

**FACULDADES INTEGRADAS DE TAQUARA
MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

JUNÉIA LAILA BRAUN

**FORNOS DE GRAMADO:
Sabores e aromas na tradição dos fornos de barro**

**Taquara
2020**

JUNÉIA LAILA BRAUN

FORNOS DE GRAMADO:

Sabores e aromas na tradição dos fornos de barro

Dissertação apresentada como critério para a obtenção do grau de Mestra em Desenvolvimento Regional pelo Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional das Faculdades Integradas de Taquara/RS, sob orientação do Prof. Dr. Marcos Paulo Dhein Griebeler

Taquara

2020

Dedico este trabalho à minha mãe Zelia (*in memoriam*), exemplo de bondade, garra e amor. Que ilumina cada passo, cada decisão e cada conquista minha.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos professores, grandes mestres pelos ensinamentos.

Ao meu orientador Prof. Dr. Marcos Paulo Dhien Griebeler, por sua paciência e incentivo.

Aos meus colegas, amigos que o Mestrado me proporcionou. Em especial, ao Edimilson por toda ajuda e parceria, amigo querido.

À Andressa, sempre prestativa.

Agradeço imensamente ao Secretário da Agricultura de Gramado, Alexandre Meneguzzo e ao Presidente da Associação dos Fornos de Gramado Fábio Wagner Faiz, pela disponibilidade e atenção para a realização das entrevistas.

Ao meu marido Renato, por todo apoio.

Aos meus filhos Vicenti e Caetano. Em especial, ao Vicenti por toda ajuda e incentivo sempre.

À minha irmã Andrea, minha melhor amiga.

À Edna, amiga e maior incentivadora, pelo início e continuidade nesta minha jornada.

À minha amiga Nalgia, por me mostrar que sempre há uma possibilidade.

À vida, por todas oportunidades.

“Mesmo que já tenhas feito uma longa caminhada, há sempre um novo caminho a fazer”. (Santo Agostinho)

RESUMO

A alimentação vem tendo um destaque cada vez maior nas experiências de visitantes a locais que oferecem a gastronomia como uma forma de atrativo e distinção da cultura local. Esse estudo tem como tema os produtos coloniais típicos como atrativo turístico e gastronômico a partir do estudo dos Fornos de Gramado, no município de Gramado/RS. Esse atrativo vem ganhando destaque devido a oferta diferenciada dos produtos, como pães e cucas, produzidos artesanalmente e assados na hora em forno de barro. O estudo busca responder o questionamento: os Fornos de Gramado contribuem para o fomento do turismo gastronômico no município? O objetivo geral busca analisar a contribuição dos Fornos de Gramado para o turismo gastronômico do município. Como objetivos específicos, busca-se analisar o papel do poder público e as políticas públicas no surgimento dos fornos; verificar as percepções dos atores locais; identificar os principais aspectos que potencializam os Fornos de Gramado como atrativo turístico e gastronômico de Gramado/RS; propor contribuições para a sua continuidade como atrativo turístico. A metodologia caracteriza-se por ser descritiva e qualitativa, utilizando como procedimentos técnicos o estudo de caso e o estudo de campo. Foram realizadas entrevistas com representante do Poder Público, com o Presidente da Associação dos Fornos de Gramado e com produtores que fazem parte da associação e trabalham no espaço. Os resultados da pesquisa apontam que os fornos proporcionam geração de renda extra para os produtores locais e tornaram-se um produto gastronômico atrativo que contribuem para o turismo de Gramado/RS.

Palavras-chave: Políticas Públicas. Fornos de Gramado. Gastronomia. Atrativo Turístico.

ABSTRACT

Food is having a special importance, every time bigger on visitors experiences to places that offer gastronomy as a way of attractive and distinction of the local culture. That case study has as theme the commercialization of typical colonial products as a touristic and gastronomic attractive, as from the study of Gramado's Ovens, in Gramado's RS, municipality. That attractive is having a special highlight because of the differentiated products offered to visitors, as breads, cakes, that are handcrafted produced and baked just in time in clay ovens. This study tries to answer the following questioning: Does Gramado's ovens contribute to promote gastronomic tourism in the county? The main objective elaborated is to analyze Gramado's Ovens contribution for the gastronomic tourism. As specific objectives, tries to analyze what the government does and the public politics in Gramado's Ovens emergence as a gastronomic tourist product; verify locals actors perceptions about Gramado's Ovens; identify the main aspects that potentialize Gramado's Ovens as a touristic and gastronomic attractive at Gramado; to propose contributions for Gramado's Ovens continuity as a tourist attraction. Methodology is characterized as descriptive and qualitative using as technical procedures, the case study and field study. Many interviews were done with public power representative, the Association of Gramado's oven President and producers who are partners and work or belong on Gramado's Ovens. The research results shows that Gramado's Ovens, brings extra income for the local producers and became a gastronomic attractive product that contributes for Gramado's tourism.

Key Words: *Public Politics. Gramado's Ovens. Gastronomy, Tourism Attractive*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Localização de Gramado - RS	45
Figura 2 - Rotas para Gramado/RS.....	45
Figura 3 - Praça das Etnias onde está localizado o espaço dos Fornos de Gramado	47
Figura 4 - Fornos de Gramado.....	48
Figura 5 - Fornos de barro onde são assados os pães e cucas	48
Figura 6 - Pães e cucas comercializados no espaço dos Fornos de Gramado	49
Figura 7 - Atendimento nos Fornos de Gramado	55
Figura 8 - Estrutura dos Fornos de Gramado mantida pela AFG	57
Figura 9 - Mini Cucas	65
Figura 10 - Embalagens de papelão para viagens	67
Figura 11 - Rótulos nas Cucas	68
Figura 12 - Preços comercializados nos Fornos de Gramado	69
Figura 13 - Estrutura dos fornos de barro e sala de preparação	76

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Relação entre Objetivos Específicos e Análise dos dados	42
Quadro 2 – Breve visão dos entrevistados sobre o surgimento dos Fornos de Gramado	51
Quadro 3 – O poder público, as políticas públicas e os Fornos de Gramado	52
Quadro 4 – O perfil dos agricultores que participam da Associação e dos Fornos de Gramado	53
Quadro 5 – Os Fornos de Gramado e o desenvolvimento local	56
Quadro 6 – Participação efetiva do Poder Público nos Fornos de Gramado	58
Quadro 7 – Os produtos dos Fornos de Gramado	64
Quadro 8 – A Marca Fornos de Gramado e sua divulgação	66
Quadro 9 – Considera que os produtos dos Fornos de Gramado são atrativos e contribuem para o turismo de Gramado/RS	73

LISTA DE SIGLAS

AFG	Associação dos Fornos de Gramado
EMATER	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
IPHAM	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
SEAPDR	Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural
SUSAF	Sistema Unificado Estadual de Sanidade Agroindustrial Familiar
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 Políticas Públicas.....	13
2.2 Desenvolvimento Local	17
2.3 Feiras Coloniais	19
2.4 Patrimônio Cultural.....	22
2.5 Patrimônio Material e Imaterial	26
2.6 Conhecimento Tradicional e Gastronomia.....	29
2.7 Gastronomia e Turismo	31
3 ASPECTOS METODOLÓGICOS	38
3.1 Classificação da Pesquisa.....	38
4 FORNOS DE GRAMADO: SABORES E AROMAS NA TRADIÇÃO DOS FORNOS DE BARRO	43
4.1 O Município de Gramado/RS e os fornos: uma breve caracterização.....	44
4.2 O papel do Poder Público: as políticas públicas e o surgimento dos Fornos de Gramado como produto turístico gastronômico	50
4.3 As percepções dos atores locais sobre os Fornos de Gramado como produto turístico e gastronômico	64
4.4 Os principais aspectos que potencializam os Fornos de Gramado e sua contribuição para o crescimento do turismo de Gramado/RS	73
4.5 Discussão dos resultados da pesquisa sobre os Fornos de Gramado	78
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	83
REFERÊNCIAS	85
APÊNDICES	92
APÊNDICE A - ENTREVISTA COM PODER PÚBLICO E ASSOCIAÇÃO	93
APÊNDICE B - ENTREVISTA COM PRODUTORES	94
APÊNDICE C – FOTOS EXTRA DOS FORNOS DE GRAMADO.....	95
ANEXOS	98
ANEXO A – CARTA DE APRESENTAÇÃO PARA PESQUISA DE CAMPO.....	99
ANEXO B – DECRETO MUNICIPAL Nº 109/2017	100

1 INTRODUÇÃO

Os deslocamentos das pessoas se dão pelos mais variados motivos, dentre eles, por questões de trabalho, negócios, estudo ou pelo simples fato de passear, ter momentos de entretenimento e lazer ou mesmo de usufruir da gastronomia típica de uma localidade ou região. A gastronomia vem se confirmando como importante atrativo turístico, considerando que hábitos alimentares de uma determinada localidade identificam e expressam a sua identidade e a tradição que é passada de geração para geração.

Os deslocamentos, desde os primórdios da civilização, já eram motivados pela alimentação, inicialmente, para suprir uma necessidade biológica. No entanto, com o passar do tempo, o ato de se alimentar recebeu um novo sentido, voltado ao prazer e satisfação de saborear pratos, transformando assim, a gastronomia em uma atratividade para o turismo (FAGLIARI, 2005).

O município de Gramado pertence à região das Hortênsias, na Serra Gaúcha. É uma cidade iminentemente turística e possui diversos atrativos, tanto para seus moradores, como para os seus visitantes. Conta com áreas de visitação, eventos que são realizados durante o ano todo, festas gastronômicas e feiras que promovem e comercializam os produtos coloniais locais, típicos da região de colonização italiana e alemã, como cucas, pães e biscoitos, entre outros.

Dentre estes espaços, têm-se os Fornos de Gramado, localizados junto à Praça das Etnias, que comercializa, durante alguns dias da semana, produtos coloniais típicos como cucas e pães feitos na hora em forno a lenha. O grupo de produtores está estruturado através da Associação dos Fornos de Gramado e vendem os produtos no local. O poder público, neste caso, tem a função de ser o órgão que acompanha e regulamenta as políticas públicas criadas para este fim.

Este estudo tem como tema os espaços de comercialização de produtos coloniais típicos como atrativo turístico e gastronômico. A delimitação do tema trata dos Fornos de Gramado, localizado no referido município, no Rio Grande do Sul.

A escolha do tema se deu pelo fato de a pesquisadora possuir a formação e atuar na área de Gastronomia, e por isso, observar que as potencialidades gastronômicas dos produtos coloniais vêm se destacando como atrativo gastronômico. Daí ter surgido a curiosidade de saber o quanto esses espaços contribuem para o incentivo do turismo e desenvolvimento local.

Estabeleceu-se, dessa forma, o problema do estudo, cujo questionamento é o seguinte: Os Fornos de Gramado contribuem para o fomento do turismo gastronômico no município? Como pressuposto, acredita-se que tanto o poder público como regularizador das políticas públicas, quanto os produtores que comercializam seus produtos através da Associação dos Fornos de Gramado, e os visitantes de forma e os próprios moradores percebem a gastronomia colonial como um forte potencial turístico para o município.

A partir disso, foi estabelecido o objetivo geral do estudo que busca analisar a contribuição dos Fornos de Gramado para o turismo gastronômico do município. Os objetivos específicos visam: a) Analisar o papel do poder público e as políticas públicas no surgimento dos Fornos de Gramado como produto turístico gastronômico; b) Verificar as percepções dos atores locais sobre os Fornos de Gramado; c) Identificar os principais aspectos que potencializam os Fornos de Gramado como atrativo turístico e gastronômico de Gramado; e d) Propor contribuições para a continuidade dos Fornos de Gramado como atrativo turístico.

A metodologia caracteriza-se por ser descritiva, com abordagem qualitativa. Como procedimento técnico foi utilizado o estudo de caso e o estudo de campo. Foram realizadas entrevistas, através de um roteiro estruturado, com representante do poder Público, pertencente à Secretaria de Agricultura do município de Gramado; com o Presidente da Associação dos Fornos de Gramado; e, por fim, com os produtores que comercializam no espaço dos Fornos de Gramado e que fazem parte da associação.

O estudo está dividido em quatro capítulos construídos após a introdução. O segundo capítulo trata do referencial teórico que embasa o estudo. Aborda, inicialmente, Políticas Públicas e Desenvolvimento Local, no qual são apresentados os conceitos de políticas públicas e como estas podem contribuir ao desenvolvimento de uma localidade ou região. O terceiro capítulo contempla os aspectos metodológicos do estudo em questão e as pesquisas aplicadas, seguidas das respostas obtidas e suas análises. O quarto capítulo, por sua vez, apresenta a interpretação e discussão dos resultados das pesquisas, onde foram realizadas as análises e estabelecidas as correlações entre a opinião dos diferentes entrevistados com o referencial teórico desenvolvido. Por fim, seguem as considerações de encerramento do estudo em questão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo trata do referencial teórico desenvolvido para embasar o estudo. Na primeira parte, discorre sobre os conceitos de Políticas Públicas, Desenvolvimento Local e Feiras Coloniais, tópicos estes, relacionados ao tema desse estudo. Os autores utilizados para a construção desse referencial foram Bobbio, Matteucci e Pasquino (1998), Dias e Matos (2012), Secchi (2010, 2013), Souza (2006), Frey (2000), Silva e Bassi (2012), Sen (2002), Veiga (2005), Albuquerque (1998), Pozzebon, Rambo e Gazzolla (2018), Oliveira *et al.* (2010), Corona (2006), Corona, Vasquez e Godoy (2018), Nora e Dutra (2015), entre outros.

Para abordar os conceitos relacionados a patrimônio cultural, patrimônio material e imaterial e, na continuidade, turismo e gastronomia foram utilizados os autores Barretto (2000), Dias (2006), Lemos (2000), Fagliari (2005), Segala (2003), Leal (2005), Franco (2004), Gândara, Gimenez e Mascarenhas (2009), Schülter (2003), entre outros.

2.1 Políticas Públicas

Primeiramente, em relação ao conceito de política traz-se a definição de Bobbio, Matteucci e Pasquino (1998, p. 954) que assim a definem:

Derivado do adjetivo originado pólis (*politikós*), que significa tudo que se refere à cidade e, conseqüentemente, o que é urbano, civil, público". Na época moderna, o termo política aparece com uma nova conotação, "passando a ser comumente usado para indicar a atividade ou conjunto de atividades que, de alguma maneira, têm como o termo de referência a pólis, ou seja, o Estado.

Giddens (2005, p. 573) entende política como o "meio através do qual o poder é utilizado e contestado para influenciar a natureza e o conteúdo das atividades governamentais".

Em relação ao termo público, Dias e Matos (2012) definem que é toda a atividade humana que necessita de uma intervenção governamental ou que busca uma ação comum. No Brasil, somente no final da década de 70 e início dos anos 80, é que os estudos de políticas foram efetivados, com a publicação de estudos sobre formação histórica das ações de governo.

Historicamente, dentre os precursores da aplicação de políticas públicas, tem-se Laswell (1936), o qual introduz a expressão *policy analysis* (análise de política pública), na década de 1930, cujo objetivo era conciliar o conhecimento científico/acadêmico com a produção dos governos, assim como também propunha estabelecer diálogo entre cientistas sociais, grupos de interesse e governo.

Entretanto, é importante destacar ainda que o termo “políticas públicas” possui um caráter polissêmico, ou seja, pode ser analisado sob vários sentidos. Souza (2006) baseando-se nos conceitos de Mead (1995) e Lynn (1980) classifica a política pública como sendo um campo que analisa o governo à luz de grandes questões públicas que compreendem um conjunto de ações do governo que produzem efeitos específicos no âmbito público.

Bucci (2006, p. 39) entende política pública como:

[...] programa de ação governamental que resulta de um processo ou conjuntos de processos juridicamente regulados – processo eleitoral, processo de planejamento, processo de governo, processo orçamentário, processo legislativo, processo administrativo, processo judicial – visando coordenar os meios à disposição do Estado e as atividades privadas, para a realização dos objetivos socialmente relevantes e politicamente determinados.

Teixeira (2002, p. 2) considera políticas públicas como “diretrizes, princípios norteadores de ação do poder público; regras e procedimentos para as relações entre poder público e sociedade, mediações entre atores da sociedade e do Estado”.

No entendimento de Procopiuck (2013, p. 138), “a política pública diz respeito, portanto, à mobilização político-administrativa para articular e alocar recursos e esforços para tentar solucionar dado problema coletivo”.

Dias e Matos (2012, p. 15) afirmam que as políticas públicas devem ser orientadas à solução de questões públicas que visem o bem social. Segundo os autores:

Uma política pública implica o estabelecimento de uma ou mais estratégias orientadas à solução de problemas públicos e/ou à obtenção de maiores níveis de bem-estar social. Resultam de processo de decisão surgido no seio do governo com participação da sociedade civil, onde são estabelecidos os meios, agentes e fins das ações a serem realizadas para que se atinjam os objetivos estabelecidos (DIAS; MATOS, 2012, p. 15).

Pelo exposto, a política pública se dá através de cooperação e diálogo entre os atores envolvidos, sendo fundamental no processo de implementação.

Por sua parte, Secchi (2010) comenta que o entendimento dos conceitos de políticas públicas está em entender o problema público, ou seja, visa atender às demandas de toda a sociedade. Para este autor, o que determina se uma política é pública ou não, é seu objetivo principal que deve responder a uma demanda pública.

O mesmo autor, posteriormente, aponta que dois conceitos são essenciais dentro do campo da política pública: o problema público e a política pública. No primeiro caso se trata da busca por solução de problemas e, no segundo, do meio ou mecanismo como esse problema pode ser solucionado. Nesse sentido, o problema público é considerado como intersubjetivo, ou seja, “ele só existe se incomoda uma quantidade ou qualidade considerável de atores” (SECCHI, 2017, p. 5). A política pública, então, é criada como uma diretriz para enfrentar um determinado problema público através de instrumentos concretos como: leis, programas, campanhas, obras, prestação de serviços, impostos, taxas, entre outros (SECCHI, 2017).

Acerca da sistemática de criação, implementação e análise de políticas públicas, Souza (2006, p. 29) destaca que este ciclo pode ser subdividido em: (a) definição de agenda (o que será prioritário); (b) identificação de alternativas (quais podem ser as possibilidades de execução); (c) a avaliação e a seleção das opções; (d) implementação e posterior (e) avaliação.

Para Souza (2006, p. 30), a agenda política é definida a partir de três perspectivas: o problema, reconhecendo que é necessário agir sobre ele; a segunda, se refere à política propriamente dita, como é construída uma consciência coletiva sobre a necessidade de enfrentar e solucionar um problema; a terceira, que está focada nos participantes, que podem ser visíveis como políticos, mídia, partidos, grupos de pressão entre outros e invisíveis acadêmicos e burocracia. No entendimento de Souza (2006, p. 30) “os participantes visíveis definem a agenda e os invisíveis, as alternativas”.

Frey (2000) oferece outra sistemática sobre a subdivisão das fases de formulação, avaliação e monitoramento de políticas públicas: a) percepção e definição de problemas; b) agenda *setting*; c) elaboração de programas e de decisão; d) implementação de políticas e, e) avaliação de políticas e correção da ação.

Com base no exposto, entende-se que no atual contexto, a implementação de políticas públicas significa que a eficiência é o principal objetivo a ser alcançado.

No que se refere à natureza das políticas públicas, Secchi (2010), baseando-se nos estudos de Theodor Lowi (1964; 1972), que desenvolveu uma tipologia muito conhecida ainda utilizada atualmente sobre política pública, explana que elas podem ser divididas em quatro tipos (regulatória, distributiva, redistributiva e constitutivas). Distributivas: são financiadas pelo conjunto da sociedade e os benefícios são distribuídos atendendo as necessidades individualizadas, ou seja, o governo distribui recursos a uns, sem que isso afete outros grupos ou indivíduos. Podem ser utilizadas para estimular setores e atividades já existentes, como a concessão de subsídios, isenções tarifárias, incentivos ou renúncias fiscais. Regulatórias: envolvem discriminação no atendimento das demandas de grupos distinguindo os beneficiados e prejudicados por essas políticas, estabelecendo controle, regulamento e padrões de comportamento de certas atividades políticas. Este tipo de política nasce do conflito entre coalizões políticas de interesses claros e opostos, uma vez que gera claramente uma distinção entre favorecidos e desfavorecidos (quem ganha e quem perde). Redistributivas: têm como objetivo redistribuir recursos financeiros, direitos ou outros benefícios entre os grupos sociais, intervindo na estrutura econômica social, através da criação de mecanismos que diminuam as desigualdades. Constitutivas ou políticas estruturadoras: são políticas públicas que estabelecem regras sob as quais outras políticas públicas são selecionadas. São aquelas políticas que definem as competências, jurisdições, regras de disputa política e da elaboração de políticas públicas (SECCHI, 2010, p. 17-18).

Silva e Bassi (2012) destacam que o envolvimento da sociedade nas políticas públicas depende dos interesses de cada um dos grupos envolvidos. Dessa forma, a política pública envolve vários atores e diferentes níveis de decisão e não se restringe somente aos atores formais, mas também àqueles que participam de maneira informal. A exemplo disso, os autores expõem:

[...] uma política de empreendedorismo local pode ser desenhada a partir de ONGs que tratem a questão da inclusão produtiva, associação de moradores, associação comercial, federações da indústria e do comércio com intervenções locais, sindicatos e o próprio governo. Esses agentes são formais, ou seja, oficialmente participam das reuniões que tenderão a constituir a política pública. Contudo, pode-se ter a pressão social dos ambulantes ou dos moradores, que agem informalmente e paralelamente e estes agentes formais, com demandas próprias que serão consideradas na definição da política. Estes, mesmo informalmente, influenciam e participam na definição da política pública (SILVA; BASSI, 2012, p. 21).

Em suma, conforme o exposto, as políticas públicas são constituídas pelos grupos formais e informais de acordo com a temática de interesse específico, e estes últimos, são representativos no sentido de exercerem influência nas políticas públicas através de suas demandas específicas.

Com base nos autores referenciados neste tópico, considera-se que as políticas públicas devem ser voltadas ao interesse do bem estar social e atendimento de demandas da sociedade. E nesse sentido, promover através da sua implementação, acompanhamento e avaliação, o desenvolvimento de local e regional que gere uma melhor qualidade de vida aos contribuintes.

A criação de políticas públicas eficientes pode ser o vetor para o desenvolvimento de localidades e quando bem implementadas podem tornar-se continuadas independente de mudanças de governo. No tópico a seguir, discorre-se sobre desenvolvimento local e como ele relaciona com o tema das políticas públicas.

2.2 Desenvolvimento Local

Em um primeiro momento, se faz necessário classificar o que se entende por desenvolvimento. Sen (1999) alerta que o desenvolvimento não pode ter apenas o foco no aumento da renda, mas também na expansão dos serviços sociais que o crescimento pode viabilizar. O mesmo autor, posteriormente afirma que, o desenvolvimento deve ser interpretado como um processo de expansão das liberdades reais de que desfrutam os cidadãos de um país. Além disso, ainda pondera que o crescimento econômico consiste em um componente importante para a sociedade, uma vez que contribui não apenas elevando as rendas privadas, mas também possibilitando ao Estado financiar a seguridade social e a intervenção governamental ativa (SEN, 2002).

