



SENADO FEDERAL
SECRETARIA-GERAL DA MESA
SECRETARIA DE REGISTRO E REDAÇÃO PARLAMENTAR

REUNIÃO

02/09/2021 - 12ª - Comissão de Relações Exteriores e Defesa Nacional

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO. Fala da Presidência.) - Bom dia a todos.

Declaro aberta a 12ª Reunião da Comissão de Relações Exteriores e Defesa Nacional da 3ª Sessão Legislativa Ordinária da 56ª Legislatura.

A presente audiência pública tem como objetivo promover o debate do tema "A Internacionalização do Turismo Gastronômico e da Economia Criativa como Indutores do Desenvolvimento Regional", que é um dos pilares aprovados por esta Comissão para o biênio 2020-2021.

Compõem a Mesa comigo o Sr. Alex Atala, um dos *chefs* mais importantes do mundo e, claro, mais importantes do nosso País; o Sr. Augusto Pestana, Presidente da Apex (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos); o Sr. William França, Secretário Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo do Ministério do Turismo; o Sr. Vinícius Lages, Diretor Técnico do Sebrae Alagoas, ex-Ministro do Turismo e ex-Diretor Técnico do Sebrae Nacional. E contamos conosco aqui hoje essa ilustre figura, especialista também, estudioso da gastronomia brasileira.

A reunião será interativa, transmitida ao vivo e aberta à participação dos interessados por meio do Portal e-Cidadania, na internet, em senado.leg.br/ecidadania ou pelo telefone da Ouvidoria: 0800-0612211. Tudo isso está na tela, mas eu não estou vendo daqui.

Quero cumprimentar os Exmos. Srs. Embaixadores que estão nos acompanhando remotamente, assim como os Sras. e Srs. Senadores que nos acompanham também de forma remota.

Cumprimento em especial o Sr. José Pedro Máximo Chantre D'Oliveira, Embaixador da República de Cabo Verde.

Bom, amigos, é com grande satisfação que dei início, nesta semana, à implementação de um dos eixos estruturantes do programa de trabalho desta Comissão para o biênio 2020-2021, dedicado ao tema política externa como indutora da redução das desigualdades regionais. Porque se acostumou, Alex, a imaginar que política externa é coisa apenas de ricos de São Paulo, Rio, e nós queremos que a política externa brasileira tenha uma visão para o interior do Brasil, para o desenvolvimento regional e para o combate às desigualdades terríveis que temos no Brasil ainda.

Esse ciclo compreende uma série que contemplará, ao longo deste semestre, as cinco regiões do País, com foco na internacionalização de setores da economia criativa que apresentam grande possibilidade de aproveitamento das potencialidades regionais, sobretudo em áreas pobres, com vistas a promover o seu desenvolvimento sustentável. Priorizamos, assim, o turismo ecológico, o artesanato e a culinária.

Além de audiências públicas com especialistas desses setores, fazem parte da programação elaborada para cada uma das regiões exposições do artesanato e a degustação das culinárias locais.

A economia criativa impulsiona a geração de renda, a criação de empregos e receitas de exportação, ao mesmo tempo em que promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. Não é por acaso que, em 2019, por ocasião da 74ª Assembleia Geral, a ONU declarou 2021 o Ano Internacional da Economia Criativa para o Desenvolvimento Sustentável. Em seu bojo estão os ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico. Estima-se que participam ativamente da economia criativa no mundo hoje 144 milhões de

profissionais. O crescimento do setor nos Estados Unidos, na China e em partes da Europa é três ou quatro vezes maior, em média, do que o da economia em geral. De acordo com os dados da Firjan (Federação das Indústrias do Rio de Janeiro), em 2018, a participação da indústria criativa no PIB do Brasil foi de 2,6% e gerou um total de 836 mil empregos formais, o que equivale a 1.8 de toda a mão de obra nacional.

Do ponto de vista econômico, o impacto causado pela pandemia no setor foi profundo, com a perda, em 2020, de 458 mil postos de trabalho.

