

Cidades criativas brasileiras da gastronomia: histórico e vivência na pandemia da COVID-19

Ana Flávia Machado (CEDEPLAR/UFMG)¹
Alice Demattos Guimarães (Mohn Centre/HVL)²
Gabriel Vaz de Melo³
Lorena Ferrari Auarek⁴

30/05/2022

Resumo

Este artigo busca situar a cena gastronômica das quatro cidades brasileiras que levam o título na UNESCO (Florianópolis, Belém, Paraty e Belo Horizonte) e, sobretudo, descrever as ações utilizadas para mitigar os efeitos da pandemia sobre a atividade. Por meio de entrevistas com gestores e empreendedores da área, buscou-se entender como se configura a governança estratégica da chancela e sua representação para a cidade, especialmente enquanto ponto de articulação para certos setores. Os principais resultados evidenciam que há uma percepção de gestores e empreendedores entrevistados bem favorável a efeitos da titulação. Entretanto, a falta de indicadores para acompanhar tais benefícios é um dos pontos faltantes na organização estratégica do selo.

Palavras-chave: Cidade Criativa; gastronomia; pandemia; Brasil.

Resumen

Este artículo busca situar el escenario gastronómico de las cuatro ciudades brasileñas que tienen el título de la UNESCO (Florianópolis, Belém, Paraty y Belo Horizonte) y, sobre todo, describir las acciones utilizadas para mitigar los efectos de la pandemia en la actividad. A través de entrevistas con gestores y empresarios del sector, buscamos comprender cómo se configura la gobernanza estratégica del sello y su representación para la ciudad, especialmente como punto de articulación para ciertos sectores. Los principales resultados muestran que existe una percepción de los gestores y empresarios entrevistados muy favorable a los efectos de la titulación. Sin embargo, la falta de indicadores para monitorear dichos beneficios es uno de los puntos faltantes en la organización estratégica del sello.

Palabras clave: Ciudad Creativa; gastronomía; pandemia; Brasil.

¹ Professora Titular do Depto de Ciências Econômicas FACE/UFMG –email:afmachad@cedeplar.ufmg.br

² Doutoranda no Depto de Inovação e Desenvolvimento Mohn Centre/HVL – email: adgu@hvl.no

³ Mestre em Economia pelo CEDEPLAR/UFMG – email: gabrielvazdemelo@gmail.com

⁴ Bolsista de Graduação (Ciências Econômicas FACE/UFMG) – email: loauarek@ufmg.br

Abstract

This article seeks to situate the gastronomic scene of the four Brazilian cities that have the title by UNESCO (Florianópolis, Belém, Paraty and Belo Horizonte) and, mainly, describe the actions used to mitigate the effects of the pandemic on the activity. Through interviews with managers and entrepreneurs in the field, we sought to understand how the label's strategic governance and its representation for the city is configured, especially as a point of articulation for certain sectors. The main results show that there is a very favorable perception from managers and entrepreneurs interviewed regarding the effects of the seal. However, the lack of indicators to monitor such benefits is one of the missing points in the strategic organization of the title.

Keywords: Creative City; gastronomy; pandemic; Brazil.

1. Introdução

A gastronomia é reconhecida pela UNESCO como uma das modalidades para a chancela/selo de Cidade Criativa. Atualmente, 48 cidades no mundo são creditadas, estando 18 localizadas na região da Ásia e do Pacífico, 14 na Europa e América do Norte, 12 na América Latina e Caribe, duas na África e duas outras nos Estados Árabes. Como já abordado em Oliveira et al. (2020), há expressiva concentração de cidades criativas da gastronomia em países menos desenvolvidos. De acordo com as autoras, modalidades associadas a saberes tradicionais e intensivas em trabalho, como a gastronomia, são privilegiadas o selo em centros urbanos localizados nessas regiões.

A situação do selo no Brasil reitera os achados de Oliveira et al. (2020). Entre as dez cidades criativas da Rede UNESCO, quatro são na modalidade gastronomia: Belém (PA), Belo Horizonte (MG), Florianópolis (SC) e Paraty (RJ). As três primeiras são capitais de Unidades da Federação e a última, uma cidade histórica, patrimônio mundial da UNESCO, de pequeno porte, com população estimada de 43 mil habitantes em 2020.

A gastronomia como uma atividade artística, cultural e criativa é reconhecidamente um fator propulsor do desenvolvimento sustentável de uma sociedade por meio de sua cultura alimentar e na intersecção de práticas tradicionais e inovativas, sendo capaz de atrair investimentos e gerar renda e postos de trabalho. Entretanto, trata-se de uma atividade frequentemente relacionada às experiências vivenciadas em aglomerações, como idas a restaurantes e feiras gastronômicas, o que, durante a pandemia da COVID-19, estiveram entre

as que mais sentiram os efeitos decorrentes das medidas restritivas de circulação e convívio social.

