série Antropologia 20, 1978. Disponível em: <http://www.ibama.gov.br/fauna/criadores.php>. Acesso em: 12 dez. 2007

APÊNDICE: Modelos de questionários aplicados nas cidades

QUESTIONÁRIO

Número: _____

Data:

Local:

De acordo com os critérios de avaliação definidos após os quadros a seguir, marque as opiniões.

1) Em sua opinião como você avalia a oferta gastronômica de frutas do cerrado, nos seguintes aspectos:

	1	2	3	4	5
Aceitação do público consumidor					
Variedade de produtos do cerrado oferecidos					
Aquisição dos produtos do cerrado e Fornecedores					
Utilização dos produtos do cerrado em Restaurantes e outros estabelecimentos de alimentos e bebidas.					

Critérios de avaliação: 1 - Péssimo; 2 - Ruim; 3 - Aceitável; 4 - Bom; 5 - Ótimo

2) De acordo com sua experiência, avalie o potencial gastronômico dos produtos abaixo:

	1	2	3	4	5
Amora-Preta					
Ananás					
Araticum					
Baru					
Buriti					
Cajuzinho do Cerrado					
Guariroba					
Palmito-da-mata					
Pequi					
Pêra-do-cerrado					

Critérios de avaliação: 1 = nada importante; 2 = ligeiramente importante;

3 = moderadamente importante; 4 = importante; 5 = muito importante

3) Você conhece algum outro produto, tanto da fauna como flora do cerrado, com potencial para aproveitamento gastronômico? Qual e como poderá ser aproveitado?

4) Avaliar a importância da utilização da biodiversidade do cerrado nos seguintes aspectos:

	1	2	3	4	5
Influência no turismo					
Beneficiamento de produtos, em que ocorra utilização da mão-de-obra local e inclusão social					
Manejo dos produtos e conservação da biodiversidade					
Exploração dos produtos gerando desenvolvimento local					
Capacitação da mão-de-obra local para exploração dos recursos					

Critérios de avaliação: 1 = nada importante; 2 = ligeiramente importante;
3 = moderadamente importante; 4 = importante; 5 = muito importante

5) Os produtos do cerrado atraem a curiosidade do turista? Sim Não.

6) Avaliar o aproveitamento atual dos frutos do cerrado desta cidade:

	1	2	3	4	5
Quantidade de produtos existentes					
Utilização nos restaurantes					
Políticas de incentivo					
Facilidade de aquisição do produto					

Critérios de avaliação: 1 - Péssimo; 2 - Ruim; 3 - Aceitável; 4 - Bom; 5 - Ótimo

7) Avaliar o aproveitamento atual dos frutos do cerrado para o Brasil:

	1	2	3	4	5
Quantidade de produtos existentes					
Utilização nos restaurantes					
Políticas de incentivo					
Facilidade de aquisição do produto					

Critérios de avaliação: 1 - Péssimo; 2 - Ruim; 3 - Aceitável; 4 - Bom; 5 - Ótimo

8) O turismo gastronômico já é uma realidade no Brasil?

9) Você poderia citar exemplo concreto de algum roteiro gastronômico que merece destaque? Qual? Por que merece destaque?

10) Qual é sua experiência profissional em relação à biodiversidade (produtos) do cerrado:
 Nenhum Pouca Média Alta

PERFIL DOS ENTREVISTADOS (ACD)

1 Origem:		UF:	
2 Local de trabalho Universidade Nível (tec.; grad.; pós):			
3 Sexo: <input type="checkbox"/> M		<input type="checkbox"/> F	
4 Experiência na área acadêmica relacionada ao turismo e/ou a Alimentos e Bebidas:			
<input type="checkbox"/> até 5 anos	<input type="checkbox"/> Entre 5 e 10	<input type="checkbox"/> mais de 10	
5 Experiência em outras áreas relacionadas à gastronomia			
<input type="checkbox"/> Não possui	<input type="checkbox"/> Empresa particular	<input type="checkbox"/> Empresa pública	
5 Cargo atual			
<input type="checkbox"/> Professor	<input type="checkbox"/> Cordenador de curso	<input type="checkbox"/> Diretor ou cargos superiores	<input type="checkbox"/> Pesquisador
6 Escolaridade :			
<input type="checkbox"/> Superior	<input type="checkbox"/> Especialista	<input type="checkbox"/> Mestre	<input type="checkbox"/> Doutor
7 Formação específica na área relacionadas ao turismo e/ou Alimentos e Bebidas:			
Descrever local e tipo de formação:			

PERFIL DOS ENTREVISTADOS (EXP)

1 Origem: _____		UF: _____	
2 Local de trabalho _____		UF: _____	
3 Sexo: <input type="checkbox"/> M		<input type="checkbox"/> F	
4 Experiência na área de gastronomia :			
<input type="checkbox"/> até 5 anos	<input type="checkbox"/> Entre 5 e 10	<input type="checkbox"/> mais de 10	
5 Experiência em outras áreas relacionadas ao turismo			
<input type="checkbox"/> Não possui	<input type="checkbox"/> Empresa particular	<input type="checkbox"/> Empresa pública	
5 Cargo atual			
<input type="checkbox"/> Sócio proprietário	<input type="checkbox"/> Chefe de cozinha	<input type="checkbox"/> Administração pública	<input type="checkbox"/> Academia
6 Escolaridade :			
<input type="checkbox"/> Até segundo grau	<input type="checkbox"/> Técnico	<input type="checkbox"/> Superior	<input type="checkbox"/> Especialista
<input type="checkbox"/> Mestre ou Doutor			
7 Formação específica na área:			
Descrever local e tipo de formação:			

PERFIL DOS ENTREVISTADOS (GET)

1 Origem: _____ UF: _____			
2 Local de trabalho _____ Empresa (públ.; privada) _____			
3 Sexo: <input type="checkbox"/> M		<input type="checkbox"/> F	
4 Experiência na área relacionada ao turismo e/ou Alimentos e Bebidas:			
<input type="checkbox"/> até 5 anos	<input type="checkbox"/> Entre 5 e 10	<input type="checkbox"/> mais de 10	
5 Experiência em outras áreas relacionadas ao turismo e gastronomia :			
<input type="checkbox"/> Não possui	<input type="checkbox"/> Empresa particular	<input type="checkbox"/> Empresa pública	
5 Cargo atual			
<input type="checkbox"/> Empresário	<input type="checkbox"/> Funcionário ou gestor de empresa pública	<input type="checkbox"/> Funcionário ou gestor de empresa privada	<input type="checkbox"/> Outros Especificar:
6 Escolaridade :			
<input type="checkbox"/> Até segundo grau	<input type="checkbox"/> Técnico	<input type="checkbox"/> Superior	<input type="checkbox"/> Especialista
<input type="checkbox"/> Mestre ou Doutor			
7 Formação específica na área relacionada ao turismo e/ou Alimentos e Bebidas:			
Descrever local e tipo de formação:			

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)