Nada é mais oportuno para um país como o Brasil, identificado por sua riqueza natural, por sua cultura diversa, pela criatividade e talento de seu povo, do que se engajar construtivamente no esforço coletivo de promoção e internacionalização da indústria criativa como instrumento para alcançarmos uma das metas mais importantes estabelecidas pelos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), que é a eliminação da pobreza. Não podemos estar desatentos às necessidades das populações cujo sustento depende de nossos principais biomas. Em especial, no caso da Região Amazônica e de sub-regiões como Matopiba, onde está o meu Estado do Tocantins, temos baixíssimos índices de IDH, de Ideb, de indicadores sociais muito deficientes. As novas políticas de desenvolvimento precisam levar em consideração a questão da desigualdade, propondo soluções inovadoras, que compatibilizem proteção do meio ambiente com utilização inteligente da biodiversidade e que promovam a melhoria das condições de vida e de trabalho das populações que vivem nessas localidades.

A projeção internacional de nossa economia criativa pode tornar-se, nesse sentido, um importante vetor de redução das desigualdades regionais e de promoção do desenvolvimento local. Isso pode ser feito mediante uma multiplicidade de iniciativas indutoras focadas nas potencialidades específicas de regiões carentes. Um dos exemplos mais evidentes dessas potencialidades pouco exploradas ou até mesmo inexploradas pode ser visto na área do turismo ecológico, como é o caso das praias de rios na Amazônia toda, no Pantanal mato-grossense e no Jalapão, que abriga também cachoeiras e dunas de areia, bem como na esfera dos produtos típicos regionais em que se sobressaem o artesanato tradicional, produtos indígenas, rendas e bijoias artesanais e a originalidade dos ingredientes utilizados na culinária - Alex Atala que o diga.

Outra força de atração de fluxos de turistas internacionais é a criatividade e a diversidade de nossa culinária, herança cultural que, ao explorar a utilização de ingredientes exóticos como o açaí, a tapioca, as frutas tropicais e os temperos - para citar alguns -, possibilita sua inclusão na pauta de exportações do País. Muito além de seu papel de indutora do turismo, a cozinha brasileira tem enorme potencial de internacionalização, comparável às culinárias mais tradicionais. Testemunhamos a virtual universalização de pratos e hábitos alimentares de países como a França, berço de técnicas culinárias empregadas em todo o mundo, e a Itália, por meio da qual se difundiu em todos os continentes a cozinha mediterrânea. Para além da tradição europeia, as cozinhas asiáticas, em especial a chinesa e a japonesa, se disseminaram por todo o Planeta e conheceram, em poucas décadas, uma popularização sem precedentes. Mais próximo de nós, o Peru tem conseguido expandir de forma acelerada o prestígio de seus pratos.

Esse parece um ótimo caminho para levar a cozinha brasileira, tamanha a sua diversidade, para além de nossas fronteiras, valorização de nossas tradições culinárias, com destaque para os ingredientes produzidos com excelência por nossa agricultura e nossa pecuária.

Depois de um ano de bloqueios induzidos pela pandemia, não poderia haver melhor momento para valorizar a economia criativa como vetor do desenvolvimento sustentável regional, por meio de sua internacionalização.

De 2019 a 2020, a participação do turismo no PIB nacional caiu, nada mais nada menos do que 32%, passando de US\$115 bilhões para US\$78 bilhões, havendo acompanhado tendência mundial no setor, cuja média global de queda no mesmo setor foi de 49% durante a pandemia.

Os eventos desta semana programados por esta Comissão têm por objetivo estimular o debate sobre a importância da internacionalização da economia criativa, sobretudo dos setores do turismo, do artesanato e da culinária como indutores do desenvolvimento sustentável, com vistas a contribuir para o equacionamento do equilíbrio regional no País, proporcionando, assim, melhores condições de vida às populações das áreas mais carentes.

Viva a nossa Amazônia! Viva todas as regiões do Brasil! Viva o Senado Federal! Viva os nossos palestrantes, em especial o Alex Atala!

Muito obrigada.

