QUEIJO MINAS ARTESANAL: PATRIMÔNIO BRASILEIRO PROIBIDO E OPORTUNIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RURAL EM SERRO/MG

Ana Carolina Almeida Melo

Elcione Luciana da Silva

RESUMO: O modo artesanal de fazer o queijo na região do Serro produzido com a técnica da Serra da Estrela em Portugal ocorre há cerca de 300 anos. Essa tradição foi passada de geração a geração e representa para a cidade uma atividade econômica muito forte. Porém esta tradição foi ameaçada com a portaria de vigilância sanitária que queria proibição de fazer e comercializar o queijo artesanal. Isto levou a muitos produtores, que tem o queijo como sustento de vida, a se unirem e buscarem alternativas para manterem a tradição do modo artesanal de fazer o queijo. Conseguiram, juntamente com outros atores, o seu registro como Patrimônio Imaterial Estadual (2002) pelo IEPHA/MG e em 2008, como Patrimônio Imaterial do Brasil. Entretanto as dificuldades dos produtores não pararam por aí. Este trabalho tem como objetivo ressaltar a importância do queijo como bem imaterial para aumento do prestígio do Serro no cenário turístico nacional, evidenciando as dificuldades de comercialização do queijo no Brasil e analisar as possibilidades da utilização da imagem deste produto para o desenvolvimento do turismo rural no Serro. Como metodologia, foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e a análise observatória.

Palavras-chaves: Turismo Rural; Queijo Minas Artesanal; Patrimônio Cultural Imaterial; Marketing.

1. APRESENTAÇÃO

Serro foi à primeira cidade do Brasil tombada como Patrimônio Histórico Nacional em 1938, e este título proporcionou a preservação do centro histórico da cidade, que ocupa hoje lugar de destaque entre as cidades históricas de Minas Gerais. O ciclo do ouro trouxe em sua bagagem a cana de açúcar, a cachaça, o gado bovino e o queijo, produzido com a técnica portuguesa da Serra da Estrela. Com a decadência do ciclo do ouro por volta da segunda metade do século XVIII, a Vila do Príncipe foi adquirindo ares rurais. Esgotado o ciclo rural mais promissor, o

queijo se tornou o elemento de alavancagem da economia local e regional, consolidando sua fama já na década de 1930.

Entretanto, foi por utilizar o leite cru e adotar tecnologias tradicionais como instrumentos de madeira e outras técnicas que levaram a vigilância sanitária a intervir neste processo e pedir a proibição de fazer e comercializar o queijo artesanal. Sendo assim, somente o queijo pasteurizado fabricado dentro das cooperativas poderia ser comercializado.

Outro fator importante para esta proibição da venda do Queijo artesanal foi à falta de conhecimentos e estudos sobre a "possível" ameaça que o produto podia trazer para a saúde humana. Havia muitas especulações e incertezas em torno da técnica de produção e poucos dados concretos.

Os modos de fazer e as técnicas e tecnologias que envolvem o processo produtivo dos alimentos, a partir do mundo natural, da mesma forma, distinguem identidades e formatam patrimônios regionais e grupais. Essa é uma essencial questão para nós: não dissociar o alimento do homem que o produz, o consome e o transforma, dando significados especiais ao seu fazer. (MENESES, 2006, pag. 16).

Tal medida foi agressiva para muitos produtores que tem o queijo como sustento de vida e levou a união de todos eles para buscarem alternativas para manterem a tradição do modo artesanal de fazer o queijo como herança dos antepassados, bem como tirar o seu sustento. E foi a partir disso que o queijo do Serro foi o primeiro produto alimentício registrado como Patrimônio Cultural Imaterial do Estado de Minas em 2002 pelo IEPHA/MG, ganhando prestígio em todo o Estado de Minas Gerais. Seis anos mais tarde juntamente com outros queijos produzidos em Minas Gerais em outras regiões, Salitre e Canastra, o modo de fazer o queijo foi registrado como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil. Entretanto, as dificuldades de comercialização não pararam por aí. Registrado como patrimônio nacional, o queijo continuou a ser impedido de ser comercializado fora de Minas devido a leis anacrônicas e ao lobby dos grandes laticínios.

Este trabalho tem como objetivo ressaltar a importância do registro do queijo como patrimônio para aumento do prestígio do município do Serro (Patrimônio Histórico e Artístico desde 1938) no cenário turístico Nacional, reconhecido como a "Terra do Queijo" evidenciando as contradições e dificuldades de comercialização do

produto no Brasil e analisar as possibilidades da utilização da imagem e do marketing deste produto para o desenvolvimento do turismo rural na cidade de Serro. Como metodologia, foram utilizadas a pesquisa bibliográfica e análise observatória.

1.1 Justificativa

O queijo de Serro foi considerado pelo Instituto Estadual de Patrimônio Histórico Artístico (IEPHA), em 2002, Patrimônio Imaterial do Estado de Minas Gerais. Já em 2008 foi considerado Patrimônio Imaterial Cultural do Brasil pelo IPHAN. Este registro mostra a relevância e o potencial de um produto que agrada moradores e visitantes, especialmente em Minas Gerais, reconhecida pela produção de queijo e valor gastronômico. Nesse contexto é que se apresenta a necessidade de compreender o processo de produção do Queijo do Serro – objeto de estudo desse trabalho – sob o ponto de vista turístico.

Entendemos que as características, que fazem com que o produto queijo do Serro tenha um diferencial nas prateleiras dos estabelecimentos, precisam ser mais exploradas, conhecidas e divulgadas. Portanto, este trabalho buscar discutir os desafios para manutenção da tradição do modo de fazer o Queijo Artesanal, a comercialização desse famoso produto e suas possibilidades em relação ao desenvolvimento turístico rural.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DO SERRO E A PRODUÇÃO DO QUEIJO ARTESANAL

O Serro é um município brasileiro do Estado de Minas Gerais que se situa no Vale do Jequitinhonha, localizado no centro-nordeste de Minas Gerais, na região central da Serra do Espinhaço, a 320 quilômetros da capital mineira, Belo Horizonte. É quinta cidade mais antiga de Minas Gerais, fundada em 1702. Tornou-se sede da Comarca do Serro Frio em 1720, tendo sua origem na mineração do ouro e o auge de sua produção aurífera se deu na primeira metade do século XVIII.

Serro foi à primeira cidade do Brasil tombada como Patrimônio Histórico Nacional em 1938, e este título proporcionou a preservação do centro histórico da cidade, que ocupa hoje lugar de destaque entre as cidades históricas de Minas Gerais. O ciclo do ouro trouxe em sua bagagem a cana de açúcar, a cachaça, o gado bovino e o queijo, produzido com a técnica portuguesa da Serra da Estrela. "Como todo produto cultural, essa tradição transforma-se dinamicamente e busca aderir-se à realidade local, fundamentando estruturas, instrumentos, técnicas e fazeres que lhes são próprios" (MENESES, 2006, pag. 27).

Com a decadência do ciclo do ouro por volta da segunda metade do século XVIII, a Vila do Príncipe foi adquirindo ares rurais. Esgotado o ciclo rural mais promissor, o queijo se tornou o elemento de alavancagem da economia local e regional, consolidando sua fama já na década de 1930.

> "Esse queijo artesanal é produzido e comercializado nas várias regiões de Minas, desde o século XVIII, No entanto, só a partir da década de 1920, com a construção de rodovias que ligam cada uma dessas regiões a Belo Horizonte – a nova capital e crescente cidade metrópole das Minas – o queijo ganha mercado e fama para além de cada uma delas" (MENESES, 2006, pag. 31).

Para José Newton Coelho Meneses (2006), o registro do queijo artesanal como patrimônio imaterial brasileiro, reforça a importância do queijo no cenário nacional, antes mesmo do início do processo de registro[1].

> O Serro é uma micro-região na qual se constrói a tradição dos modos de fazer de um queijo reconhecido mundialmente como 'artesanal tipo minas'. É feito a partir do leite cru, de uma tradição familiar e de uma economia local que junta à produção. A fazenda mineira tem como atividade principal o queijo Minas que, mesmo tendo gerado formas industriais de fatura em todo o estado, não perdeu a força de sua tradição artesanal e não deixou de ser importante, cultural e economicamente, em seu modo se fazer original (MENESES, 2006).

No dossiê de candidatura do queijo artesanal como patrimônio imaterial, Meneses (2006) evidencia sobre a importância do queijo ainda no século XVIII, com

[1] Dossiê Interpretativo do Queijo Artesanal de Minas: Patrimônio Cultural do Brasil, documento que é importante para se interpretar o patrimônio imaterial e foi uma referência no processo de registro do queijo do Serro como patrimônio imaterial do Brasil.

bases em Inventários *post-mortem* em que habitantes da região nos esclarecem sobre a produção e o consumo de queijos artesanais no período colonial.

> D. Anna Perpétua Marcelina da Fonseca foi uma viúva que inventariou os bens do marido falecido em 1793, no arraial do Tejuco, Comarca do Serro Frio. No Inventário post mortem, ela listou as compras para o consumo da família, no período de julho de 1793 a outubro de 1796. Nesse rol de mantimentos há dúzias de queijos em 13 dos 40 meses que compõem a lista de compras. Eram adquiridos em grande quantidade em um mesmo momento, o que pressupõe a prática de se consumir queijos curados (maturados) (Meneses, 2006 pag. 22).

Segundo ainda o autor, havia uma ordem do Conde de Valadares, datada de 1772, que exigia que os Registros de Passagens (postos de fiscalização) da região do Serro Frio, fizessem a gestão de "furarem os queijos que passassem pelos Registros (...) a fim de evitar o contrabando de ouro e de diamantes". Evidenciando a produção e a circulação do produto. Certamente que o queijo, nos descaminhos do metal e da pedra preciosa, era instrumento de tráfico e de contrabando a ludibriar os fiscais da Coroa.

Meneses (2006) reforça ainda que a relação da produção do queijo com as características geográficas e climáticas são essenciais para a qualidade do sabor do queijo e para a sua fama. Cada região, portanto, possui maneiras diferentes de se fazer o queijo, caracterizando-se o método artesanal e cada uma possui características geográficas próprias.

> Os fatores naturais da região ajudam a se ter pastagens típicas e o desenvolvimento de bactérias específicas que se multiplicam nesse clima e dão a cada queijo aparência e sabor específico. A esses fatores juntam-se vários aspectos culturais que traçaram um modo de fazer próprio. A esse modo de fazer acrescentam-se formas de viver, significados atribuídos, sentidos, dentre outros (MENESES, 2006, pag. 10).

Meneses (2006) insere no dossiê, relatos de John Mawe e Auguste Saint'Hilaire, na ocasião de suas visitas à Capitania e depois Província de Minas Gerais, que descreveram o consumo de queijos e a qualidade desses produtos. Sendo possível perceber o consumo do produto nas casas mineiras, no tempo dos relatos oitocentistas. Mawe descreve o artigo nas prateleiras do comércio do Tejuco

(Diamantina) junto com produtos da terra e importados de origem inglesa. Enquanto ao circular pela região de Minas Novas, em 1817, Auguste Saint'Hilaire escreveu:

> Enquanto que nas florestas que se estendem de Rio de Janeiro a Barbacena (...) não se obtém das vacas senão um leite quase insípido, o de Alto dos Bois poderia rivalizar com o melhor da Europa, e os queijos desse mesmo lugar são igualmente de gosto muito agradável. Sente-se que as ervas aquosas da floresta não podem tornar o leite tão cremoso como as plantas e as gramíneas de consistência seca que cobrem as colinas de Minas Novas (...).

3. DISCUSSÃO SOBRE O QUEIJO ARTESANAL DE MINAS COMO PATRIMÔNIO BRASILEIRO

O queijo é um dos alimentos mais antigos registrados em toda história da humanidade. A sua fabricação remonta ao ano 10.000 a.C, época da domesticação de cabras e ovelhas pelos pastores egípcios, um dos primeiros povos que utilizaram o leite e o queijo como fontes importantes de alimentação.

Segundo a lenda da descoberta do queijo, um nômade árabe que atravessava o deserto carregando um cantil contendo leite como sustento de sua jornada. Depois de várias horas cavalgando, parou para matar a sede, tendo verificado que o leite havia se separado em um líquido aquoso pálido e em um amontoado de sólidos brancos. O cantil era feito com estômago seco de um animal, possivelmente camelo, contendo uma enzima coagulante: renina (fermento ativo na coagulação do leite presente nas mucosas intestinais). A combinação da renina, sol quente e os movimentos galopantes do cavalo foram responsáveis pela separação efetiva do leite em soro e coalho, originando o queijo. (IPHAN, 2008)

O queijo adaptou-se aos gostos e costumes de diversas culturas, o que gerou uma grande multiplicidade tipológica do produto. No Brasil, a técnica de produção do queijo foi introduzida pelos colonizadores portugueses, logo nos primeiros anos da Colônia. O leite proveniente do gado bovino trazido para cá, também nesta época, além de alimento foi utilizado para a fabricação do queijo tipicamente artesanal, a partir da receita portuguesa da Serra da Estrela.

Na segunda metade do século XVIII, os exploradores de ouro partiram para as regiões das minas, levando a prática da elaboração artesanal do queijo para as

fazendas, desenvolvendo, sobretudo, o chamado queijo Minas. O Queijo Minas era preparado mediante aplicação de coagulante desenvolvido a partir do estômago seco e salgado de bezerro ou cabrito. (IPHAN, 2008)

Na região do Serro, o queijo chegou também pela trilha do ouro, na bagagem do explorador do minério. Mas só no momento após a decadência da mineração e depois do ciclo rural mais promissor, o da cana-de-açúcar, é que o queijo se estruturou como elemento de alavancagem da economia. A fama desse queijo permanecia latente entre os habitantes deste município e os das cidades vizinhas, principalmente Diamantina. Nesta época era exportado pelos tropeiros em lombo de burro e acondicionado em jacas de taquara ou em bruacas de couro cru. Somente pelos idos de 1929 e 30 é que a fama do queijo do Serro se consolidou com a abertura da estrada de rodagem Serro-Belo Horizonte, via Conceição do Mato Dentro. Foi assim que se formaram timidamente as empresas exportadoras do famoso produto. (IPHAN, 2008)

Atualmente, a cidade é considerada uma das maiores produtoras de queijo do Estado de Minas Gerais. A comercialização do produto artesanal é feita por meio da Cooperativa dos Produtores Rurais do Serro, que faz todo o controle de sua classificação e embalagem, para sua distribuição nos mercados internos e externos. A Cooperativa também lida com os clientes no estado de Minas Gerais, no município de Serro, região do Vale do Aço, Jequitinhonha e região central - metropolitana de Belo Horizonte. São redes atacadistas, abrangendo supermercados, padarias, lanchonetes e comércios em geral.

Hoje, o queijo do Serro, mais do que um produto agropecuário, é uma herança cultural do povo serrano e representa um patrimônio nacional.

A palavra patrimônio pode assumir sentidos diversos. Originalmente esteve relacionada à herança familiar, mais diretamente aos bens materiais. No século XVIII, quando, na França, o poder público começou a tomar as primeiras medidas de proteção aos monumentos de valor para a história nas nações, o uso de ’patrimônio’ estendeu-se para os bens protegidos por lei e pela ação de órgãos especialmente constituídos, nomeando o conjunto de bens culturais de uma nação (FUNARI e PINSKY, 2007, p. 16). No Brasil, atualmente apresenta-se a seguinte definição de patrimônio:

> Constituem Patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referencia a identidade, á ação, á memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nas 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 as manifestações artístico-culturais;
> V. Os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

Com o tempo, percebeu-se que o conceito de patrimônio cultural se restringia apenas ao bem material tombado móvel ou imóvel e, portanto diversos elementos significativos para a cultura brasileira estavam se perdendo por falta de instrumentos de proteção para os bens culturais imateriais, como as manifestações culturais, rituais, modo de saber e fazer. E foi a partir do decreto federal nº 3.551, de 04 de agosto de 2000, que se amplia o conceito de patrimônio e sugere mecanismos de registro do patrimônio imaterial.

Os bens são agrupados por categoria e registrados em livros, classificados em:

- Livro de Registro dos Saberes, para os conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades;
- Livro de Registro de Celebrações, para os rituais e festas que marcam vivência coletiva, religiosidade, entretenimento e outras práticas da vida social;
- Livro de Registros das Formas de Expressão, para as manifestações artísticas em geral; e
- Livro de Registro dos Lugares, para mercados, feiras, santuários, praças onde são concentradas ou reproduzidas práticas culturais coletivas (IPHAN, 2000).

Com essa medida, procurou-se reparar uma prática de mais de 60 anos, que desprezou elementos significativos da cultura brasileira (MARTINS, 2006).

De acordo com Barretto (2006), o patrimônio como objetivo de oferta e demanda perde a sua condição de herança identitária para se tornar um capital, cujo valor depende da capacidade de promoção. Porém, propõe-se a refletir o patrimônio para além de caráter mercadológico, contemplar o patrimônio em todas as suas

formas e em toda sua complexidade. Uma estratégia inovadora de conservação amplia o patrimônio cultural em muitos aspectos, porque o uso do patrimônio é a maior garantia da sua conservação.

Como um exemplo de conservação de patrimônio, cita-se o Patrimônio Imaterial, principal tema desse trabalho, que é uma maneira de tentar fazer com que o patrimônio fique conservado e preservado na memória de um local, fazendo com que o mesmo não perca a sua identidade, e também obtenha mais reconhecimento. Além de conservação acaba por se tornar também um atrativo turístico de uma localidade.

Entretanto, Patrimônio Imaterial é mais do que um simples atrativo turístico, mas um elemento capaz de destacar, preservar e oferecer subsídios para compreender a identidade cultural de cada comunidade, fonte que a impulsiona a uma cultura compartilhada, a experiências vividas entre pessoas de diferentes localidades e vivências, e, assim, deve ter seu significado respeitado (GOMES, 2008).

3.1 Tradição e Con‘Tra’dição

Não bastasse a dificuldade do queijo artesanal ser aceito nas prateleiras brasileiras antes do seu registro como patrimônio imaterial estadual (2002), a tradição do modo de fazer o queijo artesanal foi ameaçada por leis antiquarias, que impedia sua circulação e comercialização para outros estados do Brasil, mesmo após o seu registro como patrimônio cultural imaterial brasileiro ocorrido em 2008. Era um patrimônio proibido.

FIGURA 1 - Cartaz de divulgação nos cinemas do filme o mineiro e o queijo (Helvécio Ratton, 2012)

Se o queijo artesanal é patrimônio Brasileiro e representa a cultura de uma nação, porque os brasileiros não podem ter acesso? O que é bom para os mineiros é ruim para outros brasileiros? O filme “O mineiro e o queijo” dirigido por Helvécio Ratton contribuiu para uma maior visibilidade da cidade do Serro, atraindo mais turistas, mas também chamou atenção para esta contradição e muitas pessoas de outros estados não tinham conhecimento desta restrição. De certa forma este filme abriu os olhos das autoridades envolvidas com o a produção queijeira como Ministério da Agricultura, EMATER e repensassem as legislações impostas ao produto.

> A rigor, o queijo praticamente não podia ser consumido fora do território de Minas Gerais. Este deve respeitar o Regulamento da Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal e cumprir as exigências feitas ali. Este regulamento foi criado por um decreto do presidente Getúlio Vargas, em 1952, e está em vigor até hoje. Na verdade, é nele que se sustenta toda a fiscalização atual dos alimentos provenientes de origem animal.
>
> Para sair de Minas Gerais, o queijo tem de receber um carimbo de autorização do Serviço de Inspeção Federal, ou Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, além de obedecer às exigências do Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal e do Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal, deve obedecer à vigilância sanitária das prefeituras. (GUZZO, 2012).

Portanto, o queijo industrializado e feito nas cooperativas é autorizado pelo Serviço de Inspeção Federal e, portanto poderia ser comercializado e circular pelo país, mas o verdadeiro patrimônio brasileiro teria que ficar em Minas Gerais. O que acontece é que o queijo artesanal passa a ser visto nos grandes centros consumidores como produto ilegal, os supermercados e o varejo legalizado não se arriscam a comprar queijo "informal". Isso faz com que os produtores artesanais deixem de ganhar milhões de reais por ano, pois não podem produzir mais queijos.

Somente no ano passado, em 2013, as regiões produtoras foram autorizadas a venderem para outros Estados Brasileiros, porém obedecendo as exigências dos órgãos de fiscalização que sugerem a implantação de centros de maturação, o que também é uma resistência para os fazendeiros, devido às características de cada região e de cada produto.

4. TURISMO E AÇÕES EXISTENTES PARA PROMOÇÃO DO QUEIJO ARTESANAL EM SERRO/MG

O queijo artesanal de Minas já foi apontado por especialistas franceses como um dos melhores do mundo. Com 27% da produção nacional, o estado é dono da maior bacia leiteira do país e também é o maior produtor de queijos a partir do leite cru (CASTRO, 2013).

Meneses (2006) destaca que memorialistas e empresários da área de alimentação têm consciência de que o queijo é o patrimônio que identifica cada região. No município de Serro, há unanimidade em falar da arquitetura colonial e a preservação do patrimônio da cidade, mas dão valor maior ao queijo e à sociabilidade construída em seu entorno. Lembram do orgulho e a hospitalidade do serrano e o uso do queijo e de seus produtos derivados como instrumento dessa sociabilidade.

Dessa maneira, observa-se o quanto o queijo do Serro é valorizado no município pelos seus moradores. Além de valorizarem o queijo, usam do mesmo, como um instrumento para bem receber as pessoas. Isso para um município que ainda não tem muitas possibilidades de visitação ao queijo é muito bom. Assim, esse produto que é tão conhecido, respeitado e apreciado, tanto pelos moradores, como

pelos turistas, pode ser ainda mais explorado e assim tornando-se produto de referência no mercado.

Além de vantagens econômicas que esse produto pode trazer, e tornar o município do Serro mais reconhecido, seu queijo ainda pode criar um instrumento de informação que seja objeto de atração para se conhecer e consumir o produto, tanto pelos seus moradores, quanto por turistas. Para isso, desenvolveu-se esse trabalho, como objetivo de investigar o potencial e fazer do principal produto do município, algo que faça com que se crie junto com os produtores rurais do Serro áreas de visitação turística, para maior divulgação e reconhecimento do produto e da região.

Entretanto, apesar do prestígio conquistado pelo Serro, devido à beleza do seu conjunto arquitetônico, por ser cidade natal de personagens e figuras ilustres como Téofilo Ottoni, Lobo de Mesquita, Antônio Ernesto Gomes Carneiro, etc, pelas manifestações culturais, belas paisagens e pela produção do seu produto mais famoso, o fluxo turístico da cidade ainda não é satisfatório.

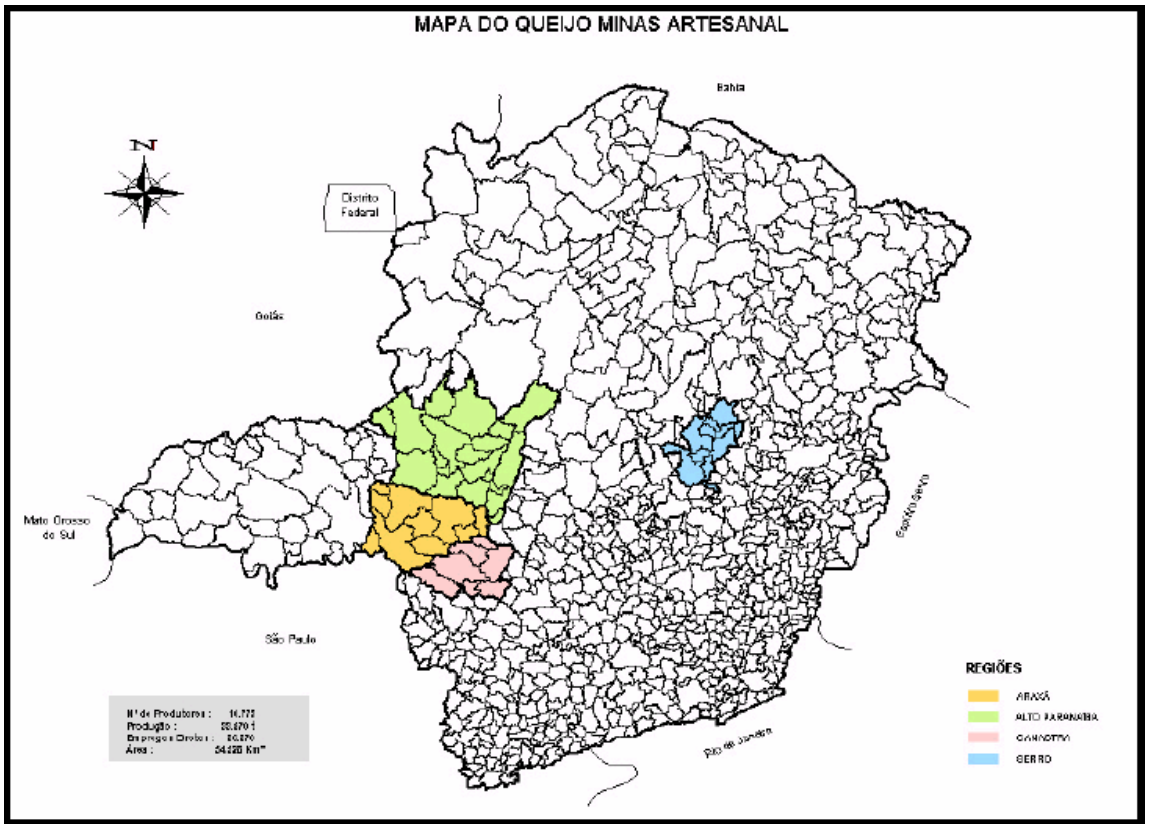
Com o reconhecimento do queijo pelo Instituto do Patrimônio Histórico Artístico Nacional (IPHAN), em 2008, como Patrimônio Imaterial Cultural do Brasil, esperava-se que essa realidade fosse diferente. Entretanto, outros fatores geram tal situação, como a necessidade de mais incentivos, tanto por parte dos órgãos municipais, quanto das pessoas envolvidas com a produção queijeira, para divulgação do produto e consequentemente do município.

O queijo está entre os principais produtos que o Serro oferece aos seus visitantes. Visitar a cidade e não provar esse produto famoso e que faz sucesso na mesa dos mineiros é praticamente impossível. Ele é um dos fatores motivacionais para a visitação turística do Serro. Esse produto é tão importante que ganhou um evento na cidade, a Festa do Queijo, que acontece anualmente, há 30 anos, atraindo visitantes de todos os arredores. Durante a festa, que dura cerca de 4 dias, acontecem vários eventos como: mostra de queijos de diversas fazendas, degustação do queijo, concurso de vaca leiteira, concurso do melhor queijo, dentre outros. Essa festa é um dos poucos produtos oferecidos aos turistas voltados à divulgação do queijo, entretanto, é notável que o município e as autoridades locais não saibam explorar o queijo como patrimônio imaterial cultural, a festa tem caráter

somente agropecuário e ações de preservação da tradição, da memória e de divulgação como patrimônio relevante para o Brasil são poucos.

Outros fatores que dificultam o desenvolvimento do turismo rural no Serro são que os proprietários das fazendas se limitam a produzir o queijo e comercializar. Apesar de existir a Associação dos Produtores queijo artesanal do Serro que tem como objetivo de divulgar o produto e fortalecer a produção da região, percebe-se uma falta de atenção para a promoção deste produto. Enquanto regiões como Salitre e Canastra, se preocupam em manter a tradição, utilizando de novas tecnologias e posicionamento do produto no mercado. Percebe-se que alguns fazendeiros do Serro, não visualizam oportunidades que o produto pode oferecer e a rentabilidade com o turismo. Apesar do queijo ser encontrado em grande parte do comércio de Serro, não existe uma casa de queijos artesanais na “Terra do Queijo”. Em fins de semana quando o comércio fecha as portas, o turista encontra dificuldades para encontrar o produto.

MAPA 1 – Municípios que comercializam o queijo do Serro



Fonte: Meneses, 2006.

Com o registro do queijo como Patrimônio Imaterial do Brasil em 2008, a cidade conseguiu com recursos do Ministério do Turismo, a implantação do Museu do Queijo. De acordo com a coordenadora e consultora em turismo do projeto, Sandra Maura Coelho, (TRIGINELLI 2011, s/p) a idéia é fazer um espaço multiuso. "O museu vai ficar na parte inferior da casa. Ainda vamos ter um centro de referência, um auditório, uma cozinha experimental com espaço para um café e um jardim educativo com uma queijaria modelo. Neste momento, já fizemos a compra da casa", disse.

É necessário enfatizarmos que o turismo se caracteriza pelo consumo de produtos turísticos e serviços de um determinado destino. Muitas vezes, esse pode causar alguns impactos, porém os ganhos são muitos. No contexto apresentado, o turismo pode ser capaz de apoiar na manutenção e preservação das tradições locais. O que é reforçado pela OMT (2003, p. 27) que diz que o turismo também pode “exercer impactos sociais e culturais benéficos, ajudando a identificar e promover culturas diferentes e aumentar a consciência das tradições autóctones”.

A opção pelo desenvolvimento turístico deverá ser conciliada aos objetivos de manutenção do patrimônio, do uso cotidiano dos bens culturais e da valorização das identidades culturais locais (GOMES, 2008).

A utilização turística dos bens culturais, que proporciona ao ser humano o conhecimento e a consciência de si mesmo e do ambiente que o cerca, requer ações que as valorizem e promovam ao mesmo tempo em que é mantida sua dinâmica própria e sua permanência ao longo do tempo. Ações que valorizem e promovam o patrimônio imaterial significa espalhar o conhecimento sobre esses bens e facilitar- lhes o acesso e o usufruto, e assim contribuir para o apreço à sua identidade e memória (GOMES, 2008).

Sendo assim, vimos que no caso abordado patrimônio e turismo andam juntos, na medida em que para que a cidade desenvolva o turismo, é necessário que esta possua valores e especificidades que a demarque em relação a outras.

É importante reforçar que o marketing é essencial nesse contexto, pois é por meio dele que a cidade poderá aproximar o seu patrimônio de quem o consome, o turista. O Marketing significa proporcionar uma ligação entre oferta e demanda em uma sociedade, e desenvolver o potencial de consumo das pessoas dessa

sociedade. Isso pode significar o aumento do consumo ao longo do tempo, o que levará o incremento da atividade econômica, gerando recursos, empregos, impostos e renda para uma localidade. Assim, pode-se observar a importância do marketing para o bem estar social como um todo, para a própria atividade econômica, e ainda para as organizações (DIAS, 2005).

Assim, o desafio do marketing do turismo é assegurar que os turistas construam expectativas apropriadas e que o turismo e os produtos e serviços que são relacionados a ele, satisfaçam essas expectativas (PETROCCHI, 2004).

Assim, aliar as possibilidades do patrimônio com a promoção de marketing pode significar para um destino, como o município do Serro e seu queijo, novas possibilidades de desenvolvimento do turismo rural.

A existência de várias fazendas na região facilita o desenvolvimento do turismo rural, pois o turista pode acompanhar de perto o processo de fabricação do queijo artesanal e vivenciar o modo de vida do homem do campo. Somente uma fazenda (Engenho de Serra) em Serro recebe visitantes para acompanharem por meio de agendamento a simulação do processo de produção do queijo (FOTO 1). Os visitantes também podem conhecer o pequeno Museu do Queijo (FOTO 2), que o proprietário, Jorge Simões, adaptou com utensílios antigos, bancadas de madeira utilizadas no processo, equipamentos que eram utilizados para transportar o queijo no lombo de burros. Outro serviço que é oferecido é um delicioso café da manhã com o queijo produzido na própria fazenda, além do almoço e outras atividades como cavalgada, caminhadas, tirolesa e pesca. (FOTO 3 e 4)

FOTO 1 – Fazenda Engenho de Serra

Fonte: Autoria própria

FOTO 2 – Museu do Queijo da Fazenda Engenho de Serra

Fonte: Autoria própria

FOTO 3 e 4 – Fazenda Engenho de Serra

Fonte: Autoria própria

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar do potencial do Serro, tanto em relação ao seu prestígio por ser o primeiro município tombado pelo IPHAN, quanto por possuir o queijo, registrado como patrimônio imaterial estadual e nacional, a cidade não consegue tirar proveito

de todas essas possibilidades e oportunidades. Mesmo com o apoio de instituições ligadas ao patrimônio para o marketing da cidade direcionado a este produto, pouco se vê avançar.

Primeiramente o município do Serro precisa investir em mais promoção do queijo enquanto patrimônio nacional, para que se desperte nos visitantes o interesse em conhecer não somente o famoso queijo, como também a região.

Outro ponto importante para criação da área de visitação turística seria agregar ao roteiro de visitação do queijo a outros valores que os locais contemplam como, as belezas naturais, paisagens, animais, pomares, e tudo que também possa ser interessante além do queijo, principal foco, assim, com produtos diversificados, os visitantes ficariam ainda mais interessados e instigados a conhecer os locais que produzem o queijo artesanal e ainda desfrutar de outras belezas.

É muito comum, diante de várias ações de incentivo ao turismo no munícipio, os seus moradores ou outros colaboradores dizerem “O Serro está com a faca e o queijo na mão”. Porém, ainda não conseguiu repartir o queijo e distribuir para que todos possam ganhar. O que se vê são alguns trabalhos e ações isoladas, jogos de interesse dos produtores e instituições envolvidas com o processo. Passaram-se anos depois da aprovação de recursos para o projeto do Museu do Queijo que até o momento não saiu do papel. Dentro da etapa do projeto avançou-se somente na compra do imóvel para instalação e algumas adaptações que vem se arrastando há anos.

O grande evento da cidade que deveria dar visibilidade ao produto enquanto bem imaterial do Brasil, inserindo na programação, por exemplo, um festival gastronômico (utilizando a famosa iguaria), palestra sobre patrimônio imaterial e melhorias do marketing, se limita em rodeios, concurso de gado leiteiro, concurso do melhor queijo, concurso da Rainha do queijo e shows sertanejos. Embora agrade a maioria da população serrana, não altera em nada o quadro turístico da cidade e do marketing do produto ao mercado.

Para que o turismo possa contribuir para o desenvolvimento econômico de um destino, é necessário uma maior parceira das instituições e atores que lidam direta e indiretamente com o produto. Estes devem levar mais a serio o fato de possuírem um patrimônio imaterial reconhecido nacionalmente e aproveitem disso

para investir mais no município e em equipamentos voltados para o seu marketing ou comercialização por meio do turismo.

Seria muito básico a cidade ter uma loja especializada em queijos, que tirasse duvidas a respeito da conservação do produto e concretizasse sua comercialização. Mas nem isso. Ainda tudo acontece de forma amadora e no turismo nada pode acontecer sem visão de mercado e sem planejamento. Existem "não-lugares" que conseguem implementar o turismo, sem que haja atrativos significativos e existem lugares turísticos com grandes atrativos (como é do caso do Serro) que não conseguem se desenvolver turisticamente de forma satisfatória. Poderia ainda implementar a rota do Queijo, conforme sugeriu a coordenadora do salão do Queijo, Sandra Coelho, como por exemplo, as fazendas poderiam oferecer períodos para a visitação.

Se o Serro não avançar, elaborar um plano de marketing e novos projetos para divulgação e valorização do queijo Artesanal, corre o risco dos serranos nunca saberem da importância e dimensão desse produto no Brasil enquanto patrimônio e corre o risco deste precioso produto ficar esperando no prato a ser repartido.

REFERÊNCIAS

BARRETTO, Margarita (Org.). **Turismo, Cultura e Sociedade**. Caxias do Sul-RS: EDUCS, 2006.

CASTRO, Marinella. Jornal Estado de Minas. Reportagem disponível em: <file:///C:/Users/USUARIO/Documents/TCC/Queijo%20do%20Serro%20artigos%20site/Queijo%20minas%20poder%C3%A1%20ser%20exportado%20para%20outros%20estados%20-%20Economia%20-%20Estado%20de%20Minas.htm.>. Publicação: 02 ago. 2013. Não paginado.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarDetalheConteudo.do?id=13925&sigla=Institucional&retorno=detalheInstitucional>. Acesso em: 28 abr. 2012.

Disponível em: <http://www.coopserro.com.br>. Acesso em: 31 jul. 2013.

Documentos da Secretaria de Turismo do Município do Serro/MG.

Documentos da Cooperativa dos Produtores Rurais do Serro/MG.

GOMES, Mariana Elias. **A Semana Santa em Mariana, MG: Estudo da Relação entre Patrimônio Imaterial e Turismo.** Revista Urutágua, Maringá, v?, nº 15, p. 166-177, abr/mai/jun/jul. 2008.

GUZZO, J.R **Cuidado com o que anda comendo. Pode ser ilegal**. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/ricardo-setti/tag/servico-de-inspecao-federal/>. Acesso em: 13 mar. 2014.

FUNARI, Pedro Paulo e PELEGRINI, Sandra C.A. **Patrimônio Histórico e Cultural**, Ed. 2006.

FUNARI, Pedro Paulo e PINSKY, Jaime (Org). **Turismo e Patrimônio Cultural.** São Paulo: Contexto, 2007. 4ª edição.

HISTÓRIA DO QUEIJO. Disponível em: <http://www.iepha.mg.gov.br /component/content/article/16/28-historico>. Acesso em: 13 mar. 2014.

MARTINS, Clerton (org.). **Patrimônio Cultural: Da Memória ao Sentido do Lugar.** São Paulo: Roca, 2006.

MENESES, José Newton Coelho. **Queijo Artesanal de Minas: Patrimônio Cultural do Brasil.** Volume I, dossiê interpretativo. Belo Horizonte: IPHAN, MINC, 2006.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Turismo Internacional: Uma Perspectiva Global.** Porto Alegre: Bookman Editora, 2003. 2ª edição.

PETROCCHI, Mario. **Marketing para Destinos Turísticos: Planejamento e Gestão.** Editora Futura. São Paulo: Futura, 2004.

TRIGINELLI, Pedro. Do G1 MG, no Serro: Reportagem Disponível em: <http://g1.globo.com/minas-gerais/noticia/2011/12/cidade-de-serro-recebe-turistas-atraidospelo-queijo-de-minas.html>. 20/12/2011 07h06 - Atualizado em 20/12/2011 19h23. Não paginado.