Assim sendo, este artigo busca situar a cena gastronômica das quatro cidades brasileiras que levam o título na UNESCO e, sobretudo, analisar as ações utilizadas para mitigar os efeitos da pandemia sobre a atividade. Por meio de entrevistas com gestores e empreendedores da área do setor, buscou-se entender como se configura a governança estratégica da chancela e o que esta representa para a cidade, especialmente enquanto ponto de articulação para certos setores em épocas de crises.

Com este intuito, o artigo se divide em cinco seções, incluindo esta introdução. Descreve-se as especificidades da gastronomia em cada uma das cidades antes da pandemia na segunda seção. Em seguida, o procedimento metodológico relacionado às entrevistas e construção de indicador de percepção são abordados. Os resultados do estudo de caso se encontram na quarta seção e, por fim, apontam-se as principais conclusões.

2. Cena gastronômica nas cidades criativas brasileiras em gastronomia

A cultura gastronômica conta a história do desenvolvimento alimentar das populações que, por sua vez, podem indiretamente traduzir a própria história de determinadas comunidades. A alimentação é considerada uma das principais atividades da humanidade, pois além de suprir as necessidades básicas, desperta saberes e fazeres que tornam peculiar o ato do preparo do alimento e da apreciação do mesmo.

O alimento representa o povo que o consome numa imagem imediata e perceptiva. Dá a impressão confusa e viva do temperamento e maneira de viver, de conquistar os víveres, de transformar o ato de nutrição numa cerimônia indispensável do convívio humano.

(CASCUDO, 1983, p. 435).

A alimentação influencia diretamente diversos aspectos cruciais para o desenvolvimento das cidades, como o econômico, social, cultural, além de se tornar um motivo para incrementar o turismo. De acordo com Crotts e Kivela (2005), a gastronomia assume papel relevante na experiência do turista em seu destino de viagem, incentivando o retorno, bem como, influenciando seus pares a conhecê-la pelo mérito da boa mesa. Por essa e outras razões, a UNESCO criou o selo na modalidade gastronomia.

Belém, capital do Pará, estado situado na região Norte do Brasil, tornou-se cidade criativa em 2015. O apelo criado pela Amazônia combinado à culinária exótica que reúne as frutas e ervas regionais, a pesca, a influência de diversos povos, entre eles os indígenas e os ribeirinhos, tornam a cozinha belenense uma força para o desenvolvimento da cadeia produtiva, assim como para o turismo. Além da cidade, existem as ilhas no entorno, sendo que a Ilha de Combu se tornou o polo gastronômico da região.

Belo Horizonte, a mais jovem das cidades criativas brasileiras até o momento, recebeu o título em 2019. Capital de Minas Gerais, estado da Região Sudeste, caracteriza-se por uma cozinha forjada pela influência de três etnias (africana, indígena e europeia) e que reúne pratos tradicionais “da roça” como angu, frango com quiabo, legumes refogados, feijão tropeiro, doces em compota, entre outros. Também é conhecida como a capital mundial dos botecos, que se destacam pela oferta de tira-gostos típicos da culinária mineira, além de cervejas artesanais, cachaças e gins produzidos em Minas Gerais.

Florianópolis foi a primeira cidade brasileira a receber o selo de cidade criativa em gastronomia no ano de 2014. É a capital de Santa Catarina, estado sulino do Brasil, e grande parte de seu território se localiza em uma ilha. A combinação de influência de cozinhas europeias, como de Açores e da Alemanha, com a indígena e a farta produção de pescado e moluscos (ostras, mexilhões, berbigões e vieiras) favorecem uma culinária marítima. Ademais, a paisagem da ilha, com várias praias e atrativos naturais, reforça a experiência gastronômica dos habitantes e turistas.

Paraty situa-se no sul do estado do Rio de Janeiro, outro localizado na Região Sudeste. Recebeu o selo em 2017 e, dois anos depois, tornou-se Patrimônio da Humanidade também pela UNESCO. Como já dito, é a única das cidades criativas que não é sede da administração estadual. A biodiversidade do local criada pela Mata Atlântica na região de montanha e o mar oferecem cozinha de montanha e marítima, proveniente, sobretudo, de povos e comunidades tradicionais como quilombolas e caiçaras. Paraty é reconhecida pela produção de camarão e pescados, bem como de farinha de mandioca, banana e cachaça.

Assim sendo, as tradições e especificidades paisagísticas das populações que habitam esses lugares motivam a criação de pratos e de bebidas que asseguram a essas cidades uma distinção mundial por meio da chancela Cidades Criativas em Gastronomia. Mas como nem tudo se resume a experiência prazerosa do provar, comer, degustar, beber, ainda mais em tempos pandêmicos, trata-se na próxima seção o método utilizado para avaliar os impactos do

selo nessas cidades, assim como as ações adotadas para mitigar os efeitos da COVID-19 sobre os agentes envolvidos com o selo.