Para dar início à nossa audiência pública, nós estamos com tudo cronometrado. Alex, de acordo e por conta do seu voo, nós vamos ouvir três personalidades que estão aqui nos acompanhando para, então, a nossa palestra mais esperada, a nossa palestra magna com você, daqui a alguns minutos.

Concedo a palavra ao Sr. Vinícius Lages, Diretor Técnico do Sebrae de Alagoas e ex-Ministro do Turismo.

Vinícius Lages é engenheiro agrônomo, mestre em gestão ambiental pela Universidade de Salford, Inglaterra, e doutor em socioeconomia do desenvolvimento pela Escola de Estudos Avançados em Ciências Sociais de Paris. Foi Ministro de Estado do Turismo entre 2004 e 2015 e atualmente é o Diretor Técnico do Sebrae de Alagoas.

V. Sa. dispõe de 15 minutos.

Muito obrigada.

O SR. VINÍCIUS LAGES (Para expor.) - Obrigado, Senadora Kátia Abreu, Presidente desta Comissão, querida amiga e líder, com quem eu tenho o privilégio de compartilhar os últimos sete anos de reflexão sobre esse tema que hoje a gente aborda.

Quero cumprimentar o Embaixador Pestana, cumprimentar o querido Alex Atala, também mestre e parceiro aí de iniciativas importantes, tanto no Instituto ATÁ quanto no Fruto. Imagino que você deva abordar isso. Quero cumprimentar William França, cumprimentar o Embaixador José Pedro D'Oliveira e, aqui, na pessoa de quem cumprimento os demais embaixadores. O Embaixador José Pedro representa aqui um dos mais bonitos arquipélagos deste planeta, dez ilhas vulcânicas. Eu estive apenas em duas, mas me disseram que todas elas valem a pena, e vale a pena mergulhar, Alex, vale a pena ir atrás dos bons peixes e da cultura, música, de uma diversidade fantástica.

Muito bom ver a Comissão de Relações Exteriores. E eu queria aqui cumprimentar a toda a audiência, os demais Senadores, os amigos do Sebrae aqui, na pessoa do Moisés Gomes, da Eliana de Oliveira, meu presidente da base Cláudio Mendonça, meus colegas de Sebrae de todo o Brasil, que, ao ouvirem essas palavras da Senadora, certamente devem estar muito felizes, porque isso soa como música para todos nós, que, enquanto agência de desenvolvimento que apoia o empreendedorismo, e aqui é bom termos um *chef* que é um *chef* empreendedor, não é? Nós temos muitos *chefs* criativos, não é? A economia criativa tem esse desafio, que é de cuidar da gestão. O Alex representa esse *chef* empreendedor, que empreende na cozinha e também nas ideias e no debate, para fazer avançar esse tema.

Vivemos um momento muito especial, a senhora colocou isso. Esse freio de arrumação nos leva a uma reflexão profunda sobre não só as perdas de quase 600 mil brasileiros, 4,5 milhões de pessoas no mundo que se foram, milhares e milhares de negócios, empregos... Esse freio de arrumação nos leva a uma reflexão e pode ajudar também a política, pode ajudar também este Congresso e o Executivo a estabelecerem, quem sabe, as diretrizes, Embaixador Pestana, de uma verdadeira política que consiga colocar o Brasil no mapa dos países em que a gastronomia é um eixo estratégico da sua economia, mas também do posicionamento da sua imagem no mundo.

Nesse sentido, esse tema da economia criativa, que abrange um conjunto grande de segmentos, em que a gastronomia, o turismo, as artes plásticas, as artes cênicas e o artesanato são apenas partes desse todo que se integra, ajuda-nos muito a pensar o desafio que a gente tem pela frente.