Em termos de desenvolvimento local, Vasquez Barquero (1998) define que este, por sua vez, tem um importante papel para um desenvolvimento equilibrado e sustentado de uma região no longo prazo, representado por meio de seus processos de organização e de relação social. Nessa dinâmica, a identidade cultural local acaba absorvendo as novas realidades produtivas e cria novas relações sociais que refletem no desenvolvimento local, promovendo e equilibrando essas relações.

Büttenbender (2017, p. 114) entende o desenvolvimento local como:

[...] o processo que pressupõe uma transformação consciente da realidade local através do qual se promove o desenvolvimento endógeno em um determinado espaço geográfico pequeno, territorialmente definido e que representa uma identidade cultural comum, através do qual ocorrem os processos de organização, participação e relações sociais.

Brose (2000), relaciona os fatores que considera desencadeadores do desenvolvimento local, identificando cinco componentes, quais sejam: a inclusão social; o fortalecimento e a diversificação da economia local; a inovação na gestão pública; a proteção ambiental e o uso racional de recursos naturais; e a mobilização social.

Para Albuquerque (1998), o desenvolvimento local é um processo de articulação, coordenação e inserção das iniciativas e empreendimentos empresariais, comunitários, cooperativos, urbanos e rurais, e envolve uma dinâmica de integração socioeconômica de reconstrução do tecido social, organizacional e institucional.

Como se pode perceber, diversos temas estão interligados dentro da discussão acerca da temática do desenvolvimento, seja ele econômico, social ou local. Além disso, a função do Estado, como exposto, reside em oferecer políticas públicas que propiciem bem-estar à população.

Albuquerque (1998), ainda sobre o desenvolvimento, também aponta a importância do equilíbrio, que depende, segundo o autor, da contínua capacidade para introduzir inovações tecnológicas, gerenciais e organizativas na atividade produtiva. De acordo com o autor:

Faz-se necessário efetuar uma série de intervenções em nível meso-econômico, âmbito no qual tanto o setor público como os agentes privados empresariais devem ser capazes de abrir espaços de negociação estratégica e construir uma institucionalidade político-administrativa que apoie o desenvolvimento (ALBUQUERQUE, 1998, p. 46).

Entende-se que o desenvolvimento local é um processo dinâmico que se organiza a partir das intervenções de diferentes agentes.

Para Scarabelot e Schneider (2012), quando se trata do local, entendem que, este, possibilita uma maior interação entre produtores e consumidores e estabelece uma relação de confiança que se dá através das interfaces com diferentes atores. Em se tratando de desenvolvimento entendem os autores que compreende “a implementação de ações em territórios que oportunizem participação ativa do cidadão, o controle social sobre a gestão pública através do fortalecimento e empoderamento de grupos sociais antes excluídos nas esferas de tomada de decisão (SCARABELOT; SCHNEIDER, 2012, p. 120). Consideram que essa dinâmica de desenvolvimento local, promove a inclusão social, o fortalecimento da economia local, a geração de riquezas, a melhoria da qualidade de vida e o uso sustentável dos recursos naturais.

De acordo com Albuquerque (1998), o desenvolvimento econômico é percebido como um processo que envolve o meio ambiente, os atores sociais e sua mobilização no território, incluindo-se nesse ambiente os consensos, discordâncias e conflitos. Albuquerque (1998, p. 66) entende que “o desenvolvimento é fruto dos diversos esforços e compromissos dos atores sociais em seus territórios e meio ambiente concretos”. Por fim, o autor complementa indicando a questão do desenvolvimento local, definindo-o como um processo que reativa a economia e promove uma dinamização da sociedade local, através de estímulos ao crescimento econômico, à geração de empregos e melhoria na qualidade de vida da localidade.

Compreender a temática das políticas públicas e desenvolvimento local apresentadas neste tópico, é parte importante para o entendimento do item acerca das Feiras Coloniais, apresentado a seguir. As feiras acontecem nos municípios e, em grande parte, dependem de ações do poder público para sua implementação, apoio ou regulamentação.

2.3 Feiras Coloniais

Ao abordar o tema sobre feiras coloniais, não se pode deixar de trazer à discussão a temática da agricultura familiar que está muito ligada aos produtos comercializados nas feiras.

Através da agricultura familiar, são produzidos diferentes gêneros alimentícios. Estes atendem à necessidade dos consumidores por meio de canais de abastecimento, como também atendem ao próprio consumo da família, tanto na produção animal, vegetal ou transformação caseira. Essa produção leva em conta os hábitos alimentares das comunidades locais, suas práticas de preparo e consumo. Dessa forma, também acaba tendo a função de instrumento de preservação da cultura agroalimentar, em consonância com as condições socioambientais e a história local desses produtores (POZZEBON; RAMBO; GAZOLLA, 2018).

Berté (2014) faz um alerta que para a agricultura familiar atingir a sustentabilidade, é necessário implementar políticas públicas voltadas para o fortalecimento deste tipo de agricultura. Do mesmo modo, as famílias devem estar estrategicamente organizadas, preferencialmente, por um tipo de ação coletiva, seja cooperativismo ou associativismo.

A agricultura familiar, na visão de Abramovay *et al.* (1998), se caracteriza como aquela em que a maior parte do trabalho provém de pessoas que estão unidas por laços familiares, seja de sangue ou de casamento. Apontam para a importância da valorização do trabalho dos mais jovens, para incentivar sua permanência, pois a inexistência de atividades economicamente viáveis representa um desperdício de possibilidades produtivas para essas famílias.

A valorização do trabalho coletivo de todos os integrantes da família ou mesmo com outras famílias que também produzem, através de associações formais ou não, pode trazer ganhos para todos e assim, permitir aos mais jovens a continuidade do trabalho dentro de suas propriedades.

Nesse sentido, das ações coletivas, Nantes e Scarpelli (2012) apontam como uma forma de fortalecer a atividade da agricultura familiar destacando que pode ser por meio de parcerias, associações ou cooperativas.

Ramírez e Berdegué (2003), destacam que as ações coletivas objetivam o alcance de um bem estar material, social e uma transformação por meio dessas relações, o que fortalece as organizações, influencia as políticas públicas e incentiva valores como solidariedade, reciprocidade e confiança que, por consequência, contribui para o bem comum.

Nessa mesma linha, Oliveira *et al.* (2010) também apontam a importância das ações coletivas, pois elas possibilitam maior poder de negociação no mercado,

proporcionando ganhos de escala para os produtores, como redução dos preços dos insumos através de uma compra de maior vulto ou utilização de máquinas e equipamentos de forma compartilhada.

Ploeg (2008), nesse sentido, traz o conceito de cadeia curta que, no entendimento do autor, tem grande importância para o fomento e construção social de economias locais. As cadeias curtas de comercialização possibilitam a construção de parcerias criando mercados que se formam através de grupos organizados com um objetivo comum.

Os mercados locais, pelo conjunto de peculiaridades e pela oportunidade de construção participativa, acabam funcionando como espaços de persistência de estilos de vida em que atributos do que é tradicional e do que é moderno estão imbricados (CORONA; VASQUES; GODOY, 2018, p. 244).

Segundo Pozzebon, Rambo e Gazolla (2018), as cadeias curtas agroalimentares, em sua forma de comercialização que se dá em muitos casos através de feiras, proporcionam uma proximidade entre produtores e consumidores, tanto no que diz respeito ao espaço físico, quanto na interatividade entre os feirantes e consumidores. No entendimento dos autores, as feiras possibilitam a geração de renda e, por conseguinte, acesso a um conjunto de bens materiais e culturais da sociedade, através da comercialização de produtos diretamente com os consumidores (POZZEBON; RAMBO; GAZOLLA, 2018).

Corona (2006) afirma que a forma de vida dos agricultores familiares leva em conta estratégias que asseguram a reprodução da família e de formas que estabeleçam uma dinâmica entre o que é moderno e o que é tradicional.

Dentro desse contexto da agricultura familiar ou mesmo de cadeias curtas, entende-se que estão as Feiras de agricultores, as Feiras Livres e as Feiras Coloniais.

Para tanto, cabe entender a sua origem. Primeiramente, a palavra Feira, que vem do latim *feriae* e significa “dia de festa”, segundo Silva *et al.* (2014). Era um dia de celebração, quando inicialmente se dava pelo oferecimento de oferendas que os fiéis levavam aos templos durante suas peregrinações, podiam ser animais, pratos culinários, roupas ou objetos. No decorrer dos tempos, isso foi se modificando e o comércio acabou se sobrepondo e o dia festivo passou a ter essa conotação de momento para expor e vender mercadorias.

Em se tratando de feiras livres, Nora e Dutra (2015) entendem estas como um espaço de convívio entre feirantes e fregueses, cuja dinâmica possibilita a troca de saberes entre a cidade e o meio rural.

As feiras funcionam também como um ambiente que proporciona um ponto de encontro e movimentação de pessoas, e, dessa forma, como um mecanismo de valorização e expressão da cultura local. São, portanto, também espaços de socialização e resgate cultural, e funcionam, de certa forma, como manutenção da tradição desempenhando importante função social e cultural (SILVA *et al.*, 2014, CARVALHO, 2016).

Bernardino (2015, p. 44) destaca algumas características das feiras. Quanto à sua origem, podem ser espontâneas ou planejadas, organizadas pelo poder público ou privado; quanto ao acesso, podem ser públicas, com entrada livre a gratuita ou privadas, com acesso controlado e pago; quanto ao tempo, podem ser diárias, semanais, mensais ou anuais; quanto à amplitude geográfica, podem ser feiras locais, regionais, nacionais e internacionais; quanto ao público, podem ser para públicos específicos, como antiguidades, por exemplo, ou de interesse geral, como feiras populares de rua.

As feiras além de serem uma oportunidade para que produtores possam comercializar seus produtos e gerar renda como já mencionado, também são espaços de socialização e de manutenção de características culturais de uma determinada localidade. E nesse sentido, destaca-se, no item a seguir, a temática do Patrimônio Cultural e suas características.

2.4 Patrimônio Cultural

De acordo com Barretto (2000, p. 9), o significado da palavra patrimônio está relacionado a um “conjunto de bens que uma pessoa ou uma entidade possuem”. E quando transportado a um território, entende que passa a ser “um conjunto de bens que estão dentro de seus limites de competência administrativa”. Outra definição também exposta por Barretto (2007, p. 110), é que a palavra patrimônio provém do latim *patrimonium* cujo significado é “*pater*=pai e *monium*=valor reconhecido”, que se refere aos “bens legados pelos pais aos filhos ou por uma pessoa aos seus descendentes diretos”. Tem sua importância no fato de manter e preservar a identidade de um lugar.

Dias (2006) considera a cultura como:

[...] conjunto dos traços distintivos espirituais, materiais, intelectuais e afetivos de uma sociedade e um grupo social. Ela engloba além das artes e das letras, os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores, as tradições e as crenças (DIAS, 2006, p. 18).

Pérez (2009), por sua vez, apresenta três aspectos para a compreensão do conceito de cultura: através de uma visão antropológica, de uma visão sociológica e da visão estética. Pela visão antropológica, considera que a cultura se relaciona ao modo como os seres humanos vivem, pensam, falam, fazem e fabricam; pela visão sociológica, a cultura é entendida como um campo de ação específico que se relaciona com outros campos, como economia e política, isto é, como política, produção e consumo; por fim, pela visão estética abrange aspectos relacionados a atividades intelectuais e artísticas como, música, literatura, teatro, cinema, pintura, arquitetura, entre outras expressões.

Em se tratando de patrimônio cultural, Dias (2006, p. 78) conceitua como:

[...] conjunto de bens que o indivíduo ou grupo herda de seus antepassados para possuí-los efetivamente e para usá-los da forma como mais lhe convém recebe a denominação de patrimônio cultural, que não é outra coisa senão a prova evidente da existência de vínculos com o passado diante da necessidade social em experimentar uma sensação reconfortante de continuidade no tempo e de identificação com uma determinada tradição.

Barretto (2000, p. 11) traz um aspecto importante sobre a noção de patrimônio cultural, afirmando que é muito mais ampla do que simplesmente bens materiais. A autora traz o conceito de legado cultural, que segundo ela, inclui bens tangíveis e intangíveis, ou seja, não apenas manifestações artísticas, mas todo o fazer humano, não apenas sobre a cultura dos mais abastados, mas também o que representa a cultura dos menos favorecidos.

Dias (2006, p. 79) considera que a concepção de patrimônio cultural surgiu a partir do Estado Nacional e se refere a tudo que for comum a todos os membros de uma nação. Dessa forma, segundo o autor, “torna-se a expressão da sua identidade, sua cultura, sua história, bem como representa a solidariedade social que os une na qualidade de povo”.

Dias e Aguiar (2002, p. 130) entendem a cultura como um “conjunto que compreende o conhecimento adquirido pelos anos, as crenças, a arte, a moral, o

direito, e os costumes, além de outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem de que faz parte como membro da sociedade”. Os autores ainda acrescentam que estão incluídos nesse conceito de cultura os elementos de cultura material e não-material:

[...] A cultura material refere-se aos aspectos físicos ou tecnológicos, de nossas vidas diárias, inclusive a comida, casas, fábricas, vestuário, transportes e matérias primas. A cultura não material se refere aos modos de usar os objetos materiais, aos costumes, crenças, filosofias, governos e padrões de comunicação. De modo geral, a cultura não-material resiste mais às mudanças que à cultura material (DIAS; AGUIAR, 2002, p. 130).

Gevehr (2017a, p. 302, grifo do autor) considera que para compreender o patrimônio cultural deve-se observar os conceitos relacionados às dimensões material e imaterial que, segundo o autor, “se constitui de produções, expressões materiais, popularmente conhecidas como o patrimônio de ‘cal e pedra’ e também das imateriais, como a língua, a gastronomia, a etnia, a religião e outras formas de expressão cultural”. Essas expressões possibilitam a coesão social e identidade produzidas pelo grupo a que pertencem os indivíduos.

A cultura de uma região se manifesta de muitas formas e aspectos. A alimentação pode ser considerada uma manifestação cultural de grande importância. Por ser um bem físico, sofre modificações decorrentes das inovações tecnológicas, da variação dos gostos e costumes. Novos alimentos vão surgindo, por vezes até descaracterizando os originais. Modernos equipamentos são utilizados e muito do modo caseiro vai se perdendo na utilização dos alimentos industrializados (LEMOS, 2000).

Segundo Fagliari (2005), o alimento pode ser considerado um elemento cultural, sendo visto como uma forma de criar uma identidade regional nas localidades com vocação para o turismo. É considerado, portanto, uma forma muito mais efetiva de criar a identidade do que outros elementos como animais, símbolos, entre outros.

Lemos (2000, p. 9) considera a alimentação como um Patrimônio Cultural, percebido como não tangível, pois envolve o conhecimento, as técnicas, o saber e o saber fazer e compreende toda capacidade de sobrevivência do homem no seu meio ambiente. Este conhecimento, se não registrado, pode se perder, com isso gerações futuras não terão oportunidade de conhecer este passado. É importante a

preservação, a manutenção e transmissão continuada do conhecimento adquirido pelos povos, pois assim fortalece a identidade, a cultura e as práticas de seu patrimônio cultural material e imaterial. A alimentação, suas técnicas e o saber fazer se constituem como manifestação da cultura de um povo. Os estímulos sensoriais funcionam como desencadeadores de sentimentos importantes que ligam o passado ao presente. Exemplifica esta manifestação cultural de forma apropriada:

Uma comida elaborada na cozinha da gente é um artefato de consumo imediato, em cuja confecção participaram conhecimentos acumulados durante gerações e gerações, relativos ao uso dos ingredientes variados, de vasilhames apropriados, de equipamentos de preparação, de fogões e até ao modo de obtenção da energia térmica (LEMOS, 2000, p. 13).

A salvaguarda do saber fazer, da memória, do ambiente dos objetos, é a identidade de um povo. As transformações por meio dos tempos, a evolução tecnológica e a globalização influenciam para que os indivíduos esqueçam suas origens e a importância da sua cultura. Para Lemos (2000, p. 29) preservar não é só guardar o objeto por si, é, muito mais que disso: “preservar também é gravar depoimentos, sons, músicas populares e eruditas. Preservar é manter vivos, mesmo que alterados, usos e costumes populares. É fazer, também, levantamentos, levantamentos de qualquer natureza [...]”. Com isso, tem-se o entendimento de que é necessária a preservação do que tiver significado para manutenção da memória cultural.

Há de se destacar, ainda, que cozinhar é muito mais que preparo dos alimentos, é uma forma de identidade cultural. Oliven (1992, p. 26) considera que “identidades são construções sociais formuladas a partir de diferenças reais ou inventadas que operam como sinais diacríticos, isto é, sinais que conferem uma marca de distinção”. E nesse sentido, reforça-se que o valor de uma cultura também pode ser transmitido através de sua comida típica.

A alimentação assume também um comportamento cultural que transcende a questão biológica, que diz respeito apenas à sobrevivência, embora seja fator essencial para a manutenção da vida de todos os seres humanos. No entendimento de Amon e Menasche (2008), a alimentação vai além, relaciona-se diretamente com a vitalidade do indivíduo, com sua necessidade fisiológica de ingerir nutrientes que lhe mantenham o corpo funcionando. A comida, portanto, se constitui um meio para manifestar significados, emoções, visões de mundo e identidades. Para essas

autoras, a comida está relacionada às memórias, que constituem uma comunidade, pois pode ser apreendida e passada para gerações que mantêm o conhecimento e preserva a memória de uma sociedade.

A cultura se manifesta de diferentes formas, através de monumentos, museus, da gastronomia, dos costumes e tradições ou mesmo de eventos culturais. A partir do exposto sobre cultura e patrimônio cultural, considera-se importante que seja aprofundado o entendimento deste tema, na sua dimensão material e imaterial, ou seja, dentro de seu aspecto tangível e intangível do patrimônio cultural, conforme abordado na sequência deste tópico.

2.5 Patrimônio Material e Imaterial

O patrimônio não se limita apenas ao sentido de herança. Refere-se, também, aos bens produzidos por antepassados, que resultam em experiências e memórias, coletivas ou individuais. Em vista disso, sua preservação torna-se fundamental no que diz respeito ao desenvolvimento cultural de um povo, uma vez que reflete em sua formação sociocultural. Preservar o patrimônio pode ser uma medida eficaz para garantir que a sociedade tenha a oportunidade de conhecer sua própria história e de outros, por meio do patrimônio material e imaterial. O patrimônio é construído e traz consigo o sentimento de pertencimento dos indivíduos ao grupo social e lhe assegura uma identidade cultural (PELEGRINI, 2007).

Para o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN (2020a), o patrimônio material:

[...] é composto por um conjunto de bens culturais classificados segundo sua natureza, conforme os quatro Livros do Tombo: arqueológico, paisagístico e etnográfico; histórico; belas artes; e das artes aplicadas. A Constituição Federal de 1988, em seus artigos 215 e 216, ampliou a noção de patrimônio cultural ao reconhecer a existência de bens culturais de natureza material e imaterial e, também, ao estabelecer outras formas de preservação – como o Registro e o Inventário – além do Tombamento, instituído pelo Decreto-Lei nº. 25, de 30 de novembro de 1937, que é adequado, principalmente, à proteção de edificações, paisagens e conjuntos históricos urbanos.

Os bens de natureza material podem ser imóveis ou móveis. Os bens imóveis abrangem as cidades históricas, os sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais; os bens móveis são identificados pelas coleções arqueológicas, acervos

museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos (IPHAN, 2020a).

Patrimônio Cultural Imaterial é um bem de natureza intangível, de caráter dinâmico e intimamente associado às práticas e representações culturais. Dentre as manifestações patrimoniais no mundo contemporâneo, a Constituição Federal do Brasil (1988) define Patrimônio Imaterial como “os modos de criar, fazer e viver, expressos em rituais, celebrações entre outros”. O mesmo documento garante a preservação do Patrimônio Imaterial brasileiro.

Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores de sociedade brasileira, nos quais se incluem: I – as formas de expressão; II – os modos de criar, fazer, e viver; III – as criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV – as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V – os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico (BRASIL, CONSTITUIÇÃO FEDERAL, 1988).

Conforme Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO, Patrimônio Cultural Imaterial se refere:

[...] as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos os indivíduos, reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural (IPHAN, 2020b).

De acordo com o IPHAN (2020b), esta definição está em concordância com a Convenção da Unesco para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, que foi ratificada pelo Brasil em março de 2006.

O patrimônio imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade, contribuindo para a promoção do respeito à diversidade cultural e à criatividade humana (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Com relação à cultura imaterial, Gevehr (2017b, p. 82, grifo do autor) considera como parte significativa das manifestações de grupos entre elas, “as práticas de crenças religiosas, a música, a língua, a gastronomia e de forma mais

abrangente o conjunto de ‘saberes e fazeres’”. Nesse universo, de acordo com o autor, “são produzidos e reproduzidos os conhecimentos que dão sentido e coesão ao grupo em questão”.

Conforme Sena (2008), os bens patrimoniais nacionais representam uma narrativa sobre a trajetória do que é ser brasileiro, ou ainda, o que se busca ser. Afirma ainda que preservar este bem significa contemplar a diversidade, permitir e assegurar que vários tipos do fazer humano se perpetuem. É uma forma de permitir que as gerações futuras tenham acesso à ancestralidade e à herança cultural da nação.

Segundo Gevehr (2017b, p. 83):

O patrimônio cultural da comunidade é operacionalizado de forma a dar visibilidade ao grupo, oferecendo parte de suas produções culturais imateriais – como comidas, músicas, festas, rituais e celebrações, etc. – como um produto típico do lugar, permitindo assim a difusão de ações voltadas para o desenvolvimento econômico e social.

Em se tratando da gastronomia, Segala (2003), destaca que é parte integrante da herança cultural e se destaca tanto no alimento em si quanto no seu preparo, aspecto este, considerado como intangível dentro da gastronomia. No entendimento de Segala (2003), o que mantém viva a gastronomia de cada região, é a valorização da própria população, que através de seus saberes prepara os alimentos de modo que se diferenciem e caracterizem a região.

O valor cultural do ato e do modo de se alimentar é considerado como Patrimônio Cultural, pois a comida representa os povos, nações, civilizações, grupos étnicos, comunidades e famílias. As discussões sobre o entendimento e as estratégias de proteção do patrimônio cultural imaterial têm movimentado historiadores, antropólogos, sociólogos, gastrólogos e estudiosos de outras áreas, tanto brasileiros como estrangeiros (SEGALA, 2003).

O caráter simbólico adquirido através do alimento em praticamente todas as sociedades é muito forte, e muitas vezes são acompanhados de simbolismos, tornando-se produtos-chave da alimentação de uma comunidade. “O desenvolvimento destes atrativos deve ser feito de forma inteligente e criativa”, para atrair os visitantes (FAGLIARI, 2005, p. 41).

Considera-se nessa pesquisa que a herança cultural, detém em si uma extensa gama de conhecimentos tradicionais e que esse são passados de geração

para geração, conforme as práticas tradicionais locais. Não se preserva um prato, mas sim o saber-fazer. Nesse contexto, destaca-se o conhecimento tradicional, pois através das tradições, a cultura e o patrimônio imaterial são preservados e perpetuados. Assim, buscando compreender esse conhecimento, apresenta-se o conhecimento tradicional, conforme segue.

2.6 Conhecimento Tradicional e Gastronomia

Existem iniciativas regionalizadas para o artesanato, músicas, referências linguísticas, usos de plantas medicinais, manejos ambientais, bem como para a gastronomia.

Conforme Siena e Menezes (2007), o Conhecimento Tradicional se refere a um conhecimento empírico, desenvolvido ao longo de anos de prática locais, envolvendo o meio ambiente e a cultura local vigente dentro de um processo de espaço e tempo determinados. É oriundo do saber-fazer das populações tradicionais e que, na maioria dos casos, não possui um processo universalizado de levantamento e registro.

Ferreira e Jankowsky (2009) consideram que cada uma das etapas do sistema alimentar é carregada de significados culturais, formando a base de um Conhecimento Tradicional que guia a escolha do tipo de solo, da época de plantio, a observação da maré e da lua para a pesca, a seleção de sementes, a colheita, o trato e beneficiamento dos alimentos, a escolha da madeira para o fogo a lenha, o preparo dos alimentos, os hábitos à mesa, os tabus e o papel dos gêneros. Ressaltam que é numerosa a lista de conhecimentos dos povos, construídos ao longo de diversas gerações, atrelando a história e a identidade aos alimentos.

No entendimento de Hernandez e Grácia-Arnaiz (2005), cada cultura gera uma gastronomia peculiar, com receitas, ingredientes, aromas, técnicas de preparação, maneiras de servir e até de comer. Têm classificações particulares e regras precisas, tanto em relação à preparação quanto na combinação dos alimentos, relativos à sua colheita, produção, conservação e consumo.

As elaborações tradicionais não se limitam somente a receitas diferentes. Envolvem ingredientes, métodos, preparações, formas de sociabilidade e sistemas de significados que se fundamentam nas características do território em que estão inseridas e na experiência vivida de quem as produziu.

Ginani (2005) afirma que as receitas regionais são conhecidas e valorizadas por comporem os hábitos alimentares nativos, sendo elaboradas com os ingredientes disponíveis na região e preparadas com técnicas transmitidas de geração a geração.

Fagliari (2005), por sua vez, considera que a receita gerada pela aquisição de pratos e produtos tradicionais é interessante, sobretudo considerando a predominância de pequenos produtores locais na produção e venda desse tipo de elemento. Afirma também, que existe a possibilidade de inserção da população local na produção e comercialização desses produtos, uma vez que ela é a detentora das habilidades para sua produção.

O conhecimento tradicional bem como a gastronomia tradicional se opõe à determinados aspectos que tendem a padronização das culturas por se tratar de especificidades locais, gerando uma valorização dos sabores pertencente aos elementos nativos da região, produzidos pelo pequeno produtor com peculiaridades e em conformidade com padrões artesanais. As práticas de valorização propõem a utilização de pratos e produtos que retratam as diferenças alimentares de cada lugar (FAGLIARI, 2005).

No estudo sobre desenvolvimento econômico local, Botelho (2006) enfatiza que a preservação ou reinvenção das gastronomias regionais, tem papel significativo e que uma vez garantida a preservação de receitas e rituais alimentares, todos os atores sociais envolvidos poderão manter seus ganhos diretos e indiretos. É importante destacar que o autor afirma, ainda, que a preservação da gastronomia local pode sustentar a vida comunitária, por pressupor a inclusão social por meio de geração de emprego e renda e, conseqüentemente, o exercício da cidadania.

Segundo Flandrin e Montanari (1996), a Gastronomia Tradicional atua na valorização da cultura regional, na perpetuação da memória culinária das famílias e oferece ganhos de recursos econômicos, tanto para a indústria como para o comércio local.

De acordo com Beluzzo (2004), existe uma tendência de resgate da culinária tradicional em várias partes do mundo, gerando um movimento de preservação das raízes culturais, possibilitando a produção de patrimônios culturais locais. As práticas e representações alimentares de um local não decorrem somente do mero instinto de sobrevivência ou do prazer do homem em se alimentar, elas expressam sua história, geografia, clima e organização social, podendo ser incluída no rol de

bens que compõem os Patrimônios Culturais Imateriais.

Braz e Veiga (2009) entendem que os hábitos alimentares de um povo, além das cores e sabores, transmitem outros valores de caráter social, tais como: religião, etnia e história, trazendo a ideia de pertencimento ao lugar, reforçando a identidade.

A partir do exposto em relação ao conhecimento tradicional, entende-se que este é um importante mecanismo de preservação da identidade de uma localidade ou cultura. Através da transmissão desses conhecimentos que, muitas vezes, são transmitidos de forma oral, é que se mantém a identidade de comunidades que têm na gastronomia um forte componente para transformá-la em atrativo para o turismo.

Nesse sentido, buscando compreender essa relação, discorre-se a seguir, sobre a gastronomia e o turismo, trazendo o olhar para este tema a partir de sua transformação em produto turístico que atrai visitantes e, ao mesmo tempo, colabora para a manutenção da cultura local e o desenvolvimento regional.

2.7 Gastronomia e Turismo

Na pré-história, o ser humano alimentava-se apenas de frutas e vegetais e posteriormente, com sua evolução, criou armas como lanças com bicos envenenados, redes de pesca, arcos e flechas, utilizando estes para caçar e ampliar a sua dieta alimentar. A partir daí, uma nova etapa se revelou, impulsionando o desenvolvimento da agricultura e o domínio dos animais, e com o crescimento da população e a sua fixação em territórios e migrações fez surgir o comércio (LEAL, 2005).

Na Idade Antiga houve um refinamento na cozinha influenciado pela cultura grega, que levou a arte de comer associada à arte de receber. Os gregos levaram os elementos de sua culinária para os romanos, o que os levou a uma alimentação mais variada e sofisticada. Já na Idade Média, as mudanças na forma de se alimentar foram ocasionadas pelos monges, que simplificaram a preparação dos alimentos e realçaram a qualidade dos produtos, substituindo a apresentação dos pratos que levava mais em conta o aspecto visual e luxuoso do que o seu modo de preparação. As grandes navegações foram o marco da Idade Moderna e para resistir aos longos períodos de deslocamentos, os alimentos eram protegidos com a adição de temperos, como ervas aromáticas, que acabaram por ser incorporados, pois enriqueciam o paladar dos alimentos (LEAL, 2005).

Segundo Barreto e Senra (2001), a gastronomia moderna, que surgiu no período da Renascença, através da união de Catarina de Médicis com o delfim francês, introduziu na culinária francesa a cozinha italiana. A base da cozinha francesa, que era mais gordurosa, foi influenciada pela cozinha italiana, a qual diversificava mais os ingredientes e trazia mais harmonização de sabores. Foi daí, de acordo com Barreto e Senra (2001, p. 392), que “se originou a famosa cozinha francesa moderna, que ao longo dos séculos tem regido tendências, descobertas, invenções e é identificada como um dos maiores veículos de divulgação dos valores franceses”.

De acordo com Leal (2005), na Idade Contemporânea, a França se destacou como um grande centro gastronômico. O francês August Scouffier, em 1885, criou um código que listava todos os elementos gastronômicos essenciais para uma cozinha, o que trouxe grande contribuição ao aperfeiçoamento da gastronomia. Na metade do século XX, surgiu um movimento chamado *nouvelle cuisine*, cujo significado era de uma cozinha nova. A partir disso, muitos cozinheiros e chefes passaram a defender uma culinária que realçasse o sabor natural dos alimentos, passando a valorizar mais a técnica de preparo dos pratos.

A palavra gastronomia vem do grego *gaster* (ventre, estômago) e *nomos* (lei), podendo-se entender como “o estudo das leis do estômago”. Por influência francesa, surgiu a palavra *gastronomie*, passando a abranger um conceito mais amplo, representando além do ato de comer e beber, também o de preparar a refeição de forma que proporcionasse o máximo de satisfação (FAGLIARI, 2005).

Na visão de Leal (2005, p. 98), “a cozinha vem acompanhando o homem através dos tempos, misturando ingredientes, técnicas, usos e costumes, regras morais e religiosas, aspectos geográficos, políticos e sociais”.

No Brasil, a culinária se formou através de influências indígenas, africanas e europeias. A gastronomia brasileira foi caracterizada pela mistura dos hábitos dos indígenas com os costumes europeus e africanos, vindos no período da colonização. Após a independência do Brasil, outros povos deixaram sua influência, como a França e a Inglaterra. No século XIX, o crescimento, da produção de café ganhou destaque. Porém, com a nova lei que proibia o tráfico de escravos, a alternativa foi impulsionar a vinda de colonos europeus para trabalhar nos cafezais que, aos poucos, se tornou uma mão-de-obra livre. Assim, a cozinha brasileira, que surgiu da integração do índio, do português e do negro, começou a ter influências de vários

povos europeus que vieram para o Brasil, como espanhóis, alemães, italianos, entre outros (LEAL, 2005).

Barreto e Senra (2001, p. 392) apontam que no Brasil ainda existe confusão entre gastronomia como área de conhecimento e culinária. Os autores entendem a arte culinária como “o conjunto de conhecimentos adquiridos empiricamente ou num contexto associado principalmente ao lar e/ou a pessoas comprometidas com o bem-comer”. Foi a partir dos anos 70 que se passou a falar uma linguagem mais voltada à gastronomia com a vinda de chefs europeus para o país, trazendo novos conceitos, novas técnicas e modos de atuação. Segundo os autores:

A gastronomia passou a ser reconhecida como “atividade culinária desenvolvida dentro de princípios científicos ou por técnicas alicerçadas em anos de descobertas e experiências que visavam equilibrar sabores e ingredientes – com finalidades não só de cunho estético, mas também de harmonização dos diversos elementos que compõem as necessidades nutricionais de um indivíduo (BARRETO; SENRA, 2001, p. 393).

Schülter (2003) considera que o alimento não serve somente para nutrir ou saciar uma necessidade, ele tem um significado simbólico na sociedade. A preparação dos pratos está associada aos valores culturais e códigos sociais e, a partir desses códigos, as pessoas se desenvolvem. Ainda conforme Schülter (2003, p. 13), “a alimentação é um processo consciente e voluntário que se ajusta a diferentes normas de cada cultura”. Envolve tanto os processos nutritivos quanto o aspecto cultural e social que compõem os comportamentos e normas alimentares.

De acordo com Schülter (2003, p. 16-17):

No ato da alimentação o homem biológico e o homem social ou cultural estão estreitamente ligados e reciprocamente implicados, já que nesse ato pesa um conjunto de condicionamentos múltiplos, unidos mediante interações complexas: condicionamentos e regulagens de caráter bioquímico, termodinâmico, metabólico ou psicológico; pressões de caráter ecológico; modelos socioculturais; preferências e aversões individuais ou coletivas; sistemas de representações ou códigos (prescrições, e proibições, associações e exclusões); “gramáticas culinárias”, etc. Tudo isso influi na escolha, na preparação e no consumo de alimentos (Grifo da autora).

Nesse mesmo sentido, Franco (2004, p. 23) explana que os hábitos culinários de uma determinada sociedade não são decorrentes somente do instinto de sobrevivência e necessidade de se alimentar, mas “são expressões de sua história, geografia, clima, organização social e crenças religiosas”.

Schülter (2003, p. 32) considera que “a alimentação é um fator de diferenciação cultural que permite a todos integrantes de uma cultura (sem importar seu nível de renda) manifestar sua identidade”. Para a autora, essa construção simbólica se manifesta também através da gastronomia, pois reflete “suas preferências e aversões, identificações e discriminações”, e assim, vai se formando uma cozinha de caráter étnico que caracteriza cada cultura de forma particular.

No entendimento de Amaral, Muller e Remor (2010), as práticas alimentares de uma determinada comunidade não estão relacionadas somente ao instinto de sobrevivência ou ao prazer em se alimentar, mas expressam sua história, a geografia, o clima e a organização social. Isso faz parte do universo de bens que estão incluídos como patrimônio imaterial ou intangível.

Schülter (2003), destaca que a gastronomia assume importância cada vez maior, como um produto para o turismo cultural, tendo como motivação a busca pela experiência de alimentação. De acordo com a autora:

A busca pelas raízes culinárias e a forma de entender a cultura de um lugar por meio de sua gastronomia está adquirindo importância cada vez maior. A cozinha tradicional está sendo reconhecida cada vez mais como um componente valioso do patrimônio intangível dos povos. Ainda que o prato esteja à vista, sua forma de preparação e o significado de cada sociedade constituem os aspectos que não se vêem, mas que lhe dão seu caráter diferenciado (SCHÜLTER, 2003, p. 11).

Gândara, Gimenes e Mascarenhas (2009, p. 180), consideram que a identidade de uma sociedade é resultado do meio e da formação social de seus indivíduos, e essa dinâmica constrói as “memórias coletivas, tradições, hábitos, costumes, fazeres rotineiros e demais manifestações imateriais, que identificam e diferenciam um grupo do outro”. E a identidade gastronômica se constrói a partir do arcabouço cultural dos grupos sociais que fazem parte da sociedade através de suas manifestações que se perpetuam ao longo do tempo.

Schülter (2003), afirma que a comida não é feita somente para comer, é também muito boa para ser e se diferenciar. Para a autora, a preparação dos pratos é repleta de componentes emocionais e simbólicos, e cada sociedade tem suas próprias tradições e costumes.

O turismo, nesse contexto, aproveita desses elementos ligados à gastronomia para atrair visitantes interessados em diferentes manifestações culturais, que ocorrem tanto no meio urbano quanto no rural.

Nesse mesmo pensamento, Fagliari (2005) aponta duas características que se destacam na alimentação da sociedade moderna: o prazer e a socialização. Em se tratando de experiências de viagens, a autora destaca que é comum ouvir comentários sobre pratos consumidos ou sobre gêneros alimentícios típicos de cada localidade, assim, a alimentação acaba sendo um importante fator para o sucesso ou o fracasso da viagem. A experiência vivida através da gastronomia fica marcada na memória dos turistas.

Fagliari (2005) ainda considera que a alimentação como um atrativo turístico, além de contribuir para a economia dos destinos, também colabora para a integração entre turistas e comunidade local. Para a autora:

Ao consumir um produto do turismo gastronômico, o viajante estará inevitavelmente entrando em contato com a cultura local e o modo de vida da população. Assim, a gastronomia é um dos modos mais fáceis de fazer com que os turistas não apenas observem a cultura, mas também interajam e se sintam parte da comunidade, se colocando no lugar do anfitrião (FAGLIARI, 2005, p. 15).

Na visão de Gimenez (2006), a cultura imaterial é transmitida de geração em geração e é recriada pelas comunidades em função de seu meio e sua história, o que faz com que tenham um sentimento de identidade e continuidade.

Fagliari (2005), considera a alimentação como um elemento do patrimônio cultural dos povos, pois faz parte de seus bens culturais intangíveis e o turismo gastronômico vem apresentando importância crescente dentro do mercado turístico.

Schülter (2003, p. 89) também considera a gastronomia como patrimônio cultural: “a gastronomia, sem dúvida, está ganhando terreno como atração tanto para os residentes como para turistas. Não só nutre o corpo e o espírito, mas faz parte da cultura dos povos”.

Cunha e Oliveira (2009) consideram que conhecer a gastronomia de um determinado lugar é valorizar a sua cultura. A gastronomia é uma importante fonte de investigação da identidade e perpetuação de hábitos e costumes. Os hábitos alimentares transmitem outros valores de caráter social, como religião, etnia e história. As autoras, afirmam, ainda, que a relação alimentação e cultura não se restringe somente aos processos de manipulação dos alimentos, mas também aos modos à mesa, aos locais, às maneiras como degustam, o que faz com que o

fenômeno alimentar humano tenha marcas de mudanças sociais, econômicas e tecnológicas que ocorrem com o passar dos anos.

Segundo Fagliari (2005), o diferencial da gastronomia é que ela representa o tipo de localidade e se adapta ao público recebido no local, onde as comunidades aproveitam suas raízes, tradições e expressões culturais transmitidas através da culinária, e transformam isso em um atrativo turístico a ser oferecido aos visitantes.

Em se tratando de Turismo gastronômico, cabe destacar o conceito apresentado pelo Ministério do Turismo (2010) que considera o Turismo Gastronômico uma vertente do segmento do Turismo Cultural. Este decorre pelo deslocamento de visitantes para práticas gastronômicas a um determinado destino. O uso turístico do patrimônio imaterial através da gastronomia lhe confere uma importância no sentido de promover um destino e atrair turistas.

O Turismo Gastronômico é um segmento turístico que utiliza a culinária típica como um elemento de vivência, por parte do turista, em relação à cultura local. O Turismo Gastronômico une a atividade turística à oferta gastronômica, e por conseguinte, valoriza a cultura local pelo compartilhamento de seus valores e costumes (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010). Segundo o MTur:

Assim, a identidade gastronômica, enquanto elemento de identidade da cultura de um povo, pode ser trabalhada como um atrativo turístico ao proporcionar para o turista o conhecimento da identidade cultural de determinada comunidade. E na perspectiva da economia da experiência, pode ser possível aproveitá-la como uma oportunidade para o desenvolvimento de destinos e produtos turísticos, ao ser capaz de valorizar suas características culturais e de atender a uma demanda específica em crescimento valorizando, com isso, a sua oferta turística (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, p. 26).

Fagliari (2005, p. 9), considera que a alimentação e o turismo estão interligados, pois o alimento satisfaz necessidades biológicas, mas também é visto como um atrativo pelos turistas. Destaca a autora, “a alimentação passa a ter função muito mais experimental do que funcional quando é parte de uma viagem. Mesmo a refeição mais básica pode ser guardada na memória para sempre, adquirindo caráter mais atrativo”.

Gimenes-Minasse (2014, p. 4) conceitua turismo gastronômico da seguinte forma:

Atrativo gastronômico é todo lugar, iguaria (comida e bebida), modo de preparo, produção ou serviço, acontecimento programado, estabelecimento destinado ao serviço de alimentação fora de casa ou qualquer outro empreendimento vinculado à alimentação que tenha interesse turístico e gere deslocamentos de grupos humanos com o objetivo de conhecê-lo.

Embora o atrativo gastronômico, por si só, não seja suficiente para gerar o fluxo turístico de uma localidade ou região, ele pode ser um elemento que complementa uma série de ofertas que fazem parte do destino turístico.

Gândara, Gimenes e Mascarenhas (2009, p. 27) consideram o Turismo Gastronômico como “uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade”.

Para Peccini (2013), desenvolver o turismo gastronômico é valorizar e preservar o patrimônio alimentar brasileiro, destacando a diversidade de cada região, de forma que a comida do lugar se torne um atrativo turístico.

Em face ao exposto neste tópico que discorre sobre a gastronomia e sua relação com o turismo, destaca-se sua importância no sentido de resgatar memórias, preservar hábitos, costumes e tradições locais, e ainda, estabelecer uma conexão íntima com as raízes. Além disso, através dos atrativos gastronômicos que resgatem a cultura local, é possível criar mecanismos também de manutenção das comunidades por meio de sua sustentabilidade econômica, trazendo também um resgate da autoestima coletiva de um povo. Dando sequência, apresentam-se, a seguir, os aspectos metodológicos adotados para o estudo.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

O método é o conjunto das atividades sistêmicas e racionais que permite alcançar o objetivo, traçando o caminho a ser seguido. A Pesquisa se vale de procedimentos formais com tratamento reflexivo e analítico, e requer um olhar científico para o que o pesquisador quer investigar (MARCONI; LAKATOS, 2018).

Este capítulo trata, portanto, da metodologia adotada para a realização do estudo e realização da pesquisa de campo. Apresenta seu delineamento e tipologia, bem como o universo pesquisado, a amostra, a forma de coleta dos dados e, por fim, a forma de análise e apresentação dos resultados obtidos.

3.1 Classificação da Pesquisa

Independentemente do tipo da pesquisa, a mesma deve seguir uma série de procedimentos bem definidos e estruturados que garantam seu desenvolvimento. O pesquisador, nesta etapa do estudo, deve conhecer as ferramentas disponíveis e escolher os procedimentos metodológicos que melhor fornecem suporte para o desenvolvimento do trabalho (GIL, 2009, VERGARA, 2009).

Esta pesquisa, portanto, pode ser classificada da seguinte forma: quanto aos seus objetivos e quanto à abordagem do problema. Apresenta-se também, o universo e a amostra, os instrumentos de coleta de dados e a análise dos dados.

No que se refere aos objetivos, caracteriza-se como pesquisa descritiva que, segundo Vergara (2009), expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece a relação entre as variáveis e define sua natureza.

De acordo com Andrade (2009), na pesquisa descritiva, os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira, utilizando-se de técnicas padronizadas de coleta de dados, realizada através de questionários ou de observação sistemática.

A pesquisa descritiva, no entendimento de Marconi e Lakatos (2018, p. 6), “delineia o que é’ e aborda também quatro aspectos: descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos atuais, objetivando o seu funcionamento no presente”.

Gil (2009) explica que a pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Cervo, Bervian e Silva (2007), nessa

mesma linha, consideram que a pesquisa descritiva trabalha sobre dados ou fatos colhidos da própria realidade. Acrescentam os autores, que a pesquisa descritiva busca conhecer as diversas situações e relações que ocorrem na vida social, política, econômica, assim como outros aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo como de grupos e comunidades.

O estudo também se estrutura através de um estudo de caso, que segundo Yin (2005), trata-se de uma investigação de caráter empírico que investiga um fenômeno atual dentro de seu contexto da vida real. O estudo de caso, entretanto, se restringe a uma ou poucas unidades, dessa forma, pode ser uma pessoa, produto, empresa, órgão público ou comunidade (YIN, 2005, VERGARA, 2009).

Conforme Yin (2005), o estudo de caso permite a obtenção de dados em um nível de profundidade capaz de caracterizar e explicar detalhadamente os aspectos do caso estudado. Gil (2009), considera que o estudo de caso preserva o caráter unitário do fenômeno pesquisado, ou seja, não separa o fenômeno do seu contexto, e é considerado um estudo mais aprofundado, por se referir à particularidade e complexidade de um único caso.

Em relação à abordagem do problema, caracteriza-se como de caráter qualitativo. Farias Filho e Arruda Filho (2013, p. 64) afirmam que a abordagem qualitativa é “parte de uma visão em que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o pesquisador, entre o mundo objetivo e a subjetividade, que não pode ser traduzida em números”.

Na abordagem qualitativa, o pesquisador procura estabelecer os significados a partir da visão dos participantes. Utiliza instrumentos de coleta dos dados mais flexíveis, geralmente, através de entrevistas estruturadas por meio de um roteiro contendo questões abertas. Os dados também são apresentados de forma mais flexível (CRESWELL, 2010).

Segundo Malhotra (2001), nas pesquisas qualitativas, o objetivo consiste em alcançar uma compreensão qualitativa das razões ou motivações subjacentes, acerca do objetivo de estudo, por essa razão, o número amostral é reduzido.

O estudo também se apoia em uma pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. Para Farias Filho e Arruda Filho (2013, p. 64), a pesquisa bibliográfica é aquela elaborada a partir de materiais que já foram publicados, “constituído principalmente de livros, artigos de periódicos e, atualmente, com material disponibilizado na internet”. De acordo com os autores (2013, p. 64), a pesquisa

bibliográfica procura verificar como o “tema-problema” foi tratado em outros estudos, para que, possa identificar que evolução conceitual e/ou metodológica pode ter ocorrido a partir de outros estudos.