3. Abordagem metodológica

Para alcançar os objetivos deste estudo, foram elaborados dois roteiros, um voltado a gestores das áreas responsáveis pelo selo de cidade criativa em gastronomia e outro direcionado a agentes envolvidos com o selo, tais como donos de restaurantes, antigos gestores, produtores de festivais da modalidade, entre outros. Os roteiros contavam com perguntas abertas sobre o processo de creditação, no caso dos gestores, e com afirmações para captar percepção dos agentes quanto a efeitos do selo sobre atividade e aspectos da cidade que, em escala crescente da pior para a melhor (1 a 10) definia o número que melhor representava sua percepção. As afirmações foram as seguintes:

1. O selo mudou a imagem da cidade para os moradores.
2. O selo tornou a cidade mais conhecida internacionalmente.
3. O selo tornou a cidade mais conhecida nacionalmente.
4. A governança do selo tem sido bem sucedida no sentido de integrar os vários agentes envolvidos na creditação.
5. O selo ampliou o turismo na cidade.
6. O selo ampliou o número de eventos culturais e artísticos na cidade.
7. O selo criou oportunidades para outros setores econômicos na cidade.
8. O selo tornou a cidade mais bonita.
9. O selo melhorou o transporte público.
10. O selo melhorou a urbanização.
11. O selo tornou o acesso aos espaços da cidade mais democrático.
12. O selo tornou o acesso a eventos, a feiras e a empreendimentos, relacionados a categoria eleita, mais democrático.
13. O selo trouxe mais autoestima aos moradores da cidade.
14. O selo criou perspectivas para os jovens
15. O selo ampliou o faturamento em minha atividade.
16. O selo ampliou renda e emprego em minha atividade.
17. O selo ampliou o número de empreendimentos relacionados com a minha atividade.

18. O selo tornou o meu empreendimento mais conhecido.

As questões 1, 2, 3 e 4 foram feitas apenas para os gestores e as questões 15, 16, 17 e 18 apenas para os empreendedores

Tais afirmações se assentam na literatura sobre cidades criativas. Na compreensão de efeitos positivos, podem ser citados Cohendet et al. (2010), Girard et al. (2011), Sazaki (2013), Guimarães et al. (2020) e a própria UNESCO (2019). Estes trabalhos buscam evidenciar as várias camadas que envolvem a creditação. Para além da modalidade em questão, outros setores e dimensões podem ser favorecidos. Atuando de forma transversal, a chancela pode criar a possibilidade para novos negócios, efervescência cultural, fortalecimento para o turismo, ressignificação dos espaços ociosos e/ou degradados bem como investimento em infraestrutura de vias, praças, espaços culturais, rede de internet, etc. Ademais, pode contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos habitantes da cidade..

Por outro lado, Pratt (2011) argumenta ser este um tema controverso. Para o autor, a questão que se coloca é como e por quais formas a cidade deve se vender, sua cultura e seu povo (em palavras dele) para atrair investimentos, trabalhadores qualificados e turistas. Vivant (2012), por sua vez, salienta que a cidade criativa é um “ativismo cultural dos políticos municipais” para estimular o retorno das classes altas aos centros urbanos, promovendo um processo de gentrificação. Segundo a autora, a reapropriação do valor simbólico do artista e a revalorização do espaço metropolitano, com intervenções focadas em certos bairros e com a criação de equipamentos culturais de prestígio, acabam por excluir do processo boa parte dos habitantes nessas cidades.

A cidade criativa para Vivant (2012) deveria ser:

Para além de um simples efeito de moda, a dimensão polissêmica da noção de cidade convida à redescoberta das qualidades da cidade cosmopolita: lugar de alteridade, de encontros imprevistos, de experiências inéditas, de anonimato, de invenção de novas maneiras de ser e de fazer, de multidões e de diversidade de recursos (p. 87).

Então, considerando que o selo ainda é um tema controverso em termos de sua constituição e de evidências, busca-se através das quatorze afirmações analisar como os gestores e agentes envolvidos avaliam a experiência de receberem da UNESCO o título de cidade criativa em gastronomia. Para tanto, são criados indicadores de percepção por cidades e por critérios, utilizando-se da Escala de Likert, método de medição que busca avaliar a

opinião e as atitudes das pessoas. De 1 a 10, os respondentes são convidados a atribuir 1 a nenhuma importância/efeito/impacto até 10 forte importância/efeito/impacto às afirmações construídas no roteiro. Tais indicadores se referem à média e à moda nas respostas. Mesmo envolvendo caráter de subjetividade por se tratar de percepção, o indicador contribui para evidenciar o apelo da chancela em cidade criativa da gastronomia.

A última parte do roteiro traz questões sobre os efeitos da pandemia sobre a atividade e o relato de ações de mitigação dos impactos ocasionados pela suspensão ou redução das atividades. Para tal discussão, o roteiro contou com questões semi-estruturadas em que gestores e empreendedores compartilharam como enfrentaram a crise.

O número de entrevistados seguiu a indicação de referências na cidade pelos gestores do selo. O total de entrevistados foi de 23 pessoas, assim divididas: cinco em Belém; sete em Belo Horizonte⁵ e Florianópolis; cinco em Paraty. Todas as entrevistas foram realizadas por meio da plataforma *Meet*, seguindo a disponibilidade de agenda dos respondentes, com duração média de 30 minutos

4. Histórico e efeitos do selo de cidade criativa em gastronomia

Essa seção trata de reproduzir o relato das entrevistas em três subseções: um breve histórico da candidatura do selo da gastronomia; a percepção de seu impacto para várias dimensões da cidade e da cadeia produtiva e, por fim, as ações mitigadoras adotadas durante a pandemia da COVID-19.

4.1 Histórico das candidaturas

Florianópolis iniciou o processo de elaboração da candidatura em 2008-2009, período em que a União Europeia vivia uma crise e a UNESCO suspendeu o processo de incorporação de novas cidades. Ainda assim, foi a primeira cidade criativa da gastronomia do Brasil – e quarta no mundo – recebendo a chancela em 2014. Esses anos que precederam a creditação permitiram que Florianópolis contasse com um plano estratégico bem definido e com perspectiva de longo prazo, iniciado pela instituição FloripaAmanhã. Como retratou *Participante 1*, é uma especificidade da ilha ter o projeto articulado por um ente do terceiro

⁵ Um dos participantes em Belo Horizonte não respondeu às 14 afirmações.

setor, ainda que em constante construção coletiva com a prefeitura, o SEBRAE, o SENAC, o IFSC, entre outras entidades e instituições de ensino e pesquisa, como também atuantes da cadeia produtiva da gastronomia. Essa configuração lhes permite continuidade em seus planos de metas e ações para estimular o desenvolvimento sustentável de Florianópolis enquanto cidade criativa, potencializando a vocação regional para a inovação tecnológica, a cultura e o turismo ecológico, visando a qualidade de vida e a inclusão social.

Nesse sentido, a candidatura e processo de atuação da chancela esteve e está ancorada na visão de futuro que a cidade quer representar, apostando na economia criativa e no planejamento inclusivo de cidade socialmente criativa e sustentável. Nas palavras de *Participante 1*, a gastronomia apresenta o equilíbrio entre modernidade e tradição, celebrando a diversidade da ilha, defendendo suas peculiaridades e apoiando a inovação. Assim, o aspecto da preservação ambiental está fortemente presente, uma vez que Florianópolis é o maior viveiro marítimo do país, com ostras de qualidade sanitária reconhecida internacionalmente, e uma qualificação profissional pré-existente ao processo de candidatura – única cidade do país que oferecia curso superior técnico em gastronomia, o que vem sendo fortalecido desde o recebimento do título.

Entre os muitos projetos e atividades realizados pelo “ponto focal” UNESCO, dois merecem destaques (citados por todos participantes): a Confraria, concebida em 2016, e o Observatório da Gastronomia, inaugurado em 2018. A Confraria Florianópolis Cidade Criativa UNESCO de Gastronomia é um espaço permanente de partilha de experiências, conhecimentos, boas práticas e técnicas entre chefes, donos de restaurantes, representantes da academia e entidades ligadas a toda a cadeia produtiva do setor. O espaço também é local de debates sobre ações e legislação que impactam na gastronomia local. Foi essa iniciativa que, por exemplo, conseguiu implementar um projeto de lei no qual pescadores podem vender seus produtos direto para restaurantes, sem necessidade de intermediação de distribuidores.

O Observatório Gastronômico, segundo *Participante 2*, é um instrumento essencial idealizado para mapear e compartilhar informações relacionadas ao setor gastronômico, envolvendo produção, pesquisa e difusão de dados e ações para o setor público, setor privado, sociedade civil, universidades e multilaterais. Com o objetivo de estimular os negócios do setor e ampliar o conhecimento, este núcleo também está trabalhando em uma das principais insuficiências do projeto UNESCO, a saber: indicadores. A intenção é produzir conteúdo que sirva de base para boletins de tendências, relatórios, metodologias, ferramentas de pesquisa,

fomentando políticas públicas para a Região Metropolitana de Florianópolis e apoio às outras regiões, bem como às outras cidades da rede, como relata *Participante 2*. Esses materiais também serão de crucial relevância para trabalhar outro ponto que precisa ser fortalecido: difundir informação e não medir esforços em uma comunicação para que toda população da ilha saiba da “grife” cidade criativa da UNESCO (nas palavras de *Participante 1*).

Além disso, muitos são os projetos, programas, *workshops*, reuniões (locais, regionais, nacionais, e internacionais) e festivais explorando os saberes e sabores da ilha. Desde questões de segurança alimentar, trocas criativas e inovadoras entre chefes de diversas nacionalidades por meio de eventos internacionais, ao trabalho com comunidades tradicionais e turismo de base comunitária, o grupo gestor em construção coletiva com todos atores envolvidos está focado em manter a transversalidade e interconexões que a chancela permite. A ideia central é fortalecer a gastronomia de forma conjunta ao fortalecimento de demais setores da economia, principalmente o turismo e o artesanato.

Belém recebeu o título de cidade criativa da gastronomia em 2015, tendo sido renovado em 2020. De acordo com *Participante 3*, a culinária do Pará, pelo forte caráter nativo-brasileiro e um pouco da influência dos colonos europeus, é destacada por se basear na fauna e flora amazônicas. As receitas são feitas de peixe, raízes, folhas, frutos, galinhas e sementes.

Segundo *Participante 4*, a ideia da candidatura partiu de um contato da gestão da Prefeitura de Belém com famoso chefe de cozinha por este ter enaltecido o exotismo da culinária belenense. Organizou-se então um Comitê coordenado pela Companhia de Desenvolvimento e Administração da Área Metropolitana de Belém (CODEM), envolvendo secretarias municipais, universidades e a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL), visando elaboração de um dossiê. O objetivo era focar nos arranjos produtivos locais de açaí e hortifrutis (couve, cheiro verde), cujas ações estabelecidas eram qualificar principalmente população de mercados, criação de uma escola de gastronomia, criação de um restaurante com fornecedores locais, eventos dentro de mercados e feiras. Desde então, houve melhoria da qualidade para feiras e mercados e foram organizados três eventos internacionais: I Encontro Mundial das Cidades Criativas da Gastronomia; I Encontro Latino-americano das Cidades Criativas em Gastronomia; Laços (Brasil e Portugal), que trouxeram muitas oportunidades de negócios com estrangeiros.

Conforme o *Participante 4*, atualmente, a governança do selo em Belém envolve a Coordenadoria Municipal de Turismo (Belemtur), a CODEM e a ABRASEL, além do governo do estado do Pará. Em 2021, a cidade participou do projeto “Gastronomia das Ilhas e Tempero de Oliva”. Projetos relevantes estão em curso, como o término do Espaço da Beira (Museu da Culinária Paranaense) e do Boulevard da Gastronomia, que envolve a revitalização da Avenida Boulevard Castilho França e a restauração de casarões por iniciativa privada, como cervejarias, restaurantes e Café Santos.

Outros projetos estão sendo fomentados, como escolas de gastronomia, aquicultura e agricultura. Na escola de gastronomia já ocorreu a formatura da primeira turma. Junto a restaurantes das cidades e das ilhas, pretende-se padronizar o atendimento, melhorar a qualidade e manter a capacitação de mão de obra das ilhas e feirantes (“boeiras”) em Belém.

Em Paraty, o selo recorreu à máxima “aproveita-se desde do que se planta até o que se descarta”, segundo *Participante 5*. O dossiê foi elaborado em um mês e aprovado pela UNESCO na primeira vez em que foi submetido em 2017. O foco foi no setor agrícola e na pesca. Ressaltou-se as raízes culturais (africana, indígena e europeia) e as receitas tradicionais, associando ao turismo. Foram feitos três compromissos locais: construção do mercado de peixes (venda pelo pescador direto ao consumidor); construção do centro de formação em economia criativa; e a criação do observatório da gastronomia junto com Florianópolis e Belém. Também mantiveram participação nos eventos internacionais da gastronomia e buscaram fortalecer o laboratório de pesquisas sobre a Mata Atlântica e a biodiversidade do território.

Biodiversidade, diversidade cultural, a presença de várias cadeias produtivas alimentares seja baseada na produção agrícola ou pesqueira fortalecem o selo. Por outro lado, o observatório para elaboração de indicadores não foi implementado e uma das razões para tal é o fato da UNESCO não definir indicadores. Segundo *Participante 6* havia proposta de cinco macroindicadores simples. Para *Participante 6*, a chancela de cidade criativa não é considerado pela UNESCO tal como é o de Patrimônio da Humanidade.

A governança é da prefeitura do município, alternando entre secretarias desde então. Tem-se buscado formar um comitê gestor com presença da sociedade civil, especialmente associação de produtores, empreendedores e donos de restaurantes e bares.

As praças sensoriais com paisagismo voltado a herbário e floricultura constam no projeto que associa gastronomia ao urbanismo, bem como a reconstrução das hortas municipais nas escolas. De acordo com o *Participante 5*, 70% dos produtos consumidos nas escolas são provenientes de Paraty, sendo que o Plano Nacional de Educação (PNE) prevê 30%.

Em Belo Horizonte, a designação do selo da UNESCO foi divulgada no dia 30 de outubro de 2019. No dossiê, segundo *Participante 7*, contava-se com a experiência de três décadas de políticas públicas em Segurança Alimentar juntamente com a questão do patrimônio imaterial que representa a gastronomia e a cultura alimentar em Minas Gerais e Belo Horizonte enquanto capital desse território.

As políticas públicas de segurança alimentar em Belo Horizonte têm seu início com o programa ABC de abastecimento que descentraliza a distribuição e reforça a participação popular, os restaurantes populares, a merenda escolar bem como o Fome Zero lançado na capital mineira. Hoje, essas políticas contam com unidades produtivas a exemplo de hortas urbanas, agroflorestas, feiras e circuitos gastronômicos, inclusive o tradicional Comida di Buteco. O outro sustentáculo do selo é o fato da gastronomia mineira e, por consequência, belorizontina, ter se tornado patrimônio imaterial traduzido pela cultura alimentar que existe desde a Província de Minas Gerais, combinando a culinária de fazenda, de roça, com a culinária dos tropeiros.

Na designação do título, a apresentação destas características foi fundamental, além de um programa integrado de governança pública, envolvendo Subsecretaria de Segurança Alimentar, Secretaria do Meio Ambiente, Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Secretaria de Educação e a Belotur, empresa pública de turismo responsável pela gestão do selo. Entretanto, como a creditação veio pouco antes de março de 2020, quando a Organização Mundial da Saúde declarou pandemia da Covid-19, diversos projetos foram interrompidos ou suspensos.

4.2 Índice de percepção

As quatorze perguntas feitas a gestores do selo e empreendedores das cidades criativas em gastronomia foram respondidas por meio de uma escala de 1 a 10, em ordem crescente de

impacto, como relatado na terceira seção. Buscando manter a anonimidade dos respondentes, nomeamos por cidades e número, conforme apresentado na Figura 1.

Figura 1 - Tabela das notas atribuídas pelos respondentes para cada pergunta do questionário

	O selo mudou a imagem da cidade para os moradores	O selo tornou a cidade mais conhecida internacionalmente	O selo tornou a cidade mais conhecida nacionalmente	A governança do selo tem sido bem sucedida no que diz respeito a integrar os vários agentes envolvidos na creditação	O selo ampliou o turismo na cidade	O selo ampliou o número de eventos culturais e artísticos na cidade	O selo criou oportunidades para investimentos econômicos na cidade	O selo tornou a cidade mais bonita	O selo melhorou o transporte público	O selo melhorou a urbanização	O selo tornou o acesso aos espaços da cidade mais democrático	O selo tornou o acesso a eventos, a festas e a celebrações, realizadas a categoria eleitoral, mais democrático.	O selo trouxe aos moradores da cidade	O selo criou perspectivas para os jovens	O selo ampliou o investimento em muita atividade.	O selo ampliou o investimento em muita atividade	O selo ampliou o número de reclamações com a minha atividade	O selo tornou o empacotamento mais conhecido	Média (Cidade)	Média (Cidade)
Beldém 1	10	8	10	10	8	10	8	5	5	5	5	10	10	NSA	NSA	NSA	NSA			
Beldém 2	8	7	10	10	10	10	10	10	7	7	6,5	10	8	NSA	NSA	NSA	NSA			
Beldém 3	NSA	NSA	NSA	NSA	7,5	9	8,5	5	2	7	8	9	10	8	7	8	9	8	10	
Beldém 4	10	10	10	10	8	10	7	10	3	6	10	10	10	NSA	NSA	NSA	NSA			
Beldém 5	7	10	10	6	10	10	10	8	4	7	7	9	8	NSA	NSA	NSA	NSA			
Belo Horizonte 1	NSA	NSA	NSA	NSA	9	7	9	7	5	8	9	9	10	8	8	8,5	5	7,5		
Belo Horizonte 2	NSA	NSA	NSA	NSA	9	NSA	9	2	NSA	1,5	1	5	9	3	9	9	2			
Belo Horizonte 3	NSA	NSA	NSA	NSA	10	9	8	8	1	7	7	9	5	10	8	10	8	10		
Belo Horizonte 4	NSA	NSA	NSA	NSA	10	5	6	7	5	7	7	6	10	6	1	6	6	10	8	
Belo Horizonte 5	NSA	NSA	NSA	NSA	8	8	8	8	2	5	5	8	5	8	5	5	8	5		
Belo Horizonte 6	NSA	NSA	NSA	NSA	8	6	8	8	2	8	8	8	5	9	8	8	8	8		
Florianópolis 1	NSA	NSA	NSA	NSA	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	NSA		
Florianópolis 2	NSA	NSA	NSA	NSA	7	8	8	8	8	7	8	9	8	8	5	5	7	7		
Florianópolis 3	NSA	NSA	NSA	NSA	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	NSA		
Florianópolis 4	7	8	8	9	8	7	7	6	6	6	6	7	8	7	8	8	8	9	8	
Florianópolis 5	6	10	10	10	10	10	10	9	9	10	6,5	8	8	8	8	9	9	9		
Florianópolis 6	NSA	NSA	NSA	NSA	9	9	10	NSA	NSA	6	7	7	8	8	NSA	NSA	NSA	NSA		
Florianópolis 7	NSA	NSA	NSA	NSA	6	8	8	6	5	5	5	7	5	8	NSA	NSA	NSA	NSA		
Paraty 1	NSA	NSA	NSA	NSA	8	1	8	6	1	1	6	8	10	8	1	8	7	7		
Paraty 2	7	7	8	5	7	1	8	1	1	1	8	8	8	NSA	NSA	NSA	NSA			
Paraty 3	NSA	NSA	NSA	NSA	8	8	5	7	1	9	9	9	4	6	7	5	8	10	8	
Paraty 4	7,5	10	10	9	7,5	10	8	8	4,5	3,5	8	9	9	NSA	NSA	NSA	NSA			
Paraty 5	NSA	NSA	NSA	NSA	4	7	8	2	1	1	1,5	3	4	6	5	7,5	8	5		
Média (Afirmação)	7,81	8,75	8,63	8,10	7,65	7,09	7,59	6,05	3,55	5,22	6,11	7,43	7,17	6,96	5,07	7,13	6,80	7,50		
Média (Afirmação)					8,00	10,00	8,00	8,00	1,00	7,00	8,00	9,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	10,00		

Fonte: Elaboração Própria

Alguns dos respondentes não souberam atribuir um valor na escala à pergunta ou não foram perguntadas sobre a afirmativa, por isso, a célula foi preenchida com a sigla NSA referente à resposta “Não soube responder” ou “Não se aplica”, a depender do perfil do respondente. As quatro primeiras perguntas - a saber: “O selo mudou a imagem da cidade para os moradores?”; “O selo tornou a cidade mais conhecida internacionalmente?”; “O selo tornou a cidade mais conhecida nacionalmente?”; “A governança do selo tem sido bem sucedida no sentido de integrar os vários agentes envolvidos na creditação?” - são aquelas em que NSA é mais frequente. Neste caso, a ausência de respostas se deve mais ao perfil do respondente. A afirmação não foi feita porque não ocupava a posição de gestor do selo.

Para cada enunciado e para cada cidade, foram calculadas média e moda das respostas na escala. Quando a incidência de NSA é alta, não há como obter um valor para a moda como no caso das afirmações mencionadas acima. Quando se trata do cômputo das respostas para as cidades, nota-se que, em média, os valores de efeitos da chancela são mais elevados para Belém, seguido por Belo Horizonte, Florianópolis e Paraty. Tal resultado parece ser fruto de uma visão mais otimista dos respondentes, uma vez que Belo Horizonte, por exemplo, ocupava a segunda posição ainda que pouco pode usufruir de efeitos do selo, recebido poucos meses antes do início da pandemia. Quando se trata da moda, ou seja, da nota de maior frequência para o conjunto das respostas, observa-se que, em Belém, a percepção é a melhor possível (10) e nas demais cidades também permanece elevada (moda igual a 8).

Em se tratando das afirmativas, as quatro primeiras perguntas são as de maiores médias em termos de efeitos positivos, porém há expressiva incidência de não respondidas. Em seguida, encontra-se “O selo ampliou o turismo na cidade” com média de 7,65 e “O selo criou oportunidades para outros setores econômicos na cidade” com média de 7,59. Por outro lado, “O selo melhorou o transporte público” é a de menor média em todas as cidades (3,55) e com moda 1, acompanhada por “O selo ampliou o faturamento em minha atividade.” (5,07). No entanto, com exceção da dimensão do transporte público, os respondentes revelam percepção bem favorável a efeitos do selo haja visto valores modais superiores a 7.

4.3 Ações mitigadoras na pandemia

Como já dito, a gastronomia foi um dos setores mais afetados pela pandemia, em virtude da suspensão de eventos públicos como festivais e feiras, além do fechamento de

restaurantes e bares. De modo geral, uma das estratégias mais adotadas pelos estabelecimentos foi se manter por meio do *delivery* e se reinventar por meio do mundo virtual

No âmbito das políticas públicas, prevaleceu a complementação ao auxílio emergencial para os trabalhadores do setor que ficaram sem emprego durante o período de suspensão/redução da atividade econômica. Em Belém, o Governo Estadual criou aplicativo para feirantes do Mercado Ver o Peso e outros vendedores negociarem seus produtos. A Prefeitura da cidade isentou todos os feirantes de qualquer feira do pagamento da taxa de aluguel (mensalidade) por três meses, ampliando para seis meses posteriormente.

Florianópolis apostou no universo de *lives* e treinamento para os trabalhadores da cadeia produtiva gastronômica. Chefes se organizaram, em parceria com o grupo gestor, para criar eventos e trocas *onlines*, não só regionalmente, mas expandindo para o território nacional e mesmo internacional. Além disso, ações estratégicas de preparar os atores para lidar com o *delivery*, especialmente considerando a questão de higiene e saúde, estão entre os principais esforços do setor.

Assim como Florianópolis, Belo Horizonte também ofereceu suporte e capacitações aos empreendedores para que conseguissem manter os serviços no formato online e se adaptassem para o *delivery*. Outras ações também foram aplicadas a diversos setores, inclusive gastronomia, como a isenção e redução de taxas e a distribuição de cestas básicas para os trabalhadores mais vulneráveis como feirantes e ambulantes com veículo automotor (*foodtrucks*).

Em Paraty, a Prefeitura manteve a compra de produtos da agricultura familiar e distribuiu a merenda escolar, mesmo com a suspensão das aulas, garantindo, assim, o sustento dos produtores e das famílias dos alunos das escolas municipais.

5. Considerações finais

O título de cidade criativa UNESCO da gastronomia trouxe promissoras perspectivas para as quatro cidades brasileiras que o receberam. Ao buscar situar a cena gastronômica dessas localidades, em meio à uma análise das ações utilizadas para mitigar os efeitos da

pandemia sobre a atividade, através de entrevistas, esse trabalho demonstra que, de fato, há uma percepção de gestores e empreendedores entrevistados bem favorável a efeitos do selo.

Compreendendo de forma mais aprofundada a governança estratégica da chancela e o que esta representa para as diferentes cidades, especialmente enquanto ponto de articulação para certos setores em época de crise(s), este artigo observa que a gastronomia está servindo como fator propulsor do desenvolvimento (mais) sustentável de Florianópolis, Paraty, Belém e Belo Horizonte – ordem de titulação. A configuração transversal do setor gastronômico tem permitido que outros setores e a população envolvida nos setores afins se beneficiem dessa conquista, seja de maneiras simbólicas de exaltação da cultura (e história) alimentar, seja na intersecção de tradição e inovação, empoderando comunidades tradicionais e atraindo novos investimentos, gerando renda e postos de trabalho.

Entretanto, a falta de indicadores para acompanhar tais benefícios é um dos pontos faltantes na organização estratégica do selo. As quatro cidades brasileiras estão trabalhando juntas para chegar a formatos que permitam mensurar o efeito da chancela para a população local – que também deveria ser mais informada a respeito da existência e respectiva posse desse título. Uma das agendas de pesquisa futura é investigar junto à população se tem conhecimento sobre o selo e, no caso de ter, qual seria a percepção de seus efeitos sobre a cidade e seus moradores.

Observa-se também, principalmente nas cidades credenciadas recentemente, que ainda não foi possível identificar resultados significativos do título e as governanças estão sendo melhor estruturadas. Nesse ponto, a pandemia provocou uma interrupção desse avanço e demandou que empreendedores fossem apoiados para atuar no formato online e delivery durante os períodos críticos de isolamento social.

Referências

COHENDET, P. GRANDADAM, D. & SIMON, L. The anatomy of the creative city. **Industry and Innovation**, 17: 91-111, 2010.

GIRARD, L. F.; BAYCAN, T.; NIJKAMP, P. **Sustainable City and Creativity: promoting creative urban initiatives**. 5. ed. England: Ashgate Publishing, Ltd., 2011.

GUIMARAES, A. D.; RIBEIRO, S. B.; MACHADO, A. F. Repercussion of the label in a comparative analysis of indicators. **Creative Industries Journal**, v. 14, p. 1-17, 2020.

PRATT, Andy C. The Cultural Contradictions of the Creative City. **City, Culture and Society**, p.123 – 130, 2011

SASAKI, M. Creative Industries and Creative City Policy in Japan. In: LAZZERETTI, L. **Creative Industries and Innovation in Europe: Concepts, Measures and Comparative Case Studies**. Ed. Routledge, London and New York, 2013.

UNESCO. **Creative Cities Network**. Available in: <https://en.UNESCO.org/creative-cities/>
Accessed in: Jun 16, 2019.

VIVANT, Elsa. **O que é uma cidade criativa?** 1ª edição. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012