A gente já vinha de uma economia extremamente impactada pelas transformações digitais, que impactaram o modelo de negócios, a economia digital habilitando novos modelos de negócio, já tendo, de alguma forma, alterado a forma como a gente via o processo de formação, de capacitação, os novos modelos de negócio, a própria estratégia de País - a senhora trabalha também nessa agenda do País - de recuperar o tempo perdido em termos de infraestrutura tecnológica para o futuro: 5G, que vai habilitar a IOT, inteligência artificial, *blockchain*, enfim, tudo isso que habilita uma nova economia, as novas economias: a economia circular, porque ela permite rastreabilidade; a economia verde; a economia compartilhada... Todas elas habilitadas pelo digital. E a economia criativa já vinha se potencializando através do *streaming*, através dos *games*, através das salas de visualização, das experiências imersivas, potencializando essa capacidade de prospectar essa grande biblioteca ou, como um dia Alex colocou, esse grande *shopping center* da biologia mundial que nós temos nos nossos biomas. Essa capacidade de ler a tecnologia nos permite rastrear hoje moléculas que saiam do Amapá, do Tocantins, do Rio Grande do Sul até os nossos pratos.

Isso é uma condição que o futuro está nos permitindo e é cada vez mais veloz. Permite que a gente consiga se conectar com comunidades - o desafio que Alex teve, anos atrás, para descobrir esse Brasil e o que outros *chefs* fizeram. Hoje a gente tem uma conexão muito mais fácil. Então vinha impactando, a economia criativa vinha sendo reconhecida em alguns países - Inglaterra, Austrália, Nova Zelândia têm políticas claras em relação à economia criativa - com a valorização, portanto, do patrimônio simbólico, da estética, das narrativas, das histórias, das identidades dos territórios.

Por isso que a senhora tem toda razão, Senadora Kátia Abreu, ao colocar como uma agenda das relações exteriores e da defesa nacional - finalmente, porque é um país continental - que, se nós não olharmos para dentro, não nos conhecermos, continuarmos sendo exóticos de nós mesmos, nós não teremos condição de nos projetarmos para o mundo de maneira coerente, e isso é muito importante. Portanto, essa agenda que integra o País é uma agenda, sim, que busca superar desigualdades, é uma agenda, sim, de relações exteriores, e eu a parabeno por isso também.

A gastronomia é definida pela Unesco como um dos patrimônios imateriais da humanidade, e a nossa própria Constituição de 88, no seu art. 216, reconhecesse as manifestações, os saberes, os fazeres, as festas, os festivais, como um ativo cultural importante a ser patrimonializado. Nós vemos, portanto, um crescimento dessas novas economias, potencializando a economia criativa. E, sem dúvida, por que que isso não se torna estratégico para o nosso País? Por que que, apesar da quantidade de *gamers* hoje, de pessoas conectadas nas plataformas de *streaming*, com os... E hoje, também, com as *tokens* não-fungíveis... Recentemente foi leiloadada uma obra de arte digital, através de *tokens* não-fungíveis, que valeu US\$69 milhões, uma produção material que conseguiu, através de contratos inteligentes, ir para a nuvem.

Portanto, essa economia, também, Senadora, deve ser conectada com a economia do mais simples, do mais singelo, do Vale do Jequitinhonha ao que os indígenas brasileiros fazem, ao que o povo do meu Nordeste faz, ao que tanta gente criativa neste Brasil faz.

Mas o que é fundamental é que as categorias analíticas que gente utilizou até aqui, as categorias analíticas do século XX, já não servem, Alex, para desenhar o futuro, porque nós vivíamos em um mundo que era muito mais simples, muito mais previsível, muito mais lento, muito menos cheio de incertezas. Hoje nós estamos vivendo um mundo muito veloz, muito pleno de incertezas, em que as categorias do século passado para desenhar políticas, para desenhar estratégias, para pensar a sociedade e a economia já não servem tanto. É como se você estivesse numa estrada a 400km/h e você não consegue nem ler a placa. O futuro está vindo numa velocidade tão grande, que está ficando embaçado. Se nós não repensarmos como poderemos construir as bases deste País para o futuro, nós não iremos muito longe.