Gil (2009), por sua vez, aponta que a principal vantagem da pesquisa bibliográfica está no fato de permitir a investigação de uma cobertura maior de fenômenos, pois utiliza pesquisa em jornais, livros, artigos entre outros materiais já publicados.

Marconi e Lakatos (2018, p. 63) consideram que a principal finalidade da pesquisa bibliográfica é colocar o pesquisador em contato com o que já foi publicado. Afirmam os autores: “a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras”.

Com relação à amostra da pesquisa, realizada no estudo de campo, é composta por três tipos de atores sociais selecionados para a mesma e foi realizada através de entrevistas individuais. As entrevistas foram realizadas de forma presencial, gravadas com o consentimento dos entrevistados, com duração de mais ou menos 1 hora e 30 minutos cada. Os entrevistados foram: o representante do Poder Público Municipal, o Secretário Municipal de Agricultura; o Presidente da Associação dos Fornos de Gramado, que também é produtor e trabalha nos Fornos de Gramado. Também foram entrevistados dois grupos de agricultores (composto por 12 agricultores cada) que fazem parte da Associação dos Fornos e que estavam comercializando seus produtos no dia em que ocorreu a visita da pesquisadora nos Fornos de Gramado.

Os dados qualitativos da pesquisa foram coletados por meio de entrevistas individuais, através de um roteiro preestabelecido, conforme Apêndices A e B. Segundo Vergara (2009), a entrevista é um procedimento que pode ser informal ou por pautas. No caso da entrevista por pautas, o entrevistador explora os tópicos preestabelecidos, obtendo assim, maior profundidade. A entrevista pode ser gravada e depois transcrita, o que ajuda a manter a fidedignidade das informações obtidas.

A entrevista não é uma simples conversa. É uma conversa orientada para um objetivo definido: recolher, por meio do interrogatório do informante, dados para a pesquisa (CERVO; BREVIAN; SILVA, 2007). Para Andrade (2009), a entrevista tem como objetivo averiguar fatos ou fenômenos, identificar opiniões, e determinar pelas respostas individuais, a conduta previsível em certas circunstâncias.

O propósito dessas entrevistas foi o de conhecer a percepção de diferentes atores sociais quanto aos produtos comercializados nos Fornos e sua contribuição como atrativo gastronômico e fomento ao desenvolvimento local.

Quanto à análise utilizou-se a técnica de análise de conteúdo através do método proposto por Bardin (2011). Esse método é desenvolvido em fases distintas. Na primeira fase, é realizada a preparação do material, conceituada de pré-análise. No caso de entrevista, compreende sua transcrição e obedece as seguintes regras: exaustividade (comunicação na íntegra, sem cortes); representatividade (retratar o universo); homogeneidade (temas iguais, indivíduos semelhantes, todos envolvidos na produção e técnica); pertinência (documentos inerentes à pesquisa e objetivos); exclusividade (elemento único). Na segunda fase, é realizada a exploração do material com sua codificação, escolhendo unidade de registro com base nos construtos elaborados no referencial teórico. Por fim, na terceira fase, realiza-se o tratamento e a interpretação dos dados, baseando-se nas falas dos entrevistados dentro dos parâmetros da pesquisa (BARDIN, 2011).

O tema é geralmente utilizado como unidade de registro para estudar motivações de opiniões, de atitudes, de valores, de crenças ou tendências. As entrevistas (não diretivas ou mais estruturadas) frequentemente são analisadas tendo o tema por base. Segundo esse método, o conteúdo da pesquisa é estruturado através da classificação de elementos semelhantes, agrupados por suas características comuns. É um processo estruturado em duas etapas: inventário, onde são isolados os elementos analisados; e classificação, onde são repartidos e organizados os elementos. “A análise consiste em descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação ou a frequência de aparição” (BARDIN, 2011, p. 135, grifo da autora).

No caso deste estudo, a análise foi estruturada nos conteúdos individuais de cada entrevistado, bem como nos pontos comuns entre as respostas dos participantes, com o objetivo de entender e analisar as percepções dos diferentes atores sobre os Fornos de Gramado como atrativo turístico e gastronômico e incentivador ao desenvolvimento local.

A partir do exposto, tem-se, a seguir, um quadro que visa explicitar a relação entre os objetivos específicos e a metodologia a ser aplicada, a fim de auxiliar a pesquisadora na montagem da análise dos dados coletados, como pode ser visto na sequência.

Quadro 1 – Relação entre Objetivos Específicos e Análise dos dados

Objetivos Específicos	Análise dos dados
a) Analisar o papel do poder público e as políticas públicas no surgimento dos Fornos de Gramado como produto turístico gastronômico;	Entrevista Individual, com aplicação de questionário semiestruturado (roteiro) com Secretário da Agricultura de Gramado representando o Poder Público do município; com o Presidente da Associação dos Fornos de Gramado (APÊNDICE A); com Produtores que trabalham nos Fornos de Gramado (APÊNDICE B).
b) Verificar as percepções dos atores locais sobre os Fornos de Gramado;	Entrevista Individual, com aplicação de questionário semiestruturado (roteiro) com Secretário da Agricultura de Gramado representando o Poder Público do município; com o Presidente da Associação dos Fornos de Gramado (APÊNDICE A); com Produtores que trabalham nos Fornos (APÊNDICE B).
c) Identificar os principais aspectos que potencializam os Fornos de Gramado como atrativo turístico e gastronômico de Gramado;	Através de análise dos conteúdos obtidos nas entrevistas dos atores locais relacionando com o referencial teórico do estudo para fechamento e conclusão do trabalho.
d) Propor contribuições para a continuidade dos Fornos de Gramado como atrativo turístico.	Contribuições evidenciadas a partir da discussão dos resultados da pesquisa sobre os Fornos de Gramado.

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Após a definição dos aspectos metodológicos, parte-se para a aplicação das entrevistas e, posteriormente, para a análise dos resultados, apresentada no capítulo a seguir.

4 FORNOS DE GRAMADO: SABORES E AROMAS NA TRADIÇÃO DOS FORNOS DE BARRO

Neste capítulo são apresentados os resultados obtidos após a aplicação da técnica proposta na pesquisa, através de análise de conteúdo, com base nas respostas das entrevistas, que respondem ao objetivo geral e aos objetivos específicos do estudo. Aborda-se, também, os tópicos que buscam subsídios para compreender e entender os Fornos de Gramado como produto de atrativo gastronômico, a contribuição do poder público, a percepção dos atores envolvidos e a contribuição deste produto para o desenvolvimento do turismo de Gramado/RS.

A coleta de dados iniciou-se com o Poder Público, através do seu representante, o Secretário da Agricultura e, posteriormente, foram realizadas as demais entrevistas, com o Presidente da Associação dos Fornos de Gramado e com Produtores que comercializam no espaço. As entrevistas ocorreram entre os meses de março e abril de 2020. Realizou-se uma entrevista com o Secretário da Agricultura, uma entrevista com o Presidente da Associação dos Fornos de Gramado, e entrevistas com dois grupos de produtores que trabalham nos Fornos.

Em razão da Pandemia por Covid-19 e, posteriormente a decretação de quarentena em todo o Estado e País, que acarretou também no fechamento dos estabelecimentos na cidade de Gramado (Decreto nº 090/2020¹), não foi possível realizar mais entrevistas com os produtores dos Fornos. Também não foi possível realizar entrevistas com visitantes, embora estivesse proposto inicialmente no estudo. Por esse motivo, e, em função do avançado do tempo, optou-se por finalizar a pesquisa com as entrevistas obtidas até o referido momento, totalizando quatro entrevistas: uma com o representante do poder público, realizada presencialmente no dia 17 de março de 2020; duas entrevistas, também presenciais, com grupo de produtores que comercializam sua produção no espaço dos Fornos e integram a referida associação, no dia 21 de março de 2020; e uma com Presidente da Associação dos Fornos de Gramado, realizada por meio de *whatsapp*, no dia 27 de abril de 2020.

¹ Prefeitura Municipal de Gramado. Decreto nº 090/2020. Reitera a declaração de estado de calamidade pública em todo o território do município de Gramado para fins de prevenção e enfrentamento à pandemia causada pelo COVID-19 (novo Coronavírus), e dá outras providências.

Para a apresentação dos dados optou-se por uma estrutura que contemple os objetivos específicos do estudo, relacionando-os com os tópicos de análise: a) Analisar o papel do poder público e as políticas públicas no surgimento dos Fornos de Gramado como produto turístico gastronômico. Neste item encontra-se a apresentação de como surgiram os Fornos de Gramado como produto turístico e gastronômico e como o poder público e as políticas públicas atuam no apoio e fomento a esta iniciativa dentro do município; b) Verificar as percepções dos atores locais sobre os Fornos de Gramado. Neste item estão apresentadas as percepções dos atores locais sobre os Fornos de Gramado como produto turístico e gastronômico. d) Identificar os principais aspectos que potencializam os Fornos de Gramado como atrativo turístico e gastronômico de Gramado/RS: uma análise da opinião dos entrevistados quanto à contribuição dos Fornos de Gramado para o crescimento do turismo no município.

Muito importante, antes de apresentar os resultados obtidos nas entrevistas, relacionando-os com os objetivos traçados, é trazer algumas características do município de Gramado/RS, para, na sequência, apresentar os Fornos de Gramado, unidade de estudo desta pesquisa.

4.1 O Município de Gramado/RS e os fornos: uma breve caracterização

O município de Gramado está localizado a uma distância de mais ou menos 120km da capital do estado, Porto Alegre, dependendo da rota, que pode ser pela RS239 e RS 115, passando pelos municípios de Sapiranga, Nova Hartz, Parobé, Taquara, Igrejinha e Três Coroas, ou seguindo pela BR116, que passa pelos municípios de Novo Hamburgo, Ivoti, Dois Irmãos, Morro Reuter, Picada Café e Nova Petrópolis, trajeto também conhecido como Rota Romântica. O tempo estimado do percurso de viagem é de aproximadamente 1h50min.

A localização de Gramado pode ser observada na Figura 1, a seguir.

cidade é chamada de 'Suíça Brasileira', por seu clima temperado, arquitetura típica e manifestações culturais. Tem no turismo a base da sua economia, sendo considerada o segundo destino turístico no País. A indústria do município, a partir dos anos 50, intensificou-se nas áreas do calçado, mobiliário, malhas e confecções, além do chocolate que, acompanhado da gastronomia e dos serviços hoteleiros, atraem visitantes de todo o país e do exterior (GRAMADO, 2020).

A vocação da cidade, desde o início do século 20, tem sido o turismo, por suas belezas naturais e eventos que acontecem durante o ano todo, entre eles o Natal Luz, um dos mais conhecidos do Brasil. Oferece uma variedade de hotéis, pousadas, restaurantes e cafés, além de mais de 50 espaços de entretenimento e lazer, como parques e museus. O calendário de eventos contempla entretenimento para os mais diversificados públicos, como: Gramado Fantasia, Gramado *In Concert*, Páscoa em Gramado, Gramado Aleluia, Festa da Colônia, Festival de Cinema, Festival de Cultura e Gastronomia, Natal Luz e Reveillon, dentre outros (GRAMADO, 2020).

Gramado pela sua característica diferenciada, vem implementando o conceito de Cidade inteligente, utilizando-se de tecnologias e novos processos, que facilitam a administração pública, melhoram os serviços e a vida das pessoas, trabalhando dentro de um conceito de *Smart Cities*. Para isso, vem utilizando ferramentas tecnológicas e adotou o “Programa Gramado Cidade InteliGENTE”, concebido a partir dos fundamentos de uma Cidade Sensível ou *Senseable City*, que visa aproximar as pessoas dos espaços públicos, da administração pública e de sua comunidade. Esse Programa, foi transformado em lei em 2018, Lei Municipal n. 3704/2018, que cria no Município um ambiente propício para a implementação de projetos voltados à inovação (GRAMADO, 2020).

A cidade de Gramado, pelas suas características busca constantemente inovar para se diferenciar e atrair visitantes de todo o Brasil como também do exterior. É uma cidade que vive do turismo e seus moradores necessitam que ele seja trabalhado de forma a gerar renda e sustentabilidade tanto para o poder público quanto seus habitantes.

Dentro dessa perspectiva, nasceu naturalmente os Fornos de Gramado, que vale a pena serem estudados pela sua característica de diferenciação e pela forma como são conduzidas as ações e a sua sustentabilidade, e que vem alcançando cada vez mais sucesso junto aos visitantes.

Os Fornos de Gramado, com esse nome, surgiram a partir de junho de 2015, com a criação da Associação dos Fornos de Gramado (AFG). Inicialmente, contou com a participação de 163 agricultores, tornando-se a maior associação do meio rural do município. A sua criação buscou, além de atender os quesitos legais de ocupação do espaço público, permitir a legalização e legitimação do trabalho principal do grupo, que é a interação com gramadenses, turistas e visitantes, a partir da produção de pães, cucas, biscoitos e outras iguarias típicas da colonização europeia. A AFG – Associação dos Fornos de Gramado utiliza o espaço da Praça das Etnias para a produção de diversos alimentos típicos, que são assados em fornos de barro (PÁGINA RURAL, 2015).

Na Figura 3, pode ser observado o espaço onde estão localizados os Fornos de Gramado, junto à Praça das Etnias, na região central de Gramado.

Figura 3 - Praça das Etnias onde está localizado o espaço dos Fornos de Gramado



Fonte: Acervo da autora (2020).

Na Figura 4, a seguir, a estrutura utilizada pela Associação dos Fornos de Gramado.

Figura 4 - Fornos de Gramado



Fonte: Acervo da autora (2020).

Na Figura 5, a imagem dos fornos de barro onde são assados os pães e cucas.

Figura 5 - Fornos de barro onde são assados os pães e cucas



Fonte: Acervo da autora (2020).

Na Figura 6, os principais produtos comercializados que são os pães e cucas.

Figura 6 – Pães e cucas comercializados no espaço dos Fornos de Gramado



Fonte: Acervo da autora (2020).

Atualmente, 12 comunidades, com 170 associados, participam das atividades, em sistema de rodízio. As famílias trabalham na produção de cucas e pães que são assados na hora, além de outros produtos como biscoitos que são produzidos em suas localidades e comercializados no espaço dos fornos. Além da organização dos agricultores, a Secretaria Municipal da Agricultura, a Emater/RS-Ascar e o Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Gramado atuam como entidades reguladoras. Além disso, o trabalho da associação incentiva a participação de agricultores, buscando incrementar a renda também de jovens e famílias em vulnerabilidade social.

Após o exposto sobre o município de Gramado e sobre os Fornos de Gramado, apresentam-se, a seguir, os resultados das entrevistas realizando as análises sobre os pontos mais relevantes identificados pela análise do conteúdo.

4.2 O papel do Poder Público: as políticas públicas e o surgimento dos Fornos de Gramado como produto turístico gastronômico

As políticas públicas têm importante papel de fomento para ações que visem o bem comum. Como já visto através de autores referidos, a política pública diz respeito à mobilização político-administrativa para articular e alocar recursos e esforços, no sentido de solucionar problemas que dizem respeito ao coletivo, ou seja, políticas orientadas a solução de questões públicas que visem o bem social (PROCOPIUCK, 2013, DIAS; MATOS, 2012).

Em entrevista realizada com o Secretário da Agricultura, foi possível verificar as diversas ações voltadas ao fomento da agricultura familiar, alinhadas às ações que visam atender tanto ao cidadão gramadense quanto ao visitante/turista e ao veranista. Segundo o Secretário, existe atualmente em Gramado a Festa da Colônia, um evento anual que acontece no Parque da Expogramado; a Feira do Agricultor que acontece em dois pontos da cidade, na Várzea Grande, e na Praça das Etnias; junto à Cooperativa Planalto há eventos corriqueiros, todos os sábados e terças em vários horários. O Secretário ainda citou a Casa do Colono, que é um espaço (prédio) localizado na Praça das Etnias, onde são vendidos produtos de agroindústria, e que o agricultor pode comercializar seu produto pronto, que ele não fabrica no local.

Diferentemente dos já citados, o outro espaço que está localizado ao lado da Casa do Colono, compreende os Fornos de Gramado, coordenado pela Associação dos Fornos de Gamado e que tem o espaço para fabricar e comercializar os produtos no local.

Quando questionados sobre o surgimento dos Fornos de Gramado, os entrevistados expuseram sua opinião, conforme pode ser observado no Quadro 2, a seguir.

Quadro 2 – Breve visão dos entrevistados sobre o surgimento dos Fornos de Gramado

Entrevistados	Respostas
Secretário de Agricultura	O espaço foi cedido em 1999 já com um modelo, com um escopo, e depois foi se modificando. Em 2013 foi fundada a associação dos Fornos de Gramado que veio regularizar perante o poder público o espaço público que para ser utilizado tem que ter um termo de cedência combinado com o município; no caso foi uma cessão de uso que permite a esses agricultores explorarem aquele espaço da forma como é hoje.
Presidente da AGF	A Associação dos Fornos de Gramado se tornou associação em 2015, antes estava funcionando não regularizada, para o que seria o propósito. Por isso foi criada para que a nossa situação ficasse legalizada através da associação, AFG. Bem no início eram poucas pessoas que trabalhavam, são divididas em comunidades do interior. O propósito de ter esse atrativo desde o início já era de ter uma ajuda extra para o colono, o produtor agrícola, como uma forma de renda extra, a situação da colônia, da produção agrícola era bem precária, por isso também foi criado este espaço no centro O nome da Associação foi a partir de 2015, antes não tinha um nome definido, todo mundo conhecia como praça das etnias, praça do colono, feira do colono, feira colonial, foi a partir de associação que passou a ser conhecido como Fornos de Gramado.
Grupo de Produtores A (12 pessoas)	Estamos desde o começo, faz 20 anos. No começo não tínhamos essa estrutura, era mais precário.
Grupo de Produtores B (12 pessoas)	Estamos desde 2003 quando ainda não tinha a Associação.

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Segundo o Presidente da AFG, as atividades começaram com a Festa da Colônia, por volta de 1999, através de um espaço cedido na Festa da Colônia para que os colonos pudessem fazer pão e cuca para vender. Como deu certo, optaram então por não participar só na Festa da Colônia. A partir de então, resolveram abrir por mais períodos em um ambiente fixo. Na fala do Presidente da Associação pode ser percebido como surgiu:

No início não tinha nome era só uma construção simples de madeira, chão batido, era precária a estrutura, mas funcionou e começou a atrair o turista. Então saiu da Festa da Colônia passou a funcionar direto a partir de 2002/2003, os primeiros registros que temos são de 2003, tanto que hoje temos uma logomarca com essa data como referência (PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO DOS FORNOS DE GRAMADO, ENTREVISTA ABRIL, 2020).

Esta mesma percepção observa-se na fala dos produtores que mencionaram a precariedade na estrutura no início do trabalho, contudo, posteriormente, com a criação da Associação, vieram as mudanças e as melhorias.

Quanto ao papel do poder público no apoio a essa iniciativa desde seu surgimento, identificaram-se na fala dos entrevistados os pontos mais interessantes, que se encontram apresentados no Quadro 3.

Quadro 3 – O poder público, as políticas públicas e os Fornos de Gramado

Entrevistados	Respostas
Secretário de Agricultura	Existe um Decreto (Decreto nº 109 de 2017 ²), que faz a cessão de uso que determina como deve ser. Eles têm a responsabilidade de cuidar do prédio, fazer a manutenção; em contrapartida, o município cede um espaço nobre para essa finalidade.
Presidente da AGF	Tanto a Prefeitura como a Emater nos apoiam desde o surgimento em 2003. A Prefeitura auxiliou cedendo o espaço para podermos trabalhar e a Emater como órgão de vigilância, de apoio no quesito qualidade, produção em si, dando as coordenadas vamos dizer assim, os conhecimentos necessários para que a gente pudesse trabalhar adequadamente. “Mas a prefeitura desde o início foi um dos principais apoiadores, sem eles não existiríamos”.
Grupo de Produtores A (12 pessoas)	Apoio da Emater, acompanha os produtos, é um órgão regulador.
Grupo de Produtores B (12 pessoas)	Sim, a parte da Prefeitura é a questão das normas, regularizar para não escapar e ficar por conta. Os insumos são comprados pela Associação, uma compra única, isso barateia.

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

O Secretário da Agricultura mencionou, ainda, que o município fez uma cessão de uso para a Associação dos Fornos e ela tem o amparo da Secretaria de Agricultura, da Emater e do Sindicato dos Trabalhadores Rurais, que formam uma espécie de conselho. De acordo com o Secretário, as referidas entidades e instituições gestoras. Interagem para ajudar, se, eventualmente, a associação tiver alguma dificuldade. Em especial, a Emater e a Secretaria de Agricultura assessoram na questão de cronograma, entre outros pontos. Destaca ainda o Secretário: *“eles são cada vez mais independentes e nosso papel é de assessoria, eles têm que ter vida própria e cada vez mais seguindo por conta deles”*.

² Prefeitura Municipal de Gramado. Decreto n. 109/2017. Concede permissão de uso não onerosa de bem imóvel e dá outras providências.

Tanto o Presidente da Associação quanto os produtores entrevistados também confirmam essa participação da Secretaria e da Emater no apoio e nas questões de regularização e regulamentação do trabalho.

O Quadro 4, na sequência, apresenta o perfil dos agricultores que participam dos Fornos de Gramado.

Quadro 4 – O perfil dos agricultores que participam da Associação e dos Fornos de Gramado

Entrevistados	Respostas
Secretário de Agricultura	São, hoje, 170 associados que fazem parte da associação que dependendo do período pode mudar um pouco. São 12 grupos distintos de associados, envolvendo mais de 15 comunidades rurais, só de Gramado. São mais ou menos 120 famílias e têm algumas exigências. Elas têm que apresentar a DAP, Declaração de Aptidão ao Pronaf, têm que ter vida comunitária ativa, têm que ter talão de produtor e não podem comprar produtos de fora do município, ou estabelecer comércio, ele tem que ter a produção própria.
Presidente da AGF	No início eram apenas 4 comunidades, hoje contamos com 12 comunidades do interior de Gramado, mais de 70 famílias que são associadas, e por volta de 170 pessoas que são sócias e pertencem a estas comunidades. Funciona de sexta a segunda, porque não pode ser todos os dias por causa da produção, a gente não é uma padaria não podemos tirar o foco, que é uma produção agrícola.
Grupo de Produtores A (12 pessoas)	Somos agricultores que trabalham com agricultura familiar, temos produção de açúcar mascavo e outros produtos no nosso dia a dia
Grupo de Produtores B (12 pessoas)	Aqui produzimos 3 variedades de produtos: pães, cucas e pão com linguiça. Esses produtos são só aqui que comercializamos. Trabalhamos com agricultura familiar nas nossas propriedades, lá temos outras atividades de renda. Aqui é uma renda extra.

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Em relação ao papel do poder público, o Secretário da Agricultura destacou a forma como se iniciou e como foi sendo implementado aos poucos, no decorrer do processo de implementação da atividade dos fornos:

Quando iniciei o trabalho tivemos que criar os projetos, criar a lei, prever isso em orçamento para o ano seguinte e nesse período conseguimos desenvolver, e hoje também tem a inspeção municipal dos produtos de origem animal (SECRETÁRIO DA AGRICULTURA DE GRAMADO, ENTREVISTA MARÇO 2020).

Observou ainda o Secretário, que atualmente o município já tem 10 agroindústrias, com o termo de adesão ao SUSAF³, que permite ao município vender em todo o estado. Muitas dessas agroindústrias fornecem produtos para os Fornos. Contudo, esses estabelecimentos devem estar regularizados pelo serviço de inspeção, junto ao Programa Gramado Colônia⁴, cujos produtos só podem ser comercializados se estiverem legalizados, ou seja, um depende do outro. A forma de fomentar toda uma cadeia, é seguindo a orientação de que a associação pode usar as matérias-primas compradas exclusivamente de agroindústrias locais, isto é, dentro do município. O objetivo dessa orientação é de fomentar a produção local. A cessão do espaço público tem como premissa ser produtor local, não pode haver pessoas ou grupos de fora.

Nas palavras do Secretário de Agricultura:

Para fomentar o desenvolvimento local, nossa aposta é de valorização das cadeias curtas, tanto a festa da colônia, como a casa da colônia, como os fornos de Gramado, como as feiras, como nosso mercado local. Com as agroindústrias hoje, temos 99 no município. Essas agroindústrias a grande maioria delas se utilizam da cadeia curta, vende direto ou vende para o mercado local, claro que algumas deslançam e acabam vendendo para todo país, mas a maioria é para mercado local. Esse é nosso foco inicial pequenas agroindústrias que diversificadas busquem suprir o espaço local e turístico e os veranistas (SECRETÁRIO DA AGRICULTURA DE GRAMADO, ENTREVISTA MARÇO 2020).

O Presidente da Associação dos Fornos de Gramado, por sua vez, destacou que, como associação, eles têm que seguir regras que são necessárias para trabalhar com manipulação de alimentos. A Associação também tem a assistência da vigilância sanitária e da Emater. “*Nós temos que seguir as adequações como se fôssemos uma padaria, o prédio, as instalações, os equipamentos, todos têm um*

³ SUSAF: Sistema Unificado Estadual de Sanidade Agroindustrial Familiar, Artesanal e de Pequeno Porte), regulamentado pelo Decreto Estadual nº 49340 de 05 de julho de 2012, permite aos estabelecimentos registrados nos Serviços de Inspeção Municipais e que estejam engajados neste Sistema, o comércio em todo o território do estado do Rio Grande do Sul, o que só caberia àqueles registrados na Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural (SEAPDR) por meio do Serviço Estadual de Inspeção (CISPOA). (RIO GRANDE DO SUL. SECRETARIA DA AGRICULTURA, PECUÁRIA, E DESENVOLVIMENTO RURAL). Disponível em: <<https://www.agricultura.rs.gov.br/susaf>>. Acesso em: 20 mai. 2020.

⁴ Prefeitura de Gramado. Secretaria de Agricultura. **Programa Gramado Colônia**: Tem a finalidade de promover o desenvolvimento das agroindústrias familiares, estimular a valorização da produção local, possibilitar a agregação de valor à produção primária, bem como alavancar a formalização dos empreendimentos rurais.

padrão, todos usam as roupas adequadas” (PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO DOS FORNOS DE GRAMADO, ENTREVISTA ABRIL, 2020).

Na Figura 7, pode ser observada a estrutura e os produtores trabalhando todos uniformizados, de acordo com a proposta da Associação.

Figura 7 – Atendimento nos Fornos de Gramado



Fonte: Acervo da autora (2020).

Os produtores entrevistados destacaram as 3 variedades de produtos: pães, cucas e pão com linguiça, que são comercializados somente no espaço dos Fornos: *“esses produtos são só aqui que comercializamos”* (GRUPO DE PRODUTORES B). Complementaram comentando que, fora dos Fornos, trabalham com agricultura familiar nas suas propriedades, tendo outras atividades de renda. Os Fornos representam uma renda extra, que complementa o orçamento familiar. Na sequência, com base no Quadro 5, pode-se observar a opinião dos entrevistados sobre a relação dos Fornos de Gramado com o desenvolvimento local.

Quadro 5 – Os Fornos de Gramado e o desenvolvimento local

Entrevistados	Respostas
Secretário de Agricultura	Atualmente temos 7 roteiros de turismo rural, mais um em andamento em fase de criação, nós temos 99 agroindústrias legalizadas, temos um programa que dá legalização, já tem 66 que aderiram e, destas, 54 já receberam algum tipo de incentivo a partir do programa dentro dos diferentes incentivos que ele propicia, que vai desde projeto arquitetônico, licenciamento ambiental, PCI, Layout de rótulos, até isenção de taxas municipais por 3 anos. O que se busca é agregação de valor para nossa agroindústria, pois não temos produção em escala.
Presidente da AGF	Os produtores têm uma renda extra e não uma renda fixa. Por isso não funciona todos os dias, a intenção é não perder a herança dos antepassados dos avós, o formato de fazer deles, cada grupo tem a sua maneira de fazer, embora os produtos sejam os mesmos, cada um tem a sua maneira de fazer sem perder a cultura dos avós.
Grupo de Produtores A (12 pessoas)	Essa atividade serve para manter a família no meio rural, é uma renda extra para nós produtores
Grupo de Produtores B (12 pessoas)	O que produzimos nos Fornos é só aqui que comercializamos, essa venda é uma renda extra. Pagamos uma taxa para a Associação para a manutenção do espaço, para investimentos, para consertos de equipamentos.

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

O Secretário de Agricultura, durante sua entrevista, apontou um aspecto interessante que está ligado a essa questão do desenvolvimento local: a ideia de que o projeto serve para propiciar um espaço de inclusão social do produtor familiar. Considera que esse é o foco principal do trabalho, mas ressaltou também, a questão do aumento da autoestima, tanto pela renda como pelo relacionamento com pessoas diversas que ali se aproximam.

Destacou, ao final de sua fala, que estes agricultores ficavam à margem do turismo e que o trabalho nos Fornos aproxima esses dois universos, valorizando o trabalho destas famílias que, ao ingressarem nesse meio, ampliaram sua renda e resgataram sua autoestima. Segundo o Secretário da Agricultura: *“nesse período todo o grande desafio, e muito já alcançamos, era tirar o agricultor daquele anonimato que ele se encontrava e aproximá-lo do turista para que ele pudesse colocar seus produtos e obviamente também ter a sua renda”* (SECRETÁRIO DA AGRICULTURA DE GRAMADO, ENTREVISTA MARÇO 2020).

Quando perguntado se os agricultores pagam alguma coisa para utilizar o espaço, o Secretário respondeu que o município encara da seguinte forma:

O agricultor familiar é um grupo que apresenta um certo grau de vulnerabilidade que está em conformidade com as Políticas Públicas Federais e Estaduais. Essa é uma Política Pública municipal visando a melhoria da renda, aumento da autoestima, inserção no mundo turístico e na comunidade como um todo. A contrapartida para nós é esta, é tirar as pessoas da fila do SUS, evitar depressão, realmente melhorar a renda, facilitar (SECRETÁRIO DA AGRICULTURA DE GRAMADO, ENTREVISTA MARÇO 2020).

Também pode ser destacada a contrapartida de que a manutenção do prédio é de responsabilidade da Associação, que apenas mantém o município informado por questão de segurança e viabilidade, mas dentro do espaço eles tem toda a autonomia. O que fica fora do espaço é tratado de forma diferente, por ser um espaço público. Na Figura 8, pode ser observada a estrutura dos Fornos de Gramado.

Figura 8 – Estrutura dos Fornos de Gramado mantida pela AFG



Fonte: Acervo da autora (2020).

Um aspecto interessante destacado pelo Secretário da Agricultura, é que, embora a questão monetária seja importante, uma preocupação, eles não podem só viver dos fornos. Eles têm que manter uma produção na propriedade e se for comprovado que estão vivendo somente dos fornos, serão desligados caso não se adequem, após um prazo determinado previsto no regimento da Associação. Os agricultores têm que ter a cadeia produtiva deles, para não depender somente da renda dos fornos, que devem representar somente um complemento da renda familiar. Assim, o desenvolvimento de toda uma cadeia é mantido para o bem de

todos. Esse mesmo argumento foi observado na fala dos produtores, tanto no Grupo A quanto no Grupo B, expondo que a atividade serve para manter a família no meio rural, sendo a renda dos fornos uma renda extra.

Ainda dentro deste contexto, o Secretário destaca que o trabalho da agricultura familiar é muito difícil, e isso é encarado pelo poder público como uma preocupação, que é a penosidade do trabalho rural. A produção dos Fornos, nesse sentido, possibilitou que diminuísse essa penosidade, pela renda extra que provém da sua atividade.

Com relação à participação mais direta do poder público, destaca-se, com base nas respostas apresentadas no Quadro 6, que este tem muito mais uma função regulatória do que de ação direta ou de poder decisório.

Quadro 6 – Participação efetiva do Poder Público nos Fornos de Gramado

Entrevistados	Respostas
Secretário de Agricultura	As entidades participantes funcionam como reguladoras, eles trabalham e tem toda a autonomia. Nos casos em que foge um pouco da normalidade então entra o poder público para fazer a regulamentação. O poder público através das políticas públicas faz a base para a atuação e regulamentação das ações que envolvem os entes. É preciso assegurar os espaços e o empoderamento dos produtores. Tem também o serviço de inspeção, que além da inspeção propriamente dita, dos produtos de origem animal, ele tem a educação sanitária com vários grupos instruindo sobre a necessidade de se adquirir produtos legalizados, e também as barreiras sanitárias que é a parte da fiscalização tentando coibir os produtos não legalizados.
Presidente da AGF	A Secretaria de Agricultura e a Emater nos apoiam no controle de qualidade: a Emater faz uma visita a cada fim de semana e nós temos um sistema que diariamente vai alguém lá e avalia os produtos, o peso, a qualidade, se está bem crescido, bem recheado no caso das cucas e pãozinho, se foi bem assado. Nós nos preocupamos porque é nossa imagem que está sendo vendida ali, é nossa imagem que vai ser levada para o resto do país, nós temos essa preocupação. Talvez alguns possam pensar que é um pouco exagerado, mas acho que não, é bem importante para que tudo saia conforme o planejado e que todo o cliente que compre os produtos ali tenha uma boa impressão e que tenha um produto de qualidade na mesa.
Grupo de Produtores A (12 pessoas)	Apoio da Emater que acompanha a produção e dá orientações.
Grupo de Produtores B (12 pessoas)	Tem um rigoroso controle de qualidade feito por uma pessoa da Secretaria e um de cada grupo que faz esse controle.

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

A Secretaria de Agricultura implementou um Programa (Programa Gramado Colônia) com diversas ações para fomento da Agricultura familiar. Este programa funciona como um suporte para os Fornos de Gramado, pois dá suporte para diversas agroindústrias da região no sentido de dar condições de funcionamento através de controle da vigilância sanitária.

Não adianta dizer, olha você só pode usar produto legalizado de gramado, mas daí tu não tem ninguém, hoje não, hoje tem, nós tiramos o pessoal de um anonimato e hoje eles estão legalizados e é interessante, eles estão faturando bem mais por ser legalizados, não precisam mais ter medo do mercado (SECRETÁRIO DA AGRICULTURA DE GRAMADO, ENTREVISTA MARÇO 2020).

No entendimento do Secretário de Agricultura, o Poder Público tem que agir de forma a assessorar e não se tornar um órgão que age de forma paternalista:

[...] eu digo pra eles, não é porque eu venho da EMATER, nós temos que andar presos o menos possível ao estado, o Poder Público, temos que ter essa forma de autonomia, de vida porque senão pode chegar um momento que o município não consiga manter por ter outras área para atender e por isso a gente prega essa autonomia e hoje eles tem renda, eles sabem de onde vem o dinheiro e pra onde vai, eles tem auto gestão nós temos cursos de formação de liderança, curso de microbiologia, de boas práticas, pessoal de vigilância sanitária também participa com isso, Emater é uma parceira incrível, nessa parte de novas receitas, de organização do ambiente, do local, da forma de organização dos cronogramas (SECRETÁRIO DA AGRICULTURA DE GRAMADO, ENTREVISTA MARÇO 2020).

Quanto às decisões do grupo, o Presidente da AFG destacou que são coletivas, e acontecem através de reuniões periódicas. Eles têm também um Conselho de Ética formado por um representante de cada grupo, que é responsável por responder pelo grupo nas reuniões. A pessoa indicada é chamada de Conselheiro de Ética, e muda por meio de rodízio: “[...] dessa forma que decidimos o que vamos fazer ou não fazer, é num consenso, a decisão é da maioria que tem que aprovar”, destaca o Presidente da AFG.

O Secretário de Agricultura também destacou a forma de controle dos processos e das decisões:

Existe um conselho de ética que funciona como um fiscalizador dos grupos que vai variando de pessoas para não criar “compadres” e quando necessita tem uma servidora da secretaria que é técnica em alimentos e passa por lá e nos ajuda a cobrar as boas práticas junto com a Emater que faz isso também (SECRETÁRIO DA AGRICULTURA DE GRAMADO, ENTREVISTA MARÇO 2020).

Ainda sobre esta questão, o Secretário comentou que está contente com os resultados, pois segundo ele, fiscalizar somente não adianta, o que tem que ter é consciência de fazer o certo. Mencionou que embora seja um grupo grande em todas as reuniões e as assembleias, não têm ausências, caso ocorram tem que existir algum fato que justifique, atestado médico, por exemplo. Se eles não comparecem, tem punição já prevista no regimento interno da associação, e eles mesmos se autopunem e se cobram. As reuniões são realizadas a cada 60 dias para organizar o cronograma da próxima temporada. A Emater somente dá apoio, a associação tem uma diretoria com vida própria.

A proposta é realmente o poder público ser uma agência reguladora, eles devem relatórios para nós com os movimentos financeiros, tem prazos para nos entregar os relatórios, quanta farinha compraram, quanto açúcar foi, tudo fica registrado para medirmos os coeficientes de produtos para evitar desvios, tudo isso é acompanhado, até o controle dos produtos quando saem do forno, ir até lá de vez em quando e pedir para ver as cucas, abrir na hora para ver se está de acordo com a normatização (SECRETÁRIO DA AGRICULTURA DE GRAMADO, ENTREVISTA MARÇO 2020).

Para finalizar este ponto, o Secretário da Agricultura comentou: “cada vez menos a gente quer se envolver, mas eles têm que sentir a nossa presença para não ficar tão solto”.

O primeiro ponto de análise deste estudo se refere ao papel do Poder Público e a implementação de Políticas Públicas que promovam ações de desenvolvimento local, neste caso, como unidade de estudo os Fornos de Gramado, que atualmente se encontra entre diversos atrativos para visitação no município de Gramado.

De acordo com as respostas obtidas nas entrevistas realizadas com o Secretário da Agricultura do município, com o Presidente da Associação dos Fornos de Gramado (AFG) e com os agricultores/produtores que trabalham na produção dos pães e cucas diretamente no local, os Fornos de Gramado surgiram da necessidade destes agricultores em melhorar a sua condição de vida e, por outro lado, do poder público em encontrar formas de contribuir para isso.

Conforme apontado pelo Presidente da AFG as primeiras ações aconteceram de maneira informal, participando em outros eventos que ocorriam no município. Diante do sucesso da iniciativa, foram se organizando para buscar um espaço permanente em que pudessem comercializar seus produtos, e, com isso, obter uma renda extra que complementasse a sua renda da agricultura familiar, pois a situação destes agricultores era bastante precária. Durante alguns anos trabalharam nesse formato, até que surgiu a associação para dar legalidade e legitimidade à sua atividade. E foi através da organização coletiva que conseguiram melhores resultados, passaram a receber maior apoio do Poder Público e de entidades como Emater e Sindicato dos Trabalhadores Rurais. A partir da criação da Associação foi oficializada a cedência do espaço para o funcionamento dos Fornos de Gramado, que passou a existir com esse nome por volta de 2013/2015.

O papel do Poder Público, como já destacado pelo Secretário da Agricultura, era, inicialmente, dar maior empoderamento a estes agricultores, retirando-os da situação de vulnerabilidade social. E, através da implementação de políticas públicas, promover uma melhoria na renda destas famílias, resgatar sua autoestima, proporcionando mais dignidade e inseri-los em outro meio, neste caso, do turismo, através do resgate de suas origens culturais.

Destaca-se aqui o importante papel das políticas públicas quando bem orientadas, conforme apontam Dias e Matos (2012), que implica no estabelecimento de uma ou mais estratégias orientadas à solução de problemas públicos e/ou à obtenção de maiores níveis de bem-estar social. As políticas públicas, surgem de ações do governo, no entanto, devem considerar a participação da sociedade civil, onde são estabelecidos os meios, agentes e fins das ações a serem realizadas para que os objetivos definidos em seu escopo sejam alcançados.

Silva e Bassi (2012) neste mesmo sentido, consideram que é necessário o envolvimento da sociedade nas políticas públicas, e isso depende dos interesses de cada um dos grupos envolvidos. Envolve muitos atores e não necessariamente formais. Uma política pode ser desenhada a partir de ONGs, de associações de moradores, de associação comercial, federações da indústria e do comércio com intervenções locais, sindicatos e pelo próprio governo. Esses se constituem em organismos formais. Mas, também podem ocorrer através de grupos informais que possuem demandas próprias, que mesmo informalmente, influenciam e participam na definição da política pública.

No caso dos Fornos de Gramado, eles primeiro existiram como um grupo informal, por ainda não estarem organizados em uma associação. Com o apoio da Secretaria de Agricultura, conseguiram viabilizar seu projeto e receberam a permissão de utilizar o espaço que, mesmo em condições precárias de estrutura, conforme relato do Presidente da AFG, possibilitou que comercializassem seus produtos e gradativamente fossem adquirindo mais estrutura. Em decorrência disso, foram criadas condições formais e legais para a continuidade do projeto, através do Decreto n. 109/2017, que formalizou a cedência do espaço para uso dos produtores.

Paralelamente, a Secretaria foi implementando outras políticas como o Programa Gramado Colônia, que ao dar subsídios através de ações educativas, de incentivo e de vigilância sanitária, impulsionou os agricultores familiares e as agroindústrias a melhorarem seus produtos. Indiretamente, os Fornos de Gramado também foram beneficiados, pois passaram a ter fornecedores locais mais qualificados, fortalecendo com isso toda uma cadeia de produção no município.

Secchi (2013), nesse contexto, explana que a política pública, deve ser criada como uma diretriz para enfrentar um determinado problema público através de instrumentos concretos, como: leis, programas, campanhas, obras, prestação de serviços, impostos, taxas, entre outros.

Neste caso, o que está sendo promovido é em última análise o desenvolvimento local, que segundo Vasquez Barquero (1998), tem um papel importante no desenvolvimento equilibrado e sustentado de uma região no longo prazo.

O modelo aplicado em Gramado/RS pode servir como um exemplo de uma iniciativa que surgiu de uma necessidade específica, que tinha um propósito, conforme relatou o Presidente da AFG, de possibilitar “*uma renda extra para o colono*”. No entanto, pelo seu formato inusitado, fazendo uso dos fornos de barro para assar na hora os pães e cucas, e por sua localização nobre junto a Praça da Etnias, foi ganhando corpo e se tornou um atrativo turístico reconhecido.

Essa análise se comprova também pela fala do Secretário da Agricultura, quando menciona que o objetivo principal era de propiciar um espaço de inclusão social do produtor familiar, com isso gerar renda e ao mesmo tempo promover um espaço de resgate da autoestima e aproximação do agricultor familiar com outras pessoas, inserindo-o neste universo do turismo que é uma das principais atividades do município.

Brose (2000) aponta justamente esse aspecto ao relacionar um conjunto de desencadeadores do desenvolvimento local, quais sejam: a inclusão social; o fortalecimento e a diversificação da economia local; a inovação na gestão pública; a proteção ambiental e o uso racional de recursos naturais; e a mobilização social.

Esse entendimento sobre a importância do desenvolvimento local também é destacado por Büttenbender (2017) que considera como um processo que pressupõe uma transformação da realidade local por onde se promove o desenvolvimento intrínseco de localidades e que retrata uma identidade cultural comum.

Em se tratando do trabalho de uma associação, importante destacar a sua força enquanto coletividade, pois seus membros saem fortalecidos quando os objetivos são comuns e quando atuam de forma organizada, através de regras claras e decisões democráticas. Outro aspecto que beneficia o trabalho quando realizado através de um grupo, é apontado por Oliveira *et al.* (2010), quando traz à discussão a força das ações coletivas, que, para os autores, possibilitam maior poder de negociação no mercado, proporcionando ganhos de escala para os produtores como redução dos preços dos insumos, através de uma compra de maior vulto, ou utilização de equipamentos de forma compartilhada.

Isso se observa claramente na fala do Presidente e dos produtores entrevistados, ao comentarem que as compras são feitas de forma coletiva, através da associação. O Secretário da Agricultura destacou que o papel da Secretaria como órgão regulador, é acompanhar as práticas conjuntamente com a Emater, através de relatórios recebidos periodicamente.

Por fim, cabe destacar que os Fornos, além de propiciarem melhoria na renda dos agricultores, também agregam ganhos e funcionam como um mecanismo de valorização da cultura local, através das práticas culinárias que remontam aos antepassados e às tradições da comunidade. São espaços de socialização e resgate cultural, e funcionam, de certa forma, como manutenção da tradição desempenhando importante função social e cultural, como destacam Silva *et al.* (2014) e Carvalho (2016).

Dando continuidade à análise dos dados coletados, apresenta-se, na sequência, como os atores locais percebem os Fornos de Gramado pelo aspecto de serem um produto turístico e gastronômico.

4.3 As percepções dos atores locais sobre os Fornos de Gramado como produto turístico e gastronômico

Neste tópico, a análise tem o foco em como os entrevistados percebem o produto “Fornos de Gramado” relacionando-o como um produto turístico e gastronômico. Durante as entrevistas, questionou-se aos entrevistados se estes consideravam os produtos gastronômicos, e neste caso os comercializados nos Fornos, como atrativos para o turismo de Gramado. No Quadro 7, estão organizadas as respostas a este questionamento.

Quadro 7 – Os produtos dos Fornos de Gramado

Entrevistados	Respostas
Secretário de Agricultura	Basicamente as famílias fazem os mesmos produtos. Eles deixam de fazer algum produto quando não é época, por exemplo a cuca de papoula, só faz quando é época, é muito típica da colonização aqui. Agora, algumas inovações vão aparecendo, como por exemplo o strudel que é servido ali, embora não seja fabricado na hora, no local, por ser muito procurado entra através das agroindústrias e também pela questão da perecibilidade, tem também os biscoitos, novas receitas de cucas, as mini cucas, pão de linguiça com queijo, vai tendo algumas variações.
Presidente da AGF	Os produtos que temos é como um resgate do tradicionalismo, estamos conseguindo guardar ainda muito bem e divulgar para o público e turista e por ser uma tradição muito interessante muita gente nunca viu a produção de um pão e ali está visível, tá exposto para todo mundo ver como é feito
Grupo de Produtores A (12 pessoas)	Sim, com certeza, e o pão de linguiça é o que mais vende.
Grupo de Produtores B (12 pessoas)	Sim, porque são diferenciados, os produtos são padronizados e o que faz mais sucesso é o pão de linguiça

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Para o Secretário de Agricultura, os produtos são atrativos, pois além de serem assados na hora, são produtos da culinária típica da região, são receitas de família. Destacou que foram feitos alguns ajustes técnicos, principalmente, para ter uma certeza de data de validade. Foram feitos vários cursos de pasta básica sobre pães e cucas, incluindo um entrosamento com outros municípios que também tem experiência na produção de pães, como Rolante e Nova Petrópolis. Na fala do Secretário de Agricultura: *“a nossa cuca é mais alemã, então nesse sentido se*

buscou alguns ajustes, não um padrão para não perder a carga cultural, mas alguns ajustes visando a garantia de data de validade mais uniforme evitando assim problemas”.

Sobre o produto que mais chama a atenção, o Secretário comentou que o pão de linguiça pode ser considerado o carro chefe, o mais conhecido. Essa fala também foi observada nos grupos de produtores que pontuaram o Pão de Linguiça como o mais procurado e o que faz mais sucesso entre os consumidores.

O Secretário acrescentou, ainda, que estão buscando algumas inovações para os produtos, criando variações para se adaptar ao novo perfil dos clientes: *“está crescendo muito as ‘mini cucas’, muitos gostam, é quase um cupcake”.* De acordo com o Secretário, isso foi pensado para suprir uma demanda atual, pois quem não tem família não quer comprar uma cuca grande, é uma saída para quem não consome tanto e quer adquirir o produto. *“É uma tendência, uma porção individual, para adequar-se aos tempos”.* Essa fala do Secretário demonstra que existe uma preocupação em manterem-se próximos às necessidades do público, para atraí-lo com produtos que atendam às suas necessidades, sem perder a tradição, que é a produção de pães caseiros, cucas e biscoitos.

Na Figura 9, pode ser observada a mini cuca, produto que está atualmente em comercialização e que tem tido boa aceitação por parte dos clientes.

Figura 9 – Mini Cucas



Fonte: Acervo da autora (2020).

Em relação à divulgação da marca, observa-se que foi sendo instituída ao longo do tempo. O produto basicamente se vendia pelos próprios visitantes, depois foi tendo a necessidade de criar a marca e pensar em formas de trabalhar essa identidade. No Quadro 8, encontram-se as respostas dos entrevistados nesse quesito.

Quadro 8 – A Marca Fornos de Gramado e sua divulgação

Entrevistados	Respostas
Secretário de Agricultura	A maior divulgação é feita pelo Turista, o que é interessante, todos os entes turísticos de Gramado, agências e agentes de viagens, Uber, taxistas, enfim, quando são perguntados dizem “não deixa de ir nos Fornos”, então essa é a maior propaganda, o pessoal que vem de Porto Alegre, por exemplo, já acostumou em vir nos fornos, se criou quase que um “bater o cartão nos Fornos”.
Presidente da AGF	Quanto à marca, nós não tínhamos ainda, isso foi um projeto neste último ano, conseguimos produzir uma logomarca e agora estamos começando a passar ela nos utensílios que temos, estamos começando a divulgar ela, conseguimos colocar e fazer as maletinhas de viagem, estamos já com aplicação nas sacolinhas, as que eram usadas eram cedidas pela pelos produtos coloniais.
Grupo de Produtores A (12 pessoas)	Com certeza não encontra algo como os Fornos em outro lugar, só tem aqui
Grupo de Produtores B (12 pessoas)	Vai ser colocado na frente a marca com o logo, é a próxima coisa que a Associação vai fazer

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

O Secretário de Agricultura comentou que, além das indicações espontâneas feitas pelos entes turísticos de Gramado, como agências, agentes de viagens, motoristas de Uber e taxistas, também funciona muito o ‘boca a boca’ pelo próprio turista, todos quando são perguntados dizem “*não deixa de ir nos fornos*”. Na fala do Secretário de Agricultura:

Foi criada uma estrutura, um produto bom e de qualidade e ele mesmo vem se vendendo, e foi crescendo a partir da possibilidade desse crescimento, hoje tem mais gente que quer entrar na produção então o que a gente diz, que tem que ter espaço pra todos. Então os grupos estão bem cheios, e quem tinha interesse de entrar está ali e salvou muitas famílias (SECRETÁRIO DA AGRICULTURA DE GRAMADO, ENTREVISTA MARÇO 2020).

Acrescentou, também, que já teve, inclusive, propaganda dos Fornos de Gramado através da mídia espontânea, na revista Quatro Rodas, há 10 anos atrás. *“A Revista fez uma pesquisa que perguntava ‘se você vem a Gramado onde você iria primeiro?’ Na época o resultado apontou os Cristais em primeiro e, em segundo os Fornos”*. O Secretário finaliza sua fala com a seguinte frase: *“[...] quer dizer, de um anonimato agrícola para essa posição é algo interessante não é?”*

O Presidente da Associação também destacou essa questão da marca, comentando que, com a marca criada, será utilizada de forma mais acentuada. Comentou que hoje a Associação tem patrocinadores e que isso facilita para fazer um trabalho mais efetivo de divulgação da marca: *“nós já somos conhecidos por todos que passam por ali, de todo o Brasil, então essa divulgação é bem importante”*.

Um dos produtores do Grupo B da pesquisa, também comentou que já está sendo feita uma placa de identificação na frente dos Fornos com a logomarca, algo que ainda não tinha sido possível, e que agora a Associação já está providenciando.

Foram criadas opções de embalagens para viagem e o próximo passo será a transição para embalagens sustentáveis, que irão substituir a sacolinha plástica. Os produtores já dispõem de embalagem de papel e embalagem kraft, indicadas para presentear, com capacidade para duas cucas, conforme pode ser observado na Figura 10.

Figura 10 – Embalagens de papelão para viagens



Fonte: Acervo da autora (2020).

A sacola é identificada, tem o nome, todas as cucas têm um rótulo com informações nutricionais e data de validade, conforme demonstrado na Figura 11.

Figura 11 – Rótulos nas Cucas



Fonte: Acervo da autora (2020).

Em relação aos preços comercializados, o Secretário da Agricultura comentou que os considera razoáveis. Não pode ter um preço muito alto, pois, segundo ele, “não dá pra querer ganhar tudo de uma vez, tem que estar de acordo com os custos e considerar a questão turística, porém sem que seja um valor abusivo”. Acrescentou, em seu argumento, que em média os grupos voltam a cada três meses, ou a cada mês quando tem feira todos os dias, mas a ideia é não saturar, não ficar aberto sempre, pois daí não cria o desejo.

Na Figura 12, a seguir, podem ser observados os produtos e os preços praticados nos Fornos de Gramado

Figura 12 – Preços comercializados nos Fornos de Gramado



Fonte: Acervo da autora (2020).

O Secretário da Agricultura acrescentou que é um trabalho de muitas mãos e de muitos anos que aos poucos vai criando corpo e se consolidando. Na sua fala:

A gente agora procurou dar formalidade, dar legalidade para evitar problemas e se tornou consistente. Já ganhou o prêmio SEBRAE de Empreendedor, tanto na esfera Estadual como Federal. Isso é algo que aprendemos pelo caminho, já passamos várias coisas e fomos amadurecendo (SECRETÁRIO DA AGRICULTURA DE GRAMADO, ENTREVISTA MARÇO 2020).

Em se tratando da análise dos Fornos de Gramado como um atrativo turístico e gastronômico, tomando como base as informações obtidas nas entrevistas e relacionando-as com o referencial teórico, pode-se identificar alguns pontos relevantes.

Primeiramente, destaca-se no depoimento, tanto do Secretário da Agricultura quanto do Presidente da AFG, a relação dos produtos dos Fornos com a tradição “colonos”, como expressa pelo Presidente da associação. Os imigrantes que vieram para o Brasil, quando aqui chegaram, trouxeram em sua bagagem também suas tradições, sua cultura, a forma de fazer seus pratos e mantiveram essas

características passando de geração para geração. Na fala do Presidente da Associação esse aspecto fica evidente quando diz: “*Os produtos que temos é como um resgate do tradicionalismo, estamos conseguindo guardar ainda muito bem e divulgar para público e turista e por ser uma tradição muito interessante*”. Acrescenta que o diferencial é também por ser uma produção artesanal “*muita gente nunca viu a produção de um pão e ali está visível, tá exposto para todo mundo ver como é feito*”.

Nesse sentido, destaca-se a noção de patrimônio cultural imaterial já evidenciado por Barretto (2000), que traz, conjuntamente a esse conceito, o conceito de legado cultural que abrange tanto os bens tangíveis quanto os intangíveis, e diz respeito a todo o fazer humano, não importando a classe social a qual pertence.

Lemos (2000), nesse mesmo sentido, aponta a importância da alimentação como manifestação da cultura de uma região, que vai se modificando ao longo dos anos, com a inclusão de novas técnicas e ingredientes. Para o autor, a alimentação, suas técnicas e o saber fazer se constituem como manifestação da cultura de um povo. E os estímulos sensoriais que essas experiências evocam na memória, desencadeiam sentimentos que fazem a ligação do passado com o presente.

Segundo o Ministério do Turismo (2010), o patrimônio imaterial, que se transmite de geração em geração, gera um sentimento de identidade, que contribui para a promoção do respeito à diversidade cultural e à criatividade humana.

E, trazendo a discussão para a análise, vale destacar também os autores que consideram a importância da tradição na transmissão e manutenção do patrimônio imaterial. Em se tratando de conhecimento tradicional, Siena e Menezes (2007), consideram como um conhecimento que se encontra dentro de um campo empírico, ou seja, um conhecimento desenvolvido através de práticas locais, dentro de um processo de espaço e tempo determinados.

Nesse mesmo sentido, destaca-se o exposto pelo Secretário de Agricultura, pois considera que os produtos são atrativos por serem assados na hora, e por serem produtos da culinária típica da região. Além disso, o fato de serem utilizadas as receitas de família, mantendo assim as características da cultura destes agricultores, embora houvesse alguns ajustes técnicos para dar mais qualidade nos quesitos de validade e informações nutricionais. Na fala do Secretário de Agricultura: “*a nossa cuca é mais alemã, então nesse sentido se buscou alguns ajustes, não um padrão para não perder a carga cultural*”.

Ginani (2005), nesse sentido, ressalva justamente a importância das receitas regionais, pois fazem parte dos hábitos alimentares nativos, sendo elaboradas com os ingredientes disponíveis na região e preparadas com técnicas transmitidas de geração a geração.

Scarabelot e Schneider (2012), nessa mesma linha, destacam a importância de que o “produto típico” conserve suas características sem, no entanto, desconsiderar a sua qualidade em todos os seus padrões. Consideram ainda, a importância de o consumidor associar a origem do alimento aos seus valores culturais preservando assim a sua identidade.

Observa-se que, neste caso dos Fornos de Gramado, houve a preocupação em manter-se as receitas originais, que foram transmitidas dos antepassados dos colonos, apenas observando alguns ajustes técnicos para atender às exigências sanitárias, sem, no entanto, perder sua característica original. Dessa forma, se cria um produto atrativo e se preserva sua carga cultural.

Fagliari (2005) aponta que os pratos e produtos tradicionais são interessantes, sobretudo considerando a participação de pequenos produtores locais na produção e venda desses produtos, uma vez que estes produtores tem o conhecimento e as habilidades para sua produção.

E esse fazer, que resgata essas características da tradição local, acaba se tornando um atrativo que por si só se vende. Com os Fornos de Gramado ocorreu exatamente dessa forma, pois nasceu da necessidade e iniciativa de produtores locais que, através de apoio do poder público, criaram seus produtos para serem comercializados em um espaço. Por ser um produto diferenciado, teve sua divulgação de forma natural, inicialmente, com o sucesso passou a criar corpo e necessitar de um planejamento maior nesse sentido. Isso se observou na fala do Secretário da Agricultura, quando diz que a maior divulgação é feita pelo Turista, e pelos entes turísticos de Gramado (agências e agentes de viagens, Uber, taxistas, entre outros) que, quando perguntados dizem: “*não deixa de ir nos Fornos*”. Segundo ele é essa a maior propaganda.

Flandrin e Montanari (1996) entendem que a gastronomia tradicional atua na valorização da cultura regional, na continuidade da memória culinária das famílias, além de oferecer ganhos de recursos econômicos, tanto para a indústria quanto para o comércio local. Beluzzo (2004) também aponta o uso da culinária tradicional como uma tendência de resgate que já vem acontecendo em várias partes do mundo, e

que gera um movimento de preservação das raízes culturais, possibilitando a produção de patrimônios culturais locais.

Outro aspecto identificado nas entrevistas se refere à construção da identidade (marca) 'Fornos de Gramado'. Com relação à marca, o Presidente da AFG comentou que esta foi criada posteriormente à criação da Associação, um projeto que ainda está sendo implementado, embora já tenham uma logomarca veiculada em todos os materiais de embalagens, como sacolas e maletas de viagem. No espaço dos Fornos, uma placa de identificação está sendo providenciada para ser colocada na frente do prédio utilizado.

Em relação à Marca, Kotler e Armstrong (2007) afirmam que os consumidores se apegam muito a elas, não somente em virtude do produto ou serviço ofertado, mas também aos sentimentos e percepções criadas. As marcas são mais que nomes e símbolos, consideram um elemento-chave nas relações das empresas com seus consumidores.

Observa-se que as ações vão sendo planejadas durante o processo, conforme surge a demanda e a condição para a sua execução, pois são independentes financeiramente, não recebem nenhum incentivo financeiro da Prefeitura. É a Associação quem faz a gestão de todo o processo, tanto financeiro como de produção e manutenção do local.

Relacionando este tópico, que trata da análise dos Fornos de Gramado como um atrativo para o turismo com o item 4.3, que tratou do papel das políticas públicas, percebe-se que, atualmente, os Fornos de Gramado podem ser considerados um produto atrativo e consolidado dentro do turismo na região. Nasceu da necessidade de os produtores em melhorarem a sua renda e da percepção do Poder Público de que tinha que buscar formas de atender a esta demanda, no sentido de minimizar as dificuldades destes produtores, tirando-os de uma situação de vulnerabilidade social. Isto foi o impulsionador inicial desse processo, que, no entanto, por sua característica diferenciada, criou corpo e se tornou um produto atrativo para os visitantes, para os veranistas que permanentemente visitam a cidade ou mesmo para os próprios moradores, que compram os produtos oferecidos nos Fornos de Gramado.

4.4 Os principais aspectos que potencializam os Fornos de Gramado e sua contribuição para o crescimento do turismo de Gramado/RS

Neste tópico, também considerado como objetivo específico três, buscou-se compreender os aspectos que potencializam os Fornos de Gramado e sua contribuição para o turismo da cidade. Este ponto da análise traz o fechamento da pesquisa, para, então, apresentar as discussões e conclusões sobre o estudo.

Dando continuidade, foi perguntado aos entrevistados se consideram que os produtos dos Fornos de Gramado são atrativos e contribuem para o turismo de Gramado. As respostas podem ser observadas no Quadro 9.

Quadro 9 – Considera que os produtos dos Fornos de Gramado são atrativos e contribuem para o turismo de Gramado/RS

Entrevistados	Respostas
Secretário de Agricultura	Tem gente que já combina passeios, as operadoras, prevendo já passar por ali, se fizer uma pesquisa pela cidade, pelas agências vai ver que indicam, e não ganham comissão, é uma coisa que atrai mesmo.
Presidente da AGF	Com certeza influencia bastante, todo o turista que vem a Gramado passa pelos fornos, ele pode não vir por causa dos Fornos, mas ele não deixa de passar lá. Eu quando tenho contato com pessoas de fora da cidade quando comento que trabalho nos fornos logo a pessoa diz..”ah sim, tem um pãozinho de linguiça ali que é maravilhoso, a cuca também” ..então todo o Brasil já tem isso como ponto de referência, falou em Gramado, falou nos fornos, todo mundo já passou, já conhece, já ouviu falar por alguém que já passou ou que quer ir...então eu acredito que ele virou um atrativo da cidade. Claro, ele não é a atração principal, mas todo mundo que vem procura por ele, não deixa de passar e vai ter na memória este acontecimento até por se tratar de uma produção artesanal produzido num forno de barro que a gente não encontra em nenhum lugar mais, não existe nenhuma padaria que tem isso, feito no forno de barro.
Grupo de Produtores A (12 pessoas)	Com certeza é algo diferenciado, não encontra em outras cidades, não do jeito que a gente faz aqui
Grupo de Produtores B (12 pessoas)	Sim, os turistas vêm para ver os pães saírem dos fornos, assando na hora.

Fonte: Elaborado pela autora (2020).

Pelas respostas expostas no Quadro 9, é possível identificar que todos os entrevistados consideram que os Fornos contribuem para o turismo de Gramado e são um forte atrativo que vem se consolidando cada vez mais. Consideram que é

um produto diferenciado que não existe em outros locais, pela sua característica de ser assado na hora e utilizar um método artesanal, através dos fornos de barro, conforme faziam os antepassados dos agricultores que ali trabalham.

O Presidente da AFG apontou um aspecto interessante, quando fez o seguinte comentário: *“Com certeza influencia bastante, todo o turista que vem a Gramado passa pelos Fornos. Ele pode não vir por causa dos Fornos, mas ele não deixa de passar lá”*.

Na fala do Presidente da AFG, pode-se perceber que embora não considerem que seja o produto principal da cidade, ele contribui para trazer algo diferenciado ao visitante e por essa característica acrescenta um atrativo a mais para a cidade e para o incremento do turismo.

Da mesma forma, o Secretário reforça isso ao comentar: *“Tem gente que já combina passeios, as operadoras, prevendo já passar por ali, se fizer uma pesquisa pela cidade, pelas agências vai ver que indicam, e não ganham comissão é uma coisa que atrai mesmo”*. Comenta que os visitantes vão a pé até a Praça e aos Fornos, pois de ônibus de turismo é mais complicado. Porém, isso não chega a ser um problema porque na cidade estes atrativos são muito próximos do centro, reunidos na Praça das Etnias, onde se localizam a Casa do Colono, a Casa Italiana e a Casa Portuguesa.

De acordo com o Secretário de Agricultura, além dos turistas que visitam os Fornos, também tem muitos gramadenses cativos que sempre frequentam. Muitas pessoas saem de casa para buscar seu produto para tomar o café da manhã ou para tomar um café na lancheria ao lado, com o pão dos Fornos.

Outro público que frequenta os Fornos são os veranistas, cuja característica é distinta do turista, segundo o Secretário. O veranista é aquela pessoa que tem casa e vive em outros municípios, são muitos e como atualmente o grande fluxo de retorno para casa não é mais em domingos, e sim na segunda, decidiram por abrir o espaço de quintas a segundas, justamente para atender a esse público, que provém principalmente, da região metropolitana. Durante feriados prolongados, no mês de julho, no período do Festival de Cinema e durante todo o Natal Luz, o local funciona diariamente.

Além disso, o turista, quando passa pela praça, sente o aroma dos pães. O Secretário da Agricultura comenta:

[...] temos lutado muito para diminuir as filas, mas uma coisa que a gente bate muito, não adianta, o forno de barro, a lenha tem uma velocidade não se vai mudar isso, tem que ter paciência mesmo e funciona como um atrativo para ver como funciona (SECRETÁRIO DA AGRICULTURA DE GRAMADO, ENTREVISTA MARÇO 2020).

Os biscoitos e o *apfelstrudel* (torta de maçã), também são oferecidos, porém não são feitos no local, são trazidos prontos porque demandam mais tempo na produção, e o espaço é limitado. Além disso, não querem concorrer com padarias e supermercados da cidade. A ideia é manterem-se com um produto diferenciado.

O Presidente da Associação destaca o diferencial de seus produtos:

No espaço dos Fornos o turista pode ver a produção na mesa na sala de elaboração, pode ver o produto crescendo entrando no forno, como ele é assado, que é só com o calor do tijolo, muito acreditam que é faz o fogo aqui e assa lá..não.. é assado no calor do fogo depois que fica a brasa (PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO DOS FORNOS DE GRAMADO, ENTREVISTA ABRIL, 2020).

Considera que essa característica de poder olhar como tudo é feito na hora, acaba sendo um atrativo, uma curiosidade para quem não conhece, e uma lembrança para aqueles que conheciam e não conseguem mais ver em nenhum lugar. Destaca que o único local onde isso acontece é em Gramado: “*não existe em lugar nenhum onde façam esse produto como o que é feito aqui*” (PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO DOS FORNOS DE GRAMADO, ENTREVISTA ABRIL, 2020).

Nas respostas dos produtores esta afirmação do Presidente é confirmada, pois também pontuaram sobre ser algo diferenciado pelo fato de poderem observar os pães e cucas sendo assados na hora.

Na Figura 13, pode ser observada a estrutura dos fornos de barro e a sala utilizada para a preparação das massas dos pães e cucas.

Figura 13 – Estrutura dos fornos de barro e sala de preparação



Fonte: Acervo da autora (2020).

Como visto na apresentação dos resultados obtidos nas entrevistas, e relacionando com o fator de contribuição dos Fornos de Gramado para o turismo no município de Gramado/RS, observou-se que são um produto que colabora para o fomento do turismo no município. Esse argumento é identificado na resposta do Presidente da Associação que comentou: *“Com certeza influencia bastante, todo o turista que vem a gramado passa pelos fornos ele pode não vir por causa dos Fornos, mas ele não deixa de passar lá”*.

A opinião do Presidente da AFG demonstra que é um produto que complementa as diversas atrações que são oferecidas no município, que vive em grande parte do turismo. Quando o Presidente diz que o turista pode não vir especialmente para visitar os Fornos, mas que não deixa de visitá-los, indica que é um produto de forte atratividade pelo seu caráter diferenciado. O que chama mais a atenção é o fato de ter o forno de barro e ser produzido na hora, sendo que o turista/visitante pode assistir ao processo, desde a sua preparação até a saída do forno. Acrescenta-se nessa experiência não só o aspecto visual, mas também o aroma que faz com que o turista viva ou reviva vivências que estão na sua memória afetiva, trazendo um resgate das tradições de antepassados.

No espaço dos Fornos o turista pode ver a produção na mesa na sala de elaboração, pode ver o produto crescendo entrando no forno, como ele é assado, que é só com o calor do tijolo, muito acreditam que é faz o fogo aqui e assa lá..não.. é assado no calor do fogo depois que fica a brasa (PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO DOS FORNOS DE GRAMADO, ENTREVISTA ABRIL, 2020).

O Presidente da Associação destaca ainda que não existe em lugar nenhum esse tipo de produto como o que é feito nos Fornos. Essa característica de assistir enquanto o pão ou a cuca é produzida acaba sendo um atrativo para quem não conhece e uma lembrança para aqueles que conheciam e não conseguem mais ver em lugar algum.

Pode-se corroborar este aspecto, enunciando Schülter (2003), que considera que o alimento não serve somente para nutrir ou saciar a fome, mas tem um significado simbólico em uma determinada sociedade. A preparação dos pratos está associada aos valores culturais a partir dos quais as pessoas se desenvolvem. A autora, ainda considera a alimentação como um aspecto de diferenciação cultural que permite a aos seus integrantes manifestar sua identidade, através de uma construção simbólica, que lhe dá a sensação de pertencimento e posse.

Essa questão da atratividade e, por consequência, a contribuição para o turismo em Gramado, também é apontada pelo Secretário da Agricultura ao ser indagado sobre isso: “tem gente que já combina passeios, as operadoras, prevendo já passar por ali, se fizer uma pesquisa pela cidade, pelas agências vai ver que indicam, e não ganham comissão, é uma coisa que atrai mesmo”.

Schülter (2003), ao se referir à gastronomia como atrativo turístico, afirma que ela assume importância cada vez maior como um produto para o turismo, no qual a busca pelo prazer através da viagem e de experiências de alimentação é a principal motivação. A autora destaca ainda que, a cozinha tradicional é reconhecida como um componente valioso do patrimônio intangível dos povos, e a forma de preparação e seus significados são aspectos que diferenciam as culturas locais.

Fagliari (2005), nessa mesma argumentação, traz a gastronomia como um fator de diferenciação. De acordo com a autora, as comunidades aproveitam suas raízes e tradições, transmitidas através da culinária, e transformam isso em um atrativo turístico a ser oferecido aos visitantes.

Para confirmar a contribuição dos Fornos de Gramado para o turismo de Gramado, destaca-se a fala do Presidente da Associação: *“eu quando tenho contato com pessoas de fora da cidade, quando comento que trabalho nos fornos logo a pessoa diz..”ah sim, tem um pãozinho de linguiça ali que é maravilhoso, a cuca também”*. Acrescenta, na sequência da sua fala, que todo o Brasil já tem isso como ponto de referência, ou seja, os Fornos de Gramado, para ele, já estão associados ao turismo no município.

O Turismo Gastronômico, de acordo com o Ministério do Turismo (2010), surge como um segmento turístico que utiliza a culinária típica como um elemento de vivência, por parte do turista, em relação à cultura local. Assim, ao unir a gastronomia com a atividade turística, cria uma oferta gastronômica que promove a valorização da cultura local, a partir do compartilhamento de seus valores e costumes.

Fagliari (2005), considera a forte ligação entre a alimentação e o turismo, o alimento além de satisfazer as necessidades biológicas, também é um atrativo para os turistas, pois mesmo a refeição mais básica e simples pode ser guardada para sempre na memória do turista.

Por fim, cabe destacar um aspecto já mencionado anteriormente, mas que indica o fator de contribuição dos Fornos de Gramado para o turismo na cidade, transmitido na fala do Presidente da AFG: *“claro ele não é a atração principal, mas todo mundo que vem procura por ele, não deixa de passar e vai ter na memória este acontecimento até por se tratar de uma produção artesanal produzido num forno de barro que a gente não encontra em nenhum lugar mais”*. Ao finalizar, complementa seu argumento: *“com certeza influencia bastante, todo o turista que vem a Gramado passa pelos Fornos. Ele pode não vir por causa dos Fornos, mas ele não deixa de passar lá”*. Os produtores entrevistados também têm essa mesma percepção, pois ao serem indagados sobre esta questão responderam: *“com certeza é algo diferenciado, não encontra em outras cidades, não do jeito que a gente faz aqui”*; *“sim, os turistas vêm para ver os pães saírem dos fornos, assando na hora”*.

Assim, ao finalizar esta análise, identifica-se que os Fornos de Gramado, pela sua constituição, são um forte elemento de atratividade ao visitante, sendo este turista, veranista ou mesmo o gramadense que também frequenta o espaço. É um produto turístico já consolidado dentro da diversidade de atrativos oferecidos em Gramado/RS.

4.5 Discussão dos resultados da pesquisa sobre os Fornos de Gramado

Nos três tópicos anteriores: o papel do poder público no que tange às políticas públicas e o surgimento dos Fornos de Gramado (4.2); as percepções dos atores locais sobre os Fornos como produto turístico (4.3); e a contribuição dos Fornos de

Gramado para o turismo de Gramado (4.4), buscou-se apresentar as respostas dos entrevistados, organizando-as dentro das temáticas estabelecidas para a análise.

Nesta abordagem pretende-se trazer a discussão dos resultados de forma conjunta, amparando-se em Bardin (2011). Conforme já descrito no capítulo que tratou dos procedimentos metodológicos, a base da metodologia de Bardin se dá pela análise de conteúdo que consiste em descobrir os “núcleos de sentido” que estão relacionados à frequência com que certos temas são comunicados pelos entrevistados. A partir das transcrições, é possível identificar as características comuns, ou seja, que convergem ao mesmo ponto na análise. Da mesma forma, também podem ser identificados os aspectos divergentes entre as opiniões coletadas.

O primeiro ponto importante apontado pelos entrevistados diz respeito à forma como surgiu a atividade dos Fornos de Gramado, que inicialmente não tinha essa identificação ou marca. A iniciativa surgiu pela necessidade de os agricultores em terem uma melhoria na sua renda e, por outro lado, da percepção do Poder Público em dar uma melhor condição de subsistência a esses agricultores, promovendo uma renda extra e valorização do produtor rural. Isso foi percebido na fala de todos os entrevistados, portanto, entende-se que os Fornos de Gramado não foram criados para serem um produto turístico, inicialmente. Porém, pelo empenho dos atores envolvidos - produtores, Poder Público, Emater e Sindicato dos Trabalhadores Rurais – tornaram-se ao longo dos anos, um atrativo para visitantes, veranistas e moradores da cidade, que se habituaram a comprar os produtos ali comercializados.

O Poder Público, no começo das atividades, teve um maior envolvimento, cedendo o espaço, oficialmente, através de Decreto Municipal e dando apoio na organização do trabalho, na regulamentação, nas políticas de vigilância sanitária e na melhoria de todo o processo. Também através da criação e implementação de programas para melhoria nas agroindústrias da região, visto que são estas que fornecem insumos para os Fornos, indiretamente beneficiados pela qualificação da cadeia produtiva. A Emater, por sua vez, também teve importante papel no apoio às técnicas de manejo e produção, assim como apoio no controle de qualidade dos produtos.

Com o surgimento da Associação dos Fornos de Gramado, em 2015, o trabalho ganhou corpo e passou a ter uma gestão mais unificada, adquirindo maior

autonomia nas decisões e nas atividades. O Poder Público, através da Secretaria de Agricultura, passou então a fazer um papel de agente regulador, que acompanha os processos, mas não interfere de forma tão direta na gestão do negócio. A Associação, por sua vez, tem a obrigação de fazer a manutenção do espaço público que utiliza.

De acordo com as entrevistas, percebe-se que esta parceria tem funcionado bem, e justamente por isso os Fornos de Gramado tornaram-se um produto consolidado e atrativo para o turismo no município. São atrativos pela sua originalidade e pelo diferencial de assarem os pães e cucas na hora. O visitante pode acompanhar todo o processo desde a elaboração, sendo assados nos fornos de barro como se fazia antigamente, na cultura dos imigrantes alemães da região.

Esse aspecto da manutenção da cultura local é outro ponto comum na fala dos entrevistados, que apontam o resgate das tradições dos antepassados que valorizam suas práticas. Silva *et al.* (2014) e Carvalho (2016) entendem como importante função social e cultural, pois promovem o resgate da tradição e da cultura.

Destaca-se aqui também a importância do resgate e manutenção da cultura imaterial, que se dá através do “*fazer como os avós faziam*” e manter as receitas de família usadas pelos antepassados, apenas adaptando algumas questões técnicas para atender exigências de controle de qualidade. Barretto (2000) aponta sobre a importância da recuperação da memória coletiva, para reproduzir a cultura tornando-a atrativa aos turistas, e isso leva a um ciclo de realimentação que recupera e reaviva o passado.

A gastronomia, nesse sentido, é um grande elo, pois pode promover a divulgação da cultura local através de comidas típicas e tornar esses produtos atrativos para o turismo. Fagliari (2005) considera que para desenvolver atrativos que tenham cunho cultural, é necessário que a localidade saiba reconhecer e identificar o que possui de mais interessante e que se torne um atrativo aos visitantes. Acrescenta, ainda, que o desenvolvimento desses atrativos deve ser feito de forma criativa, destacando as suas particularidades, pois são elas que se tornam um diferencial.

Os Fornos de Gramado tornaram-se um produto de atrativo turístico, pois tem a característica diferenciada de utilizar fornos de barro para assar os pães e cucas,

como o faziam os imigrantes quando chegaram na região e, segundo os entrevistados, não existe em outro local e isso é um dos motivos que atrai visitantes.

Quanto ao aspecto de contribuírem para o turismo na região, identificou-se através das entrevistas, que os Fornos de Gramado, mesmo não sendo considerados um produto principal, que atrai turistas por si só, é um espaço que contribui muito com uma atratividade diferente. Isso se comprova pela divulgação boca a boca, realizada pelos entes de turismo, segundo a fala dos entrevistados. Como ressaltou o Presidente da Associação dos Fornos, “*o turista pode não vir por causa dos Fornos, mas ele não deixa de passar ali*”, indicando que já é considerado um local que faz parte dos pontos turísticos a serem visitados.

As práticas gastronômicas de uma localidade evidenciam-se, muitas vezes, como um atrativo ou produto turístico relacionado à gastronomia. Fagliari (2005) e Schülter (2003), apontam a estreita relação que existe entre o turismo e a gastronomia, ao afirmarem que a alimentação vem sendo utilizada como atrativo turístico.

Portanto, os Fornos de Gramado como produto gastronômico contribuem de forma evidente para o turismo de Gramado/RS, sendo um produto que se mostra diferenciado pelo seu aspecto original e que resgata a cultura imaterial da região, transmitida através dos modos de fazer dos antepassados, imigrantes alemães, que quando oferecido aos visitantes, proporciona um elo entre as memórias do passado e as vivências do presente.

Ao finalizar a análise geral, torna-se importante retomar o objetivo do estudo que buscou analisar a contribuição dos Fornos de Gramado para o turismo gastronômico de Gramado/RS, e, diante dos dados obtidos nas entrevistas, é possível comprovar de forma satisfatória. A fundamentação teórica apresentada e desenvolvida no primeiro capítulo sobre políticas públicas; desenvolvimento local; patrimônio cultural, material e imaterial, bem como o estudo dos Fornos de Gramado e a pesquisa realizada com os atores locais, permitiram atingir os objetivos específicos do estudo.

Entretanto, a circunstância atual, a qual o país está enfrentando em função da pandemia pelo Covid-19, limitou um pouco a pesquisa, por não possibilitar que se ouvisse a opinião dos visitantes, visto que os Fornos se encontravam fechados durante os meses de abril e maio. No entanto, foi possível contemplar a opinião dos

atores sociais diretamente envolvidos no trabalho e, dessa forma, identificar as contribuições desta atividade para o turismo no município.

Para finalizar, evidencia-se o objetivo específico (d) da pesquisa, que era propor contribuições para a continuidade dos Fornos de Gramado como produto turístico.

Um dos pontos que se observou no decorrer das entrevistas, é referente a divulgação, que está em fase de ampliação de algumas ações, como fortalecimento da marca “Fornos de Gramado”. A confecção de embalagens para viagem, sacolas com identificação da marca já estão sendo utilizadas, e outras ações ainda estão em fase de planejamento, como a criação de placa de identificação em frente ao espaço, que ainda não tem. Entende-se que muitas coisas modificar-se-ão a partir do que o país está vivenciando, inclusive a formato de negócios entre empresas e consumidores, fato este já apontado por analistas de tendência de mercado, que apontam a migração das relações de consumo utilizando modalidades *online* e sistemas de *delivery*.

Diante dessa tendência, também os Fornos de Gramado poderiam aproveitar o momento o oferecer algumas alternativas, disponibilizando produtos para entrega em Hotéis, por exemplo, ou mesmo em residências criando formas de divulgação e comercialização através de *site* e redes sociais (a).

E para não perderem a sua principal característica que é assar os pães e cucas na hora poderia ter um sistema de acompanhamento ao vivo (através de *instagram, Facebook, youtube*), em horários marcados para que o internauta possa conhecer e vivenciar todo o processo (b).

Outra contribuição que poderia ser interessante, seria promover um resgate histórico do surgimento dos fornos de barro na região, junto a cursos de História (c). Isso promoveria a manutenção da memória coletiva, como aponta Gevehr (2017b), ao enfatizar que esses processos de preservação da memória e criação de lugares que permitam a salvaguarda dessas memórias, estão cada vez mais intensos no Brasil. E as universidades têm esse importante papel: a de serem promotoras dessas discussões através de suas pesquisas e produções de conhecimento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A alimentação, os modos de preparar os alimentos e os pratos, as receitas de antepassados, passadas através das gerações, se constituem em manifestações da cultura de uma localidade. O alimento ofertado é que torna interessante o contato, pois é possível entender a história de um lugar por meio da gastronomia.

A preservação ou reinvenção da culinária local, tem papel significativo, pois garantem a preservação de receitas e rituais alimentares, e podem ser um importante gerador de renda para os atores sociais envolvidos.

A escolha do tema sobre espaços de comercialização de produtos coloniais típicos como atrativo turístico e gastronômico se deu pelo fato de a pesquisadora possuir formação e atuar na área de gastronomia. Ao mesmo tempo, existia a curiosidade em saber como nascem essas iniciativas e como produtos se tornam atrativos para os visitantes.

O presente estudo se propôs a analisar a contribuição dos Fornos de Gramado para o turismo gastronômico do município, hipótese confirmada através das entrevistas realizadas com o representante do Poder Público; o Secretário da Agricultura; o Presidente da Associação dos Fornos de Gramado; e agricultores que comercializam seus produtos no espaço dos fornos.

Como já mencionado na discussão dos resultados, os objetivos específicos também foram contemplados através da relação da fundamentação teórica com a prática evidenciada pelo desenvolvimento do estudo de caso e realização das entrevistas.

Acredita-se que este estudo contribuirá para que a comunidade acadêmica e gestores públicos reflitam sobre o potencial do crescimento da gastronomia como atrativo. Além de oferecer algo diferente ao visitante, a gastronomia promove o desenvolvimento local e geração de renda para muitos trabalhadores, e neste caso, para a agricultores que, além de melhorarem sua condição de vida, também resgatam sua dignidade e autoestima ao sentirem-se fazendo parte de algo valorizado por tantos que visitam os Fornos de Gramado.

Cabe ainda deixar registrada a satisfação pela realização desta pesquisa, pois através dela foi possível ampliar os conhecimentos sobre o tema da gastronomia como produto sendo uma área de grande interesse por parte desta pesquisadora.

Evidencia-se também a sua relação com o desenvolvimento regional e a importância da implantação de políticas públicas eficientes e duradouras, para que os atrativos se mantenham e oportunizem ganhos para todos os envolvidos no processo, tanto os produtores quanto os turistas/visitantes, que chegam cheios de expectativas sobre o que vão encontrar, para que retornem a suas casas positivamente surpreendidos pelo que vivenciaram.

Considera-se, ainda, que o assunto não está encerrado, ficando aberto para outras investigações em torno da temática das Políticas Públicas, da relação com a gastronomia e com atrativos turísticos gastronômicos.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. *et al. Juventude e Agricultura Familiar: desafios dos novos padrões sucessórios*. Brasília: Unesco, 1998.

ALBUQUERQUE, Francisco. *Desenvolvimento local e distribuição do progresso técnico: uma resposta às exigências do ajuste estrutural*. Fortaleza: Editora do Banco do Nordeste, 1998. Disponível em: <<http://www.agenciasudoeste.org.br/upload/downloads/25.pdf>>. Acesso em: 05 mar. 2020.

AMARAL, Fabiana Mortimer; MÜLLER, Silvana Graudenz; REMOR, Carlos Augusto. *Alimentação e cultura: Preservação da Gastronomia Tradicional*. Caxias do Sul: UCS 2010.

AMON, Denise; MENASCHE, Renata. Comida como narrativa da memória social. *Sociedade e Cultura*, Goiânia, v. 11, n. 1, p. 13-21, 2008.

ANDRADE, Maria Margarida de. *Introdução a metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação*. 9. ed. 2 reimp. São Paulo: Atlas, 2009.

ATLAS BRASIL. *Perfil Gramado*. Disponível em: <http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/gramado_rs>. Acesso em: 20 abr. 2020.

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. 2 reimp. 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2011.

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. ed. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2001. p. 391-401.

BARRETTO, Margarita. *Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento*. 4. ed. Campinas, SP: Papirus, 2000. (Coleção Turismo).

_____. *Cultura e Turismo: Discussões Contemporâneas*. São Paulo: Papirus Editora, 2007.

BELLUZZO, Rosa. *A Valorização da Cozinha Regional*. In: 1ª Congresso Brasileiro de Gastronomia e Segurança Alimentar, Brasília - DF. Coletânea de palestras. Brasília, 2004.

BERNARDINO, V.M.P. *A mobilidade da força de trabalho e de consumo nas feiras de Maringá (PR-Brasil) e de Leiria (Portugal): a resistência do setor no contexto do capitalismo global*. Tese (Doutorado em Geografia). Universidade Estadual de Maringá, 2015.

BERTÉ, Rodrigo. *Agricultura familiar e os desafios da sustentabilidade econômica e ambiental*. Gazeta do Povo, jul. 2014. [artigo online]. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/opiniaio/artigos/agricultura-familiar-e-os-desafios-da-sustentabilidade-economica-e-ambiental-eangjl4y825ck6wk2ldvyi4u;jsessionid=7B02A4EA108D237EEBF04250E73953FD/>>. Acesso em: 02 mar. 2020.

BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de política Volume I*. Tradução de Carmen C. Varriale. et al. Coord. Trad. João Ferreira. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 11. ed., 1998.

BOTELHO, Raquel Braz Assunção. *Culinária regional: o nordeste e a alimentação saudável*. Tese (Doutorado em Ciências da Saúde). Faculdade de Ciências da Saúde, Brasília, DF, 2006.

BRASIL. Presidência da República. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso: 04 mar. 2020.

_____. Ministério do Turismo. *Turismo Cultural: Orientações Básicas*. 3. ed. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico Coordenação-Geral de Segmentação. Brasília, 2010. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acesso em: 10 abr. 2020.

BRAZ, Cunha, Kênia; VEIGA, Oliveira, Leidmar da. *A gastronomia enquanto atrativo turístico-cultural*. Trabalho de Conclusão de Curso. Curso de Pós-Graduação em Geografia, Meio Ambiente e Turismo da Universidade Estadual de Goiás em dezembro de 2009. Disponível em: <<http://www.anapolis.go.gov.br/revistaanapolisdigital/wp-content/uploads/2011/07/A-GASTRONOMIA-ENQUANTO-ATRATIVO-HIST%C3%93RICO-CULTURAL1.pdf>>. Acesso em: 02 abr. 2020.

BROSE, Markus. *Fortalecendo a democracia e o desenvolvimento local: experiências inovadoras no meio rural gaúcho*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2000.

BUCCI, Maria Paula Dallari. O conceito de política pública em direito. In: BUCCI, Maria Paula Dallari (Org.). *Políticas públicas: reflexões sobre o conceito jurídico*. São Paulo: Saraiva, 2006.

BÜTTENBENDER, Pedro Luis. Desenvolvimento local. In: GRIEBELER, Marcos Paulo Dhein; RIEDL, Mario (Orgs.). *Dicionário de Desenvolvimento Regional e Temas Correlatos*. 1. ed. Porto Alegre: Conceito, 2017. p. 113-116.

CARVALHO, T. *Feiras livres da agricultura familiar*. 2016. Disponível em: <http://agrario.mg.gov.br/feiras-livres-da-agricultura-familiar/>. Acesso em: 02 abr. 2020.

CORONA, Hieda Maria Pagliosa, VASQUES, Samuel Tafernaberi Vasques; GODOY, Wilson Itamar. Dinâmicas socioeconômicas dos feirantes agricultores familiares de Chapecó (SC). *Redes - Santa Cruz do Sul*: Universidade de Santa Cruz do Sul, v. 23, n.1, janeiro-abril, p. 237-261, 2018. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/redes/article/viewFile/10532/pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2020.

CORONA, Hieda M.P. *A Reprodução social da agricultura familiar na Região Metropolitana de Curitiba em suas múltiplas inter-relações*. 2006. Tese de doutorado (Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2006.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto. *Metodologia científica*. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CRESWELL, John W. *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CUNHA, Kênia Braz; OLIVEIRA, Leidmar da Veiga. *A gastronomia enquanto atrativo turístico-cultural*. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Pós-Graduação em Geografia, Meio Ambiente e Turismo). Universidade Estadual de Goiás, GO, 2009.

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

_____; AGUIAR, Marina Rodrigues de. *Fundamentos do Turismo: conceitos, normas e definições*. Campinas, SP: Alínea, 2002.

_____; MATOS, Fernanda. *Políticas Públicas: princípios, propósitos e processos*. São Paulo: Atlas, 2012.

FAGLIARI, Gabriela Scuta. *Turismo e Alimentação: Análises introdutórias*. Ed. Roca, São Paulo, 2005.

FARIAS FILHO, M. C.; ARRUDA FILHO, E. J. M. *Planejamento da Pesquisa Científica*. São Paulo: Atlas, 2013.

FERREIRA Marina Vianna; JANKOWSKY Mayra. *Cozinha caiçara: Encontro de histórias e ambientes*. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2009.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. *A história da alimentação*. Paris. Ed. Fayard, 1996.

FRANCO, Ariovaldo. *De caçador a gourmet: uma história da gastronomia*. 3. ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 2004.

FREY, Klaus. *Políticas públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil*. Planejamento e Políticas Públicas, Brasília, n. 21, p. 211-259, jun. 2000.

GÂNDARA, José Manoel Gonçalves; GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia; MASCARENHAS, Rubia. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSAAH, Marília Gomes dos Reis. *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas*. São Paulo: Manole, 2009.

GIMENES-MINASSE, Maria H. S. G. Atrativos gastronômicos da cidade de São Paulo (SP): uma análise preliminar. *XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, Universidade do Estado do Ceará, UECE, 2014.

GEVEHR, Daniel Luciano. Patrimônio Cultural. In: GRIEBELER, Marcos Paulo Dhein; RIEDL, Mario (Orgs.). *Dicionário de Desenvolvimento Regional e Temas Correlatos*. 1. ed. Porto Alegre: Conceito, 2017a. p. 302-305.

_____. Cultura Imaterial. In: GRIEBELER, Marcos Paulo Dhein; RIEDL, Mario (Orgs.). *Dicionário de Desenvolvimento Regional e Temas Correlatos*. 1. ed. Porto Alegre: Conceito, 2017b. p. 81-85.

GIMENEZ, Maria Henriqueta S. Garcia. (Artigo). *Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico: uma introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil*. Trabalho apresentado no IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL. Caxias do Sul, julho de 2006.

GINANI, Verônica Cortês. *Índice de Aceitação de Preparações Regionais com Teor Lipídico Reduzido*. Dissertação de mestrado. Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2005.

GIDDENS, Anthony. *Política, sociologia e teoria social: encontros com o pensamento social clássico e contemporâneo*. São Paulo: Editora da UNESP, 2005.

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed São Paulo: Atlas, 2009.

GRAMADO. *Saiba mais sobre Gramado*. Economia; turismo; eventos; inovação e o projeto gramado inteligente. Disponível em:
<<https://www.gramado.rs.gov.br/pagina/conheca>. Acesso em: 28 mar. 2020.

_____. *Decreto n. 109 de 2017*. Concede permissão de uso não onerosa de bem imóvel e da outras providências. Disponível em:
<<https://leismunicipais.com.br/a/rs/g/gramado/decreto/2017/11/109/decreto-n-109-2017-concede-permissao-de-uso-nao-onerosa-de-bem-imovel-e-da-outras-providencias?q=fornos>>. Acesso em: 15 abr. 2020.

_____. *Decreto n. 090 de 2020*. Reitera a declaração de estado de calamidade pública em todo o território do município de Gramado para fins de prevenção e enfrentamento à pandemia causada pelo COVID-19 (novo Coronavírus), e dá outras providências. Disponível em:
<<file:///C:/Users/nalgi/OneDrive/Documentos/Juneia%20Mestrado/Decreto%20municipal%20de%20gramado%20quarentena.pdf>. Acesso em: 22 mai. 2020.

HERNANDEZ, Jesus Contreras; GRACIA-ARNAIZ M. *Alimentação e Cultura: Perspectivas antropológicas*. Barcelona. Ariel 2005.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO, ARTÍSTICO NACIONAL. IPHAN. *Patrimônio Material*. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/276>. Acesso em: 25 abr. 2020.

_____. *Patrimônio Imaterial*. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/234>>. Acesso em: 25 abr. 2020.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. *Princípios de marketing*. 12 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

LASWELL, Laswell, H.D. *Politics: who gets what, when, how*. Cleveland, Meridian Books. 1936/1958.

LEAL, Maria Leonor de Macedo Soares. *A História da Gastronomia*. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2005.

LEMOS, Carlos A. C. *O que é patrimônio histórico*. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 2000.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Técnicas de Pesquisa*. 8. ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2018.

MALHOTRA, N. *Pesquisa de marketing: uma orientação Aplicada*. 3. ed. Bookman: Porto Alegre, 2001.

NANTES, J.F.D.; SCARPELLI, M. Elementos de gestão na produção rural. In: BATALHA, Mário Otávio. (Coord.). *Gestão Agroindustrial*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012. P. 629-664.

NORA, F.D.; DUTRA, M.R.P. Etnografando feiras livres em praças de Santa Maria, RS: as feiras ecológicas na Praça Saturnino de Brito e da Praça Saldanha Marinho. In: OLIVEIRA, Silvana Silva de; DUTRA, Maria Rita Py; ZANINI, Maria Catarina Chitolina (orgs.). *Somos todas mulheres iguais! Estudos antropológicos sobre feira, gênero e campesinato*. São Leopoldo: Oikos, 2015.

OLIVEN, Ruben G. *A parte e o todo: a diversidade no Brasil-nação*. Petrópolis: Vozes, 1992.

OLIVEIRA, N.S.; CARVALHO, K.M.G.A.S.; SOUZA FILHO, T.A.; SOUZA, M.P; RIVA, F.R. Agricultura familiar do agronegócio do leite em Rondônia, importância e características. In: 48^o Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. 2010. Campo Grande, MS. *Anais...Campo Grande*, 2010. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/15/606.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2020.

PÁGINA RURAL. RS: Associação dos Fornos de Gramado é criada. Quarta-feira, 24 de junho de 2015. Disponível em:
<<http://www.paginarural.com.br/noticia/217088/associacao-dos-fornos-de-gramado-e-criada>>. Acesso em: 15 abr. 2020.

PECCINI, R. A Gastronomia e o Turismo. *Revista Rosa dos Ventos*, v. 5, n. 2, 2013.

PELEGRINI, Sandra C. A. Cultura e natureza: os desafios das práticas preservacionistas na esfera do patrimônio cultural e ambiental. In: *Revista Brasileira de História*. São Paulo, 2006.

POZZEBON Luciana; RAMBO Anelise Graciele; GAZOLLA Marcio. As cadeias curtas das feiras coloniais e agroecológicas: Autoconsumo e Segurança Alimentar e Nutricional. *Desenvolvimento em questão*, Unijuí, Ano 16, n. 42, jan./mar. p. 405-441, 2018.

PEREZ, Xerardo Pereiro. *Turismo Cultural: Uma visão antropológica*. El Sauzal: ACA y PASOS, RTPC, 2009.

PLOEG, Jan D.V. *Camponeses e impérios agroalimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

PROCOPIUCK, Mário. *Políticas públicas e fundamentos da administração pública*. São Paulo: Atlas, 2013.

RAMÍREZ, E.; BERDEGUÉ, J. *Acción colectiva y mejoras en las condiciones de vida de poblaciones rurales*. Fundo Mink'a de Chorlavi. 2003. Disponível em:
<<http://www.fondeminkachorlavi.org/ac/>>. Acesso em: 25 mar. 2020.

SCARABELOT, Maristela; SCHNEIDER, Sérgio. As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local: um estudo de caso no município de Nova Veneza/SC. *Programa de Pós graduação em Sociologia e Desenvolvimento Rural da UFRGS*, v. 15, n. 20, p. 101-130, Jan/Jun 2012. Disponível em:
<<http://www.ufrgs.br/pgdr/publicacoes/producaotextual/sergio-schneider/scarabelot-m-schneider-s-as-cadeias-agroalimentares-curtas-e-desenvolvimento-local-um-estudo-de-caso-no-municipio-de-nova-veneza-sc-faz-ciencia-unioeste-impresso-v-14-p-101-130-2012>>. Acesso em: 05 mar. 2020.

SEN, Amartya. *Sobre ética e economia*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

_____. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

SECCHI, Leonardo. *Políticas públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos*. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

_____. *Análise de políticas públicas: diagnóstico de problemas, recomendação de soluções*. São Paulo: Cengage Learning, 2017.

SEGALA, Luiziane Viana. *Gastronomia e Turismo cultural*. Revista Eletrônica de Turismo. 2003. Disponível em: <<http://www.revistaturismo.com.br/materiasespeciais/gastronomia.html>>. Acesso em 02 abr. 2020.

SENA, Tatiana da Costa. *Atribuição de valor nas práticas de preservação do Patrimônio*. IV ENECULT. Encontros Multidisciplinares em Cultura. UFBA, maio 2008.

SIENA, Osmar; MENEZES, Daniel Santos. *Gestão do Conhecimento em reservas extrativistas*. 2007. Disponível em http://www.unifae.br/publicacoes/pdf/IIseminario/pdf_praticas/praticas. Acesso em: 02 abr. 2020.

SILVA, Christian Luiz da; BASSI, Nadia Solange Schmidt. Políticas públicas e desenvolvimento local. In: SILVA, Christian Luiz da (org.). *Políticas públicas e desenvolvimento local: instrumentos e proposições de análise para o Brasil*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

SILVA, D.O. *et al.* Caracterização e análise da feira livre de Cruz das Almas-BA sob a ótica do planejamento e gestão municipal. *Caminhos de Geografia* (UPU), v.15, n. 49, p. 1-13, 2014. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/24078>>. Acesso em: 05 mar. 2020.

SOUZA, Celina. Políticas Públicas: uma revisão de literatura. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 8, n. 16, p. 20-45, jul/dez 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/soc/n16/a03n16>>. Acesso em: 01 mar. 2020.

SCHÜLTER, Regina G. *Gastronomia e Turismo*. São Paulo: 2003. Tradução Roberto Sperling. (Coleção ABC Turismo).

VAZQUEZ BARQUERO, A. *Desarrollo local: una estrategia de creación de empleo*. Madrid, ed. Pirâmide, 1998.

TEIXEIRA, E.C. *O papel das Políticas Públicas no desenvolvimento local e na transformação da realidade*. 2002. Disponível em: <http://www.dnet.org.br/dados/cursos/aatr2/a_pdf/03/_aatr_pp_papel.pdf>. Acesso em: 01 mar. 2020.

YIN, Robert K. *O Estudo de Caso: planejamento e métodos*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

APÊNDICES

APÊNDICE A - ENTREVISTA COM PODER PÚBLICO E ASSOCIAÇÃO

Entrevistados:

Alexandre Meneguzzo – Secretário Municipal de Agricultura de Gramado

Fábio Ricardo Wagner Faiz - Presidente da AFG - Associação dos Fornos de Gramado

Roteiro:

1. Qual o tempo em que os Fornos de Gramado está vigente?
2. Existe uma Lei Municipal que regulamenta os Fornos de Gramado?
3. A Prefeitura tem conhecimento sobre o perfil do Produtor? Quantos atualmente participam os Fornos de Gramado?
4. A Prefeitura tem conhecimento sobre o perfil do Turista que frequenta os Fornos de Gramado?
5. A Prefeitura fornece algum suporte ou incentivo para os Fornos de Gramado? Qual a participação do Poder Público?
7. Como é feita a divulgação dos Fornos de Gramado?
8. O Sr. acredita que os Fornos de Gramado contribuem para o crescimento do Turismo de Gramado? Ela é expressiva para o Turismo de Gramado ou Não?
9. Considera que os produtos gastronômicos são atrativos para o turismo de Gramado?
10. Espaço para comentários em geral

APÊNDICE B - ENTREVISTA COM PRODUTORES

Produtor: _____

Número de pessoas que trabalham: _____

1. Como iniciou os Fornos de Gramado, como teve acesso ao espaço?
2. Há quanto tempo está expondo seus produtos nos Fornos de Gramado?
3. Quantos produtos comercializa?
4. Comercializa seus produtos em outro local fora dos Fornos de Gramado?
5. Como vê os Fornos de Gramado em termos de rentabilidade:
6. Como vê os Fornos de Gramado como Atrativo turístico:
7. Acha que os Fornos de Gramado contribuem para o crescimento do Turismo de Gramado? Ela é expressiva para o Turismo de Gramado ou Não?
8. Considera que os produtos gastronômicos são atrativos para o turismo de Gramado?
9. A Prefeitura dá algum incentivo para a estrutura dos Fornos de Gramado? Como vê as iniciativas do Poder Público?
10. Espaço para comentários em geral:

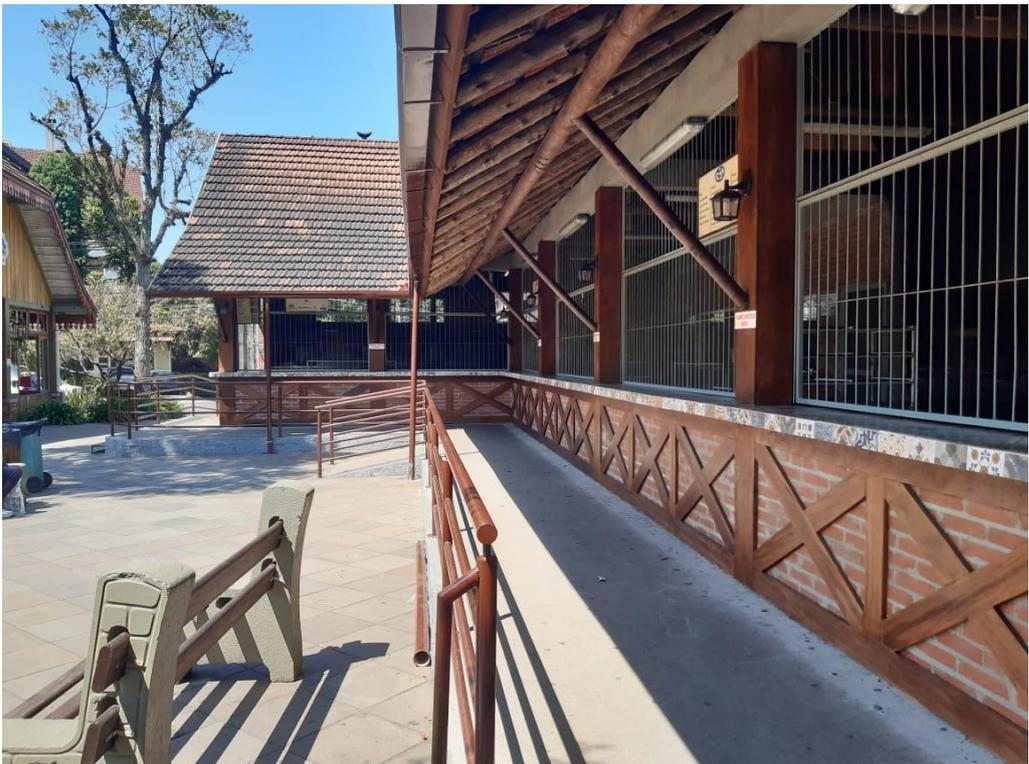
APÊNDICE C – FOTOS EXTRA DOS FORNOS DE GRAMADO

Praça das Etnias – Gramado/RS



Fonte: Acervo da autora (2020).

Prédio dos Fornos de Gramado



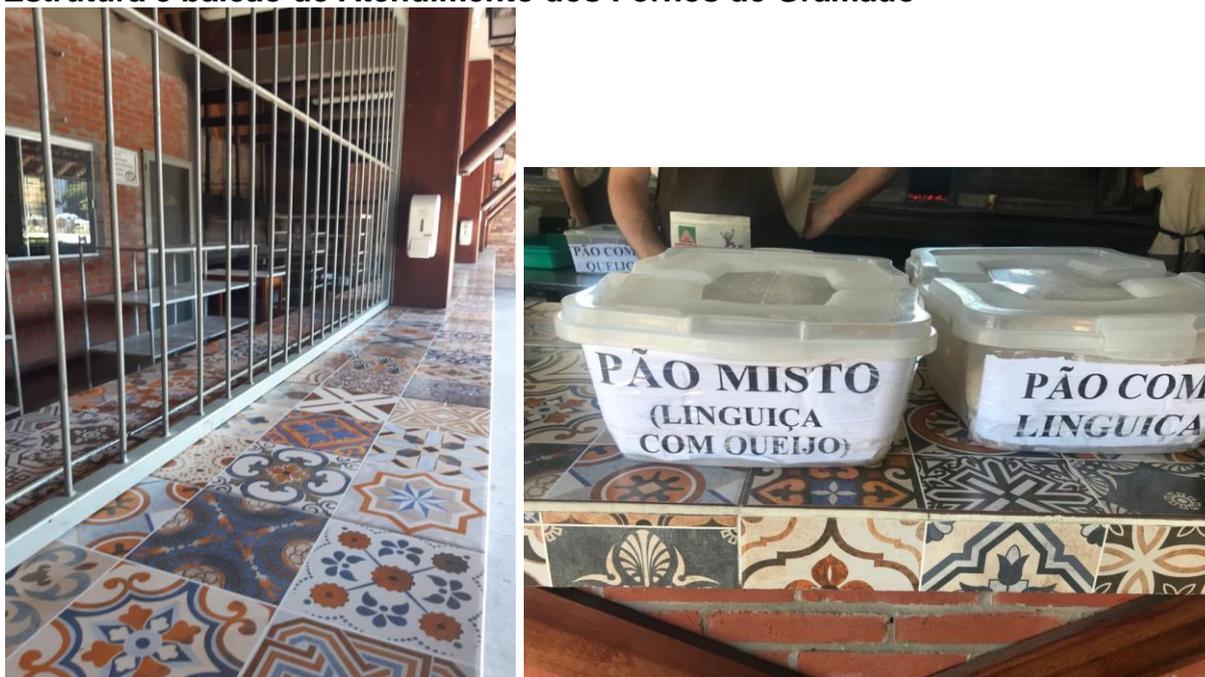
Fonte: Acervo da autora (2020).

Fornos de Barro



Fonte: Acervo da autora (2020).

Estrutura e balcão de Atendimento dos Fornos de Gramado



Fonte: Acervo da autora (2020).

Embalagens com a logomarca: Fornos de Gramado



Fonte: Acervo da autora (2020).

Pães e Apfelstrudel



Fonte: Acervo da autora (2020).

ANEXOS

ANEXO A – CARTA DE APRESENTAÇÃO PARA PESQUISA DE CAMPO**Faculdades Integradas de Taquara**

Credenciada pela Portaria SESu/MEC Nº. 921, de 07/11/07, D.O.U. de 08/11/07

CARTA DE APRESENTAÇÃO PARA SOLICITAÇÃO DE DADOS PARA PESQUISA DE CAMPO**Prezados,**

Por meio deste apresentamos a acadêmica JUNÉIA LAILA BRAUN, devidamente matriculada no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional das Faculdades Integradas de Taquara (FACCAT), que está realizando a pesquisa intitulada "A importância das feiras coloniais como atrativo turístico e gastronômico: Estudo sobre a Feira Colonial de Gramado", sob a orientação do Prof. Dr. Marcos Paulo Dhein Griebeler.

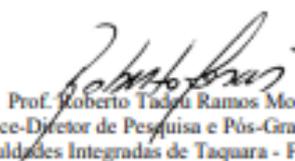
A referida pesquisa tem por finalidade, analisar qual a contribuição da Feira do Colono de Gramado para o turismo gastronômico do município.

Queremos informar que o caráter ético desta pesquisa assegura a preservação do sigilo da identidade das pessoas participantes. Uma das condições para a realização desse estudo é o comprometimento da pesquisadora em possibilitar aos participantes um retorno dos resultados da pesquisa. Solicitamos ainda a permissão para a divulgação desses resultados e suas respectivas conclusões.

Em caso de dúvidas, por gentileza, entrar em contato com o Prof. Dr. Marcos Paulo Dhein Griebeler no e-mail: marcosdhein@faccat.br ou pelo telefone (54) 9714-7485.

Atenciosamente,

Taquara, 04 de novembro de 2019.



Prof. Roberto Tadeu Ramos Morais
Vice-Diretor de Pesquisa e Pós-Graduação
Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT

ANEXO B – DECRETO MUNICIPAL Nº 109/2017

Prefeitura Municipal de Gramado

DECRETO Nº 109/2017

Concede permissão de uso não onerosa de bem imóvel e dá outras providências.

JOÃO ALFREDO DE CASTILHOS BERTOLUCCI, Prefeito de Gramado, no uso de suas atribuições legais, e de acordo com o inciso II, do art. 106 da Lei Orgânica Municipal,

DECRETA:

Art. 1º Fica o Município de Gramado autorizado a conceder Permissão de Uso Não Onerosa do conjunto de fornos e sua estrutura localizada na Praça das Etnias, no bairro Centro à Associação dos Fornos de Gramado (AFG), inscrita no CNPJ sob o nº 23.297.652/0001-35, com sede à Rua Garibaldi, nº 513 – sala 04, no bairro Centro, Gramado/RS.

Art. 2º A permissão de uso do imóvel será realizada pelo período de 12 (doze) meses, a contar da data de assinatura do Termo de Permissão de Uso Não Onerosa, que faz parte integrante do presente Decreto.

Art. 3º A Associação dos Fornos de Gramado deverá realizar a manutenção, conservação, melhorias e reformas, com a participação das comunidades e famílias rurais, bem como manter a originalidade cultural da gastronomia local

Art. 4º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Gramado, 07 de julho de 2017.

João Alfredo de Castilhos Bertolucci
Prefeito de Gramado

Alexandre Meneguzzo
Secretário Municipal de Agricultura

Registre-se e Publique-se
Em 07/07/2017

Julio Cesar Dorneles da Silva
Secretário Municipal de Administração

João Gilberto Barbosa Barcellos
Procurador-Geral do Município

www.gramado.rs.gov.br



Prefeitura Municipal de Gramado

TERMO DE PERMISSÃO DE USO NÃO ONEROSO

Pelo presente instrumento, o **MUNICÍPIO DE GRAMADO (RS)**, pessoa jurídica de direito público interno, com sede na Avenida das Hortênsias, n.º 2029, inscrito no CNPJ/MF sob n.º 88.847.082/0002-55, neste ato representado por seu Prefeito Sr. **JOÃO ALFREDO DE CASTILHOS BERTOLUCCI**, e o Secretário Municipal de Agricultura, **ALEXANDRE MENEGUZZO**, neste ato denominado **PERMITENTE**, e a Associação dos Fornos de Gramado (AFG), com sede na Rua Garibaldi, n.º 513 – sala 04, nesta cidade, inscrita no CNPJ nº 23.297.652/0001-35, neste ato representado por sua presidente, **ZULMIRO BOF**, inscrito no CPF nº 455.420.150-34, doravante **PERMISSIONÁRIA**, em conformidade com o Decreto nº 109/2017, de 07 de julho de 2017, mediante o estabelecimento das seguintes cláusulas:

Cláusula Primeira – O presente contrato tem como objetivo a Permissão de Uso Não Onerosa de um conjunto de fornos e sua estrutura localizados na Praça das Etnias, na Rua Coronel João Corrêa, nº 373, de propriedade da **PERMITENTE**.

Cláusula Segunda – O período da Permissão de Uso Não Onerosa, objeto deste termo, será de 12 (doze) meses, a contar da data de assinatura do presente termo.

Cláusula Terceira – Esta Permissão de Uso Não Onerosa tem por finalidade, a comercialização de produtos da agroindústria familiar.

Cláusula Quarta – Compete a **PERMISSIONÁRIA**:

- a) Manter e conservar em perfeito estado, o imóvel descrito na cláusula primeira, restituindo a **PERMITENTE**, ao fim do término deste Permissão de Uso Não Onerosa, com as benfeitorias que forem realizadas sem

www.gramado.rs.gov.br

Av. das Hortênsias, 2029 - Centro - Cep 95670-000 - Gramado - RS - Telefone (54) 3286.0200



Prefeitura Municipal de Gramado

direito a indenização, sujeitando-se, ainda, ao pagamento de perdas e danos que seus atos vierem a causar a PERMITENTE, em especial, se houver mora na devolução do bem ou dano de qualquer natureza nas instalações ali existentes.

- b) Cumprir fielmente as determinações e normas emanadas dos órgãos Municipais, Estaduais e Federais competentes.

Cláusula Quinta – As despesas de água e energia elétrica serão suportadas pela PERMITENTE.

Cláusula Sexta – A fiscalização do presente instrumento, por parte da PERMITENTE, ficará sob encargo da Secretaria Municipal de Agricultura ou a outra área sucedânea, em caso de extinção da atual.

Cláusula Sétima – Toda e qualquer alteração física a ser realizada pela PERMISSIONÁRIA deverá ter expressa anuência da PERMITENTE.

Cláusula Oitava – Toda e qualquer alteração física a ser realizada pela PERMISSIONÁRIA deverá ter expressa anuência da PERMITENTE.

Cláusula Nona – Em qualquer hipótese prevalecerá o interesse público.

Cláusula Décima – Em caso de descumprimento do presente instrumento por parte da PERMISSIONÁRIA, este Termo será rescindido e o Decreto que o fundamenta revogado, não assistindo à parte PERMISSIONÁRIA quaisquer direitos a reparação de danos.

Cláusula Décima Primeira – Fica eleito o Foro da Comarca de Gramado (RS), como competente para solucionar eventuais pendências decorrentes do presente contrato, com renúncia a qualquer outro por mais privilegiado que seja ou venha a

www.gramado.rs.gov.br

Av. das Hortênsias, 2029 - Centro - Cep 95670-000 - Gramado - RS - Telefone (54) 3286.0200



Prefeitura Municipal de Gramado

ser.

E, por estarem assim ajustados, assinam o presente instrumento em 3 (três) vias de igual teor e forma, para um só efeito, com as testemunhas abaixo firmadas, que declaram conhecer todas as cláusulas contratadas.

Gramado, 07 de julho de 2017.

JOÃO ALFREDO DE CASTILHOS BERTOLUCCI
Prefeito de Gramado

ALEXANDRE MENEGUZZO
Secretário Municipal de Agricultura

ZULMIRO BOF
Associação de Fornos de Gramado

www.gramado.rs.gov.br

Av. das Hortênsias, 2029 - Centro - Cep 95670-000 - Gramado - RS - Telefone (54) 3286.0200