



AMBIENTUR

III SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

08 a 11/06/2017 Antônio Prado/RS

O Queijo Serrano inserido na Economia Criativa sob a variável ambiental

Elisa Costa Maffessoni¹, Charlie Tecchio Colonetti², Marlei Salete Mecca³

¹Universidade de Caxias do Sul (ecmaffessoni@ucs.br)

² Universidade de Caxias do Sul (ctcolonetti@ucs.br)

³ Universidade de Caxias do Sul (msmecca@ucs.br)

Resumo

A gastronomia, tem se constituído como um importante atrativo turístico, enquanto parte da cultura local de uma determinada região. Sendo assim, o presente artigo tem por objetivo apresentar o Queijo Serrano inserido na economia criativa sob a variável ambiental. A metodologia para o desenvolvimento desta pesquisa caracteriza-se por ser exploratória, com pesquisa bibliográfica, em relação aos procedimentos foi realizado um estudo de caso com entrevistas semiestruturadas, de caráter quali-quantitativo. Pode-se verificar que a produção de Queijo Serrano é uma atividade sustentável, pois promove um produto local, preservando a cultura e gerando emprego e renda para as famílias produtoras, além de acesso a educação e cultura.

Palavra-chave: Queijo-serrano, turismo, gastronomia, desenvolvimento sustentável, produto local.

Área-temática: gastronomia e enoturismo e a variável ambiental

Abstract

Gastronomy, has become an important tourist attraction, as part of the local culture of a certain region. Thus, the present article aims to present the Serrano Cheese inserted in the creative economy under the environmental variable. The methodology for the development of this research is characterized by being exploratory, with bibliographic research, in relation to the procedures, a case study with semi-structured, qualitative-quantitative interviews was carried out. It can be verified that the production of Cheese Serrano is a sustainable activity, because it promotes a local product, preserving the culture and generating employment and income for the producing families, besides access to education and culture.

Key words: Cheese-serrano, tourism, gastronomy, sustainable development, local product.

Subject area: gastronomy and wine tourism and the environmental variable



AMBIENTUR

III SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

08 a 11/06/2017 Antônio Prado/RS

1 Introdução

Com o crescimento do setor turístico, o turista passa a exigir que os roteiros turísticos se moldem e se diferenciem cada vez mais, a fim de atender suas necessidades e anseios. Para o Ministério do Turismo (2003), o turismo cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. A gastronomia, tem se constituído como um importante atrativo turístico, enquanto parte da cultura local de uma determinada região.

Dentro do turismo cultural, podemos segmentá-lo em turismo gastronômico, onde o mesmo é definido por uma vertente do Turismo Cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade (MTur, 2010). Essa oferta turística é capaz de apresentar uma vantagem competitiva em relação aos demais destinos, pois pode proporcionar experiências únicas, sendo um diferencial para a comercialização do local.

Partindo da ideia de que hoje em dia o turismo sustentável deve ser pensado juntamente com os demais, tanto o turismo cultural, quanto o gastronômico estão englobados no turismo sustentável. Para a OMT (1999), o Turismo Sustentável é a atividade que satisfaz as necessidades dos turistas e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto a integridade cultural, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para o futuro.

A Economia criativa é um modelo econômico capaz de valorizar a produção de bens e serviços aliados à criatividade e a cultura local, gerando o desenvolvimento socioeconômico da comunidade envolvida. A gastronomia é considerada um setor criativo, onde mescla sabores, cores e aromas, ao saber-fazer dos antepassados aliados às novas tecnologias e produtos disponíveis, se inserido assim em Economia Criativa.

[...] empreendimentos do destino desenvolveram a oferta de experiências únicas com base na valorização da história e da singularidade local por meio, por exemplo, da culinária regional, com vistas a inovar os produtos turísticos ofertados e melhorar seu posicionando no mercado. Com isso, se mantém a originalidade compartilhando dos costumes locais com os visitantes, realizando o resgate do patrimônio imaterial que, associado à identidade local, é um rico ingrediente para a promoção do destino e consequente captação de turistas (MTur, 2003, p. 26).

Para o MTur (2012), a identidade gastronômica enquanto identidade, pode ser trabalhada como um atrativo turístico, proporcionando ao turista o conhecimento da identidade cultural de determinada comunidade. O Queijo Serrano, queijo feito a partir de leite cru, representa a identidade cultural dos Campos de Cima da Serra. Inserido sob a ótica da economia criativa, com o saber-fazer dos antepassados, em que alguns produtores ainda utilizam de utensílios com mais de 30 anos, o queijo Serrano preserva a cultura local através de um preparo culinário.

Sendo assim, o trabalho visa apresentar o Queijo Serrano inserido na economia criativa no aspecto ambiental, em que o mesmo é um produto local e promove a cultura da sua região.

2 Economia criativa



AMBIENTUR

III SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

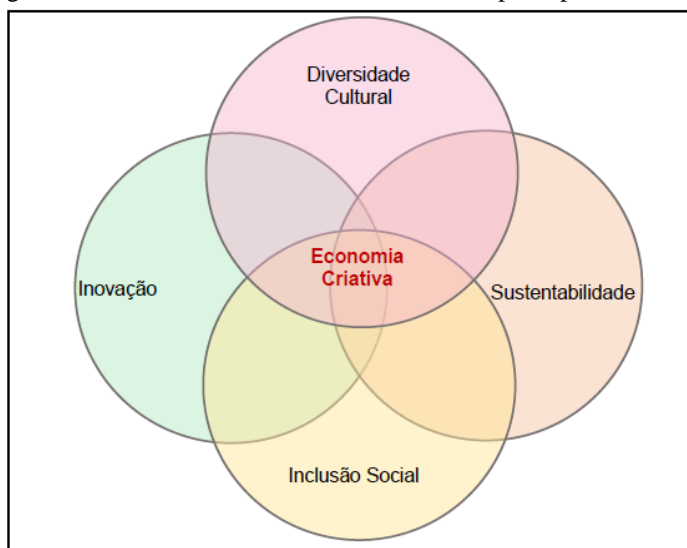
08 a 11/06/2017 Antônio Prado/RS

A indústria criativa trata dos setores econômicos e criativos específicos, desde o ciclo de criação, produção distribuição dos produtos e/ou serviços, no qual a criatividade é o insumo principal. Esses setores são: artesanato, artes, música, software, turismo e gastronomia. Em síntese, é um conjunto de atividades econômicas com base no conhecimento, aliadas a criatividade.

BRASIL (2012) caracteriza a Economia Criativa como uma abordagem histórica multidisciplinar, levando em consideração a interação e intercomunicação entre economia, cultura e inovação, focada na predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado.

Como vantagem em investir na Economia Criativa, está a criação de emprego e renda, a promoção e inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano, o entrelaçamento entre economia, cultura e aspectos sociais com tecnologia e propriedade intelectual e o desenvolvimento inovação através de políticas e novas oportunidades baseadas no capital intelectual (DIAS, 2014).

Figura 1– A Economia criativa brasileira e seus princípios norteadores



Fonte: Brasil (2012, p. 33).

Segundo a SEC, os princípios norteadores (Figura 1) compreendem 4 linhas que são o base para que a Economia Criativa se desenvolva de forma inclusiva e igualitária, pensando sempre no desenvolvimento do Brasil de forma sustentável:

- diversidade cultural: devido à ampla riqueza cultural presente no Brasil, este item trata da valorização, proteção e promoção dessa cultura nacional, como forma de manter a sua originalidade;
- sustentabilidade: versa sobre a qualidade do desenvolvimento almejado, com o propósito de garantir uma sustentabilidade ambiental, social, econômica e cultural, proporcionando condições para que as gerações usufruam desse patrimônio;
- inovação: gira em torno da capacidade de empreender e enfrentar riscos, baseados em conhecimento, qualificação e identificação das oportunidades, gerando produtos novos ou aperfeiçoando os já existentes; e

Realização: ABES/RS - Seção Serra e UCS



AMBIENTUR

III SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

08 a 11/06/2017 Antônio Prado/RS

- inclusão social: geração de formação e qualificação profissional para que os cidadãos (principalmente os que se encontram em situação vulnerável) possam ter acesso a oportunidades de emprego e renda e, também, à cultura. (PAULA, STEIN, MECCA, 2016, p.23).

A Economia Criativa utiliza do saber-fazer, da criatividade, e das manifestações culturais de um povo como protagonistas do desenvolvimento, sendo o capital financeiro coadjuvante para que o avanço ocorra. A economia criativa é caracterizada pelo impacto duplo na geração de empregos e de riqueza e no aumento da geração de capital humano criativo/ inovação. O motor da economia criativa depende da criatividade individual e não precisa necessariamente de um investimento financeiro significativo em suas fases iniciais (REIS, 2008).

O Queijo Serrano se mostra claramente envolvido na Economia Criativa, não apenas por apresentar um produto gastronômico, mas por possuir o saber-fazer dos antepassados, o seu próprio *terroir*, contendo sabores característicos, que denotam de um produto único e diferenciando-o de outros queijos. Conforme constatado em pesquisa acadêmica realizada pela autora a maioria dos produtores do Queijo Serrano passaram a receita para seus filhos e netos, e na produção todos são da mesma família, nas empresas pesquisadas não há empregados.

3 Variável ambiental

A economia criativa pode ajudar na preservação ambiental de diversas maneiras, e em se tratando da atividade turística ela pode estar presente nas redes hoteleiras, nos restaurantes, artesões, atrativos turísticos e demais participantes do trade turístico.

Adicionalmente, as indústrias criativas podem reforçar a cultura como valores e tradições que identificam uma comunidade ou nação. Além do papel de coesão social e inclusão, este reforço tem o potencial de gerar atratividade turística. Esta é a maneira pela qual a economia criativa se relaciona com a cultura e com o turismo. Outra maneira se relaciona ao turismo cultural centrado no patrimônio. A abordagem da economia criativa pode contribuir para a exploração racional e sustentável desse tipo de turismo e para a preservação do patrimônio, do meio ambiente e para o benefício das populações locais (BRASIL, 2013a, p.08).

Na produção do Queijo Serrano, todos os processos são feitos dentro da própria fazenda produtora do queijo, ou seja, desde a ordenha das vacas até a maturação do queijo, gerando emprego e renda e permitindo a preservação do patrimônio, da cultura e do meio-ambiente.

Dentre as diversas atitudes mundiais realizadas a favor de gestões sustentáveis, é possível verificar que as indústrias criativas são agentes no que diz respeito a tornar suas produções mais sustentáveis, utilizando produtos da sua região, promovendo o desenvolvimento e crescimento das empresas, da região ao entorno e das pessoas envolvidas nos processos de forma sustentável.

Estamos determinados a proteger o planeta da degradação, sobretudo por meio do consumo e da produção sustentáveis, da gestão sustentável dos seus recursos naturais e tomando medidas urgentes sobre a mudança climática, para que ele possa suportar as necessidades das gerações presentes e futuras (ONU, 2015, p.2)

Realização: ABES/RS - Seção Serra e UCS



AMBIENTUR

III SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

08 a 11/06/2017 Antônio Prado/RS

Entre as medidas tomadas para tornar o mundo um lugar melhor, estão os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que estão subdivididos em 169 metas, segmentados nas seguintes dimensões: econômica, social e ambiental. As ODS foram criadas pelos 193 estados-membros da ONU, com o título: Transformando Nosso Mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Dentre as diversas ações presentes nos objetivos, 3 delas, tem seu enfoque voltado para o turismo.

- Objetivo 8 .Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos.
- Objetivo 12. Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.
- Objetivo 14. Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável.

Essas ações voltam sua atenção para o mundo, e posteriormente a divulgação da Agenda de 2030, a ONU declarou 2017 o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento.

A data reconhecerá a importância do turismo internacional e, em particular, a designação de um ano internacional de turismo sustentável para o desenvolvimento que atua para promover uma melhor compreensão entre os povos em todo o mundo, levando a uma maior conscientização sobre o rico patrimônio das diversas civilizações (OMT, 2016).

Os envolvidos no trade turístico, assim como o produtor de queijo Serrano, podem utilizar de técnicas e procedimentos que promovam o crescimento econômico sustentado e inclusivo, que ajudem o meio-ambiente, e ofereçam aos seus colaboradores um ambiente produtivo e decente, fazendo com que o seu empreendimento se torne sustentável.

A economia criativa trabalha com a criatividade, e sendo assim o empreendedor deve usar da mesma para fazer o seu negócio sustentável, tanto no campo social, como no econômico e no ambiental. Conforme acordado na ONU, em 2015, os governantes devem assegurar que todos os seres humanos desfrutem de uma vida próspera e de completa realização pessoal, e que os progressos econômicos, sociais e tecnológicos ocorram em harmonia com a natureza.

4 Queijo Serrano

Os lavradores de Minas Gerais abandonam a lavoura e passam a trabalhar nas minas de ouro, isso acarreta em uma grave crise alimentar em Minas Gerais. O gado passa a ficar na fazenda. Logo após a mineração estancar a compra de gado, os empregados da fazenda passam a produzir o queijo, mediante um “empréstimo” do gado por parte do fazendeiro. O queijo produzido durante a semana ficava com o fazendeiro e o de domingo com o empregado.

No entanto, se a ordenha era uma etapa importante no processo de trabalho e no amansamento do gado, a comercialização do leite na forma *in natura* era inviável, já que no período de que estamos tratando, as grandes distâncias que separavam as fazendas dos centros consumidores e a alta perecibilidade do leite, aliados à falta de uma estrutura para armazenamento do produto, impediam sua comercialização *in natura*. Daí sua transformação em queijo ter viabilizado a comercialização do produto (KRONE, 2009, p. 37).

Realização: ABES/RS - Seção Serra e UCS



AMBIENTUR

III SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

08 a 11/06/2017 Antônio Prado/RS

Em 1831 – antes mesmo da Revolução Farroupilha – um documento que solicitava melhorias no caminho dos tropeiros a fim de transportar o queijo e a manteiga produzidos nos Campos de Cima da Serra, pode comprovar que os queijos Serranos já eram produzidos e sua qualidade, reconhecida.

O tropeirismo teve um importante papel na comercialização do queijo Serrano. As mulas antes destinadas ao comércio passaram a transportar mercadorias movimentando a economia do Brasil. As mulas possibilitaram o comércio entre os Campos de Cima da Serra, outros municípios gaúchos e até com a região de Santa Catarina.

É desta forma que dos Campos de Cima da Serra partiam tropas de mulas arreadas carregadas especialmente com charque, pinhão e queijo, que desciam a serra em direção a Santa Catarina ou a Caxias do Sul, para trocar estes produtos por mantimentos que não haviam na região. O sistema, que à época funcionava por meio de escambo, permitia que os tropeiros trouxessem, ao retornar, produtos como sal, açúcar amarelo, farinha de mandioca, arroz, entre outros alimentos (KRONE, 2009, p. 40).

A receita do queijo Serrano é uma tradição nas famílias dos Campos de Cima da Serra, que veio juntamente com os primeiros portugueses a habitar a região. Em entrevista com os produtores de Queijo Serrano, foi possível identificar que eles aprenderam com seus pais, que aprenderam com seus avós e assim por conseguinte, e se não foi dessa maneira, foi ao ter casado com algum produtor de queijo.

Em visita realizada no mês de abril de 2017, uma queijaria (Figura 2) que está se adaptando a nova legislação ainda produz em madeira, de maneira totalmente artesanal e com muito cuidado na higiene de toda produção. A madeira por ter porosidade e ser de difícil desinfecção foi proibida nas queijarias e estabelecimentos alimentares, sendo permitida sua utilização somente nas prateleiras de cura dos queijos. A forma realmente artesanal do Queijo Serrano mudou, visando atender as necessidades da inspeção sanitária, necessária para comercialização do Queijo Serrano.

Figura 2 – Produção artesanal com utensílios de madeira



Fonte: Acervo da autora (2017).

Realização: ABES/RS - Seção Serra e UCS



AMBIENTUR

III SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

08 a 11/06/2017 Antônio Prado/RS

O queijo Serrano é produzido a partir do leite cru, de vacas de corte, alimentadas nos campos nativos. Há apenas uma ordenha diária (dependendo o tipo de gado), pela manhã, o que resulta no bom cuidado com os terneiros, e na baixa produção, que é concentrada na primavera e no verão. Hoje em dia, uma parte dos produtores de queijo Serrano tem realizado o cruzamento com raças leiteiras (Jersey e Holandesa), diversificando a alimentação, o que permite um aumento na produção e a extinção da sazonalidade (VELHO, et al., 2011).

Os únicos ingredientes do queijo são o leite cru, o coalho e o sal (cloreto de sódio), não sendo permitida a adição de nenhum ingrediente. Dentre as definições do queijo, ele se caracteriza por ser um queijo semi-gordo, apresentando de 25% a 44% de gordura nos sólidos totais variáveis. A sua consistência é elástica e untuosa, levemente amanteigada, de textura compacta e macia e sua cor é amarelada. Sua crosta é média e lisa. O sabor é característico, podendo variar conforme o grau de maturação (Figura 3), salga e umidade, mas prevalece o ácido, picante e o salgado. Antigamente se produziam em fôrmas grandes e redondas, com peso superior aos 5 quilos, maturado por mais de três meses e sua venda era realizada de duas a três vezes no ano. Hoje, sua forma e peso variam de acordo com o fabricante, e devido à exigência dos consumidores passaram a ser produzidos queijos menores e durante todo o ano.

Figura 3 – Processo de maturação do Queijo Serrano de produtor de Bom Jesus certificado



Fonte: Acervo da autora (2017).

O queijo Serrano é produzido exclusivamente nos Campos de Cima da Serra no Rio Grande do Sul e na região Serrana de Santa Catarina, abrangendo um total de 29 municípios produtores de Queijo Serrano.

5 Metodologia

A metodologia para o desenvolvimento desta pesquisa caracteriza-se por ser exploratória quanto aos seus objetivos, uma vez que foi realizada uma seleção das bibliografias existentes, além da realização de entrevistas semiestruturadas com os produtores

Realização: ABES/RS - Seção Serra e UCS



AMBIENTUR

III SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

08 a 11/06/2017 Antônio Prado/RS

de Queijo Serrano. Para Gil (2008), a entrevista é uma forma de diálogo assimétrico, em que uma das partes busca coletar dados e a outra se apresenta como fonte de informação.

Em relação aos procedimentos técnicos, a pesquisa se valeu de pesquisa bibliográfica, a fim de verificar melhor os itens referentes aos temas turismo e Queijo Serrano. Para Gil (2002), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em um material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos, sendo que boa parte dos estudos exploratórios pode ser definida como pesquisas bibliográficas. Ainda quanto aos procedimentos técnicos, a pesquisa será integrada ao estudo de caso, em que segundo Fonseca (2002), o pesquisador não pretende intervir sobre o objeto a ser estudado, mas revelá-lo tal como ele o percebe.

Em relação à abordagem a pesquisa classifica-se como quali-quantitativa, que conforme Minayo (2001), a diferença entre qualitativo-quantitativo é de natureza, pois segundo o autor o conjunto de dados não se opõem, se complementa.

Conclusão

No turismo sustentável o meio ambiente, a comunidade, e a cultura local, se desenvolvem em harmonia, e todos passam a ser beneficiários do turismo, passando a serem também agentes formadores do desenvolvimento da localidade.

A autorização da produção de queijo Serrano significará uma preservação cultural, do ambiente e da região, contribuindo também para atividades secundárias que podem desenvolver todo o território, como o turismo rural e o artesanato.

O turismo pode ser um importante aliado na geração de emprego e renda, principalmente quando aliado ao planejamento e execução de princípios fundamentados na sustentabilidade, promovendo e propiciando a comunidade produtora do Queijo Serrano a preservação da sua identidade local e da sua cultura.

Referências

BRASIL. Ministério da Cultura. Secretaria da Economia Criativa. **Plano da Secretaria da Economia Criativa:** políticas, diretrizes e ações, 2011–2014. Brasília, DF: Ministério da Cultura, 2012b.

DIAS, Marina Cândido. **Inovação, Cultura e sustentabilidade: um estudo sobre a economia criativa.** 2014. 161f. Dissertação (Mestrado em Economia) - Universidade Federal do Espírito Santo, Programa de Pós-Graduação em Economia. Vitória, 2014.

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

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4ª edição. São Paulo, SP: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** 6ª edição. São Paulo, SP: Atlas, 2008.



AMBIENTUR

III SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE GESTÃO AMBIENTAL
DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

08 a 11/06/2017 Antônio Prado/RS

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade.** 18ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001. GÂNDARA, José Manoel Gonçalves. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: NETTO, Alexandre Panosso, ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas.** Barueri, SP: Manole, 2009. P. 179-194

OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Guía para administraciones locales: desarrollo turístico sostenible.** Madrid, Espanha: OMT, 1999. Disponível em <<https://pt.scribd.com/document/41214476/Desarrollo-Turistico-Sostenible>>. Acesso em 15 de setembro de 2016.

ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Objetivos do desenvolvimento sustentável (ODS), agenda para 2030. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2015/10/agenda2030-pt-br.pdf>>. Acesso em 10 de janeiro de 2017.

PAULA, Tauana M. de, MECCA, Marlei S., GASTAL, Susana de A. Interfaces entre as características da Economia Criativa brasileira e a produção do souvenir gastronômico. In: Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR), XII., 2015, Caxias do Sul, RS. **Anais...** Caxias do Sul: ANPTUR, 2015.

PAULA, Tauana M. de, STEIN, Gabriella V., MECCA, Marlei S. Ciclo de Vida das Destinações Turísticas: Vila Flores, RS: 'Terra da Fé, Pão e Vinho'. **Rosa dos Ventos**, vol. 08, nº 01, p. 01-13. 2016b.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades criativas: análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo.** 2011. 312f. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional) - Universidade de São Paulo, USP, São Paulo, 2011.

UNESCO – Organização das Nações Unidas para educação, a ciência e a cultura. PNUD - Programa das Nações Unidas para o desenvolvimento. **Creative economy report: widening local development pathways, special edition.** Paris, França, 2013.

UNWTO - WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Global Report on Food Tourism.** Madrid, Espanha: UNWTO, 2012.

UNWTO - WORLD TOURISM ORGANIZATION. 2017 International Year of Sustainable Tourism for Development. Disponível em: <<http://www2.unwto.org/tourism4development2017>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2017.

VELHO, Juruema Batista et al. **Queijo artesanal serrano:** “uma receita passada de geração para geração”. Porto Alegre: EMATER/RS – ASCAR, 2011.