Nesse sentido, eu acho que o País do preto, branco, do homem, da mulher, de direita e esquerda, dessas categorias binárias, está ultrapassado. O que vale é nós pensarmos - e aí, sim, é um desafio enorme para este Congresso, é um desafio enorme para a política pública, para agências como a nossa, Embaixador Pestana -, diante de uma velocidade enorme, para a qual os séculos passados tiveram tempo de educar, de formar suas populações, de desenhar políticas e instituições e, de alguma forma, de recuperar o tempo, a defasagem em relação às transformações tecnológicas. Essa transformação que está ocorrendo desloca modelos de negócio, torna obsoletas determinadas ocupações. Ela vai requerer uma capacidade muito veloz. Por isso eu sempre gostei da senhora, porque, além de ter um sentido muito claro do momento, de cada momento da vida política, social e econômica do País, a senhora é muito ágil, age, constrói rapidamente soluções.

Nós não temos mais tempo, na política, para ficar um, dois, três, quatro, cinco anos discutindo, como fizemos com a reforma tributária, com a reforma trabalhista, com a reforma da previdência... As grandes transformações disso aí... Não dá mais tempo para construir políticas com esse ciclo tão longo.

Tenho conversado com a Dra. Ilana Trombka, que está fazendo doutorado sobre como a política pode aprender a prototipar também, como o mundo da inovação, fazer coisas mais rápidas, porque, como diz o Mark Zuckerberg, "o feito é melhor do que o perfeito", que nunca vem. Nós não podemos experimentar, William, o Ministério do Turismo, a Apex, essas construções de futuro que possam fazer da economia criativa, do turismo gastronômico, um eixo importante de superação de desigualdade, de integração de países no mundo.

Essa agenda do SG, do ODS, que é base, porque tudo isso que nós falamos (tradição, cultura, ingredientes, bioma) requer um respeito à sustentabilidade, com o compromisso com o futuro. A senhora, recentemente, fez um discurso sobre isso, sobre a responsabilidade planetária que nós temos. Somos um dos maiores produtores de alimentos do mundo, temos biomas fantásticos, a maior reserva de água doce do Planeta... Nós temos responsabilidades, sim, podemos continuar crescendo em produtividade, mas em bases mais sustentáveis.

Turismo, gastronomia e economia criativa. Para este momento é quase como uma cura. Nós estamos saindo de um processo pandêmico que afetou as nossas almas, afetou os nossos espíritos, a nossa vontade, entristeceu, adoeceu... Perdi doze pessoas próximas, dois primos, nesse processo. Ainda estou me curando, como muitos de nós. E o comer... O Ministro Walfrido dos Mares Guia, o primeiro Ministro do Ministério do Turismo nessa nova formatação, dizia que comer, que alimentar-se, é um dos verbos da experiência turística. Em algum momento a gente vai parar para comer, nem que seja um cachorro-quente, um churrasquinho... Se tiver mais dinheiro no bolso, pode fazer experiências fantásticas.

A comida é, portanto, também... E foi, lá atrás... Restaurante, antes de ser um lugar para comer, era - não é, Alex? -, como a gente aprendeu, o caldo restaurador. A canja de galinha das nossas avós, esse *bouillon restaurateur*, era aquilo que restaurava as nossas forças.

Eu acredito que a economia criativa pode ser para o espírito assim como a gastronomia sustentável e inovadora pode ser um dos elementos, também, da cura desse momento pandêmico, desafiador, que enfrentamos na humanidade.

A gastronomia é motivação para viagens, sempre foi e já é há algum tempo, sobretudo no século passado. Assim Michelin criou, em 1900, um guia para orientar as pessoas, para integrar a França. Rodar, para gastar pneu, era importante para a

fábrica de pneus Michelin. Eles criaram um guia, e esse guia definiu três estrelas - não é, Alex? Uma delas é "vale a pena parar aqui"; a segunda é "vale a pena fazer o desvio", e a terceira é "vale a pena ir até lá", porque ali você vai encontrar comida boa. Aqui também, em 66, o *Guia 4 Rodas* foi, de alguma forma, um paralelo a essa ideia de que viajar é preciso, de que viajar cura, de que essa evasão é importante para conhecer outras experiências.

Somos um País mega diverso em biomas, em culturas. Temos um mundo aqui (árabes, libaneses, italianos, japoneses, chineses, coreanos e agora latinos) que faz comida muito boa. Temos um Brasil diverso. O processo de ocupação territorial desse desenvolvimento regional de que a senhora fala produziu diversas cozinhas, diversas possibilidades de a gente se conectar com o mundo. Outros países usaram - e a senhora citou muito bem: a Europa já havia feito, mais recentemente o Peru e a Escandinávia. Quem diria não é, Alex, os seus amigos? Redzepe colocou a Escandinávia no mapa gastronômico. O Peru também. Até Cingapura se reinventou turisticamente, Senadora. E através das estratégias adequadas de *chefs* e embaixadores, como o Japão tem, como a França tem, através do *streaming*. Sobre a China, há um belíssimo programa na Netflix, chamado A Origem dos Sabores. É uma viagem à cultura gastronômica chinesa, dos ingredientes daquele país continental. Portanto, é possível nos emularmos experiências, aproximar esse turismo do agro, como a gente tanto sonhou.

E aqui eu trago a mensagem da Embrapa Alimentos e Territórios, de Alagoas, João Flávio, Diretor, mandou-lhes uma mensagem agradecendo. Aquela sementinha que a senhora plantou, de uma Embrapa dedicada, não mais a *commodity*, ao grão, mas ao sabor, à molécula, à experiência, ao cheiro.

Nós temos que avançar, porque nós só temos duas décadas que nos descobrimos gastronômica. A senhora falou de alguns produtos. Nós não podemos esperar mais tantas décadas para descobrir. Já fizemos muito em cachaça, queijo, café, vinho, chocolate agora, mas podemos andar mais rápido. Precisamos ter, sim, agilidade, prototipar esse plano, ter um fomento para pensar em longo prazo - nessa dimensão internacional, Embaixador -, ter uma melhor coordenação entre os atores, sobretudo com os atores privados... Enfim, ter a cultura, a educação e a valorização da nossa identidade como um eixo fundamental do nosso desenvolvimento.

Estou seguro de que nós podemos, sim, superar essa condição de ainda sermos exóticos para nós mesmos. Enquanto nós ainda formos exóticos para nós mesmos, nós teremos uma dificuldade muito grande de nós projetarmos para o mundo. Mas estou seguro, com este debate, com as contribuições que aqui virão, que a gente sai com um bom encaminhamento para o futuro deste País.

Obrigado, Senadora.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Obrigada, Vinícius Lages. É sempre maravilhoso ouvi-lo, você sempre acrescenta às nossas vidas.

Quero cumprimentar o Sebrae através da Abrase, o Cláudio, o nosso Presidente da Abase Nacional, e o Rubens, Presidente da Abase Regional, da Região Norte. Graças à parceria, à cooperação, foi possível fazer esse evento.

Gostaria de registrar a presença da Deputada Soraya, que é Secretária de Relações Internacionais da Câmara dos Deputados, uma mulher muito valente, muito trabalhadora, muito especial. Muito obrigada pela presença, Deputada.

Concedo a palavra ao Sr. William França, Secretário Nacional de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo do Ministério do Turismo.

William França é bacharel em Jornalismo e possui especialização em Gestão Estratégica pela FGV. É servidor de carreira da Câmara dos Deputados, onde foi membro efetivo da Comissão Especial de Parceria Público Privada, e assessorou, também, o Presidente da CCJ. No Escritório Setorial de Planejamento Estratégico, foi Assessor Especial do Diretor Administrativo, acompanhando os projetos setores da Dirad, bem como os projetos por ela patrocinados. No Ministério do Turismo, coordenou as áreas de comunicação social.

V. Exa. dispõe, também, de 15 minutos para a sua exposição.

O SR. WILLIAM FRANÇA (Para expor.) - Muito obrigado, Senadora Kátia Abreu. É um prazer e um privilégio participar desta rodada de debates sobre turismo, gastronomia, economia criativa, enfim, neste momento em que a gente está começando a nossa retomada.

Venho aqui, em nome do Ministro Gilson Machado Neto, trazer as informações do Ministério do Turismo, trazer um pouco do que a gente tem tentado.

A senhora conhece a máquina pública bem, já estive no Ministério, o Vinícius também. Então, dentro das nossas dificuldades e de todas as nossas limitações orçamentárias, a gente tem tentado ordenar ou colocar algum eixo nesse conjunto de atividades. Então, aproveito o momento, também, para cumprimentar o Sr. Vinícius Lages, nosso ex-Ministro, que fez um belo trabalho, deixou sementes plantas nessa área de gastronomia. Está fazendo um trabalho muito bom em Alagoas. Já temos uma parceria. Lá estamos trabalhando na expectativa de criar uma escola nacional de turismo com o

foco em gastronomia, cuja sede será em Maceió. Há um projeto sendo tocado pelo Prefeito JHC e acompanhado, de perto, pelo Ministério do Turismo. Espero que dê certo por lá.

Gostaria de cumprimentar também o nosso Embaixador Augusto Pestana, o Presidente da Apex, que é uma parceira do Ministério do Turismo, sobretudo nessa tarefa de levar as nossas experiências e as nossas boas imagens, não só na vertente comercial. Eu fico muito feliz... Eu participei, há 20 anos, da criação da Apex, porque eu tive a oportunidade de estar no Ministério do Desenvolvimento e Indústria e Comércio, e de lá saiu a sementinha de que nasceu a Apex. Então, ver a Apex, hoje, forte como está é sempre um orgulho. E é um prazer repartir essa rodada de conversas aqui com o *chef* Alex Atala, que a gente admira por seus projetos, por suas atividades. Já tive o prazer de ir ao D.O.M e conhecer um pouquinho melhor as suas experiências gastronômicas, que são fantásticas. Da Formiga Dourada eu não me esqueço.

Vamos lá.

Bom, a Senadora trouxe algum panorama geral e eu gostaria de reforçar. Eu trago aqui um pedaço do discurso que a senhora fez na abertura, agora recentemente, do evento, da exposição da Região Norte. A senhora falou que "o Brasil talvez seja a nação em desenvolvimento com o maior potencial para beneficiar-se das oportunidades que surgem da criatividade e da diversidade cultural das comunidades, da biodiversidade e das belezas naturais".

É mais ou menos com esse mote que a gente tem trabalhado lá no Ministério do Turismo, absorvendo essa multiplicidade, essa genialidade do povo, essas nossas riquezas naturais, esses biomas, tudo isso que a gente tem, tirando o melhor proveito. Tive mais uma aula agora com o nosso Ministro Vinicius Lages e a gente vê que tem um contexto histórico e que a gente está tentando passar por ele.

A senhora trouxe alguns números da pandemia, e gente vinha... Antes da pandemia, o turismo tinha reencontrado um caminho, um eixo de crescimento, e a gente vinha apresentando números melhores do que os outros. O nosso crescimento da economia, no turismo, estava maior do que o crescimento da economia como um todo, no período pré-pandemia. Então, a gente teve um crescimento de 2,2 em relação a 2018, em 2019 em relação a 2018, enquanto o PIB teve a metade disso, 1,1. A gente estava numa rota ascendente, veio a pandemia, bagunçou um pouquinho, e agora é hora de a gente recomeçar. O turismo foi o mais impactado, teve as maiores perdas, gerou as maiores dificuldades. Agora, a gente também quer aproveitar - e este é o momento -, Vinicius, realmente, de a gente aproveitar este momento de sinergias e tentar reconstruir.

Bom, vim aqui para tratar um pouco sobre o que a gente fala que está fazendo lá no turismo gastronômico. Eu vou me permitir, Senadora, de tratar em três módulos. No primeiro, falar sobre o que a gente está fazendo no turismo gastronômico, na economia criativa e, rapidamente, tratar da nossa Região Norte, que é o objeto, o foco deste debate de hoje.

Bom, na questão do turismo gastronômico, alguns macro números... O setor gera um impacto econômico... Isso, em números pré-pandemia. A gente, hoje, está defasado em dados atualizados. Movimentava cerca de 150 bilhões em todo o mundo, só nessa questão da gastronomia.

Segundo a Food Travel Monitor, 60% dos turistas tiram foto das experiências gastronômicas, o que a gente chama do "instagramável" e a gente gosta de tirar foto e compartilhar. Isso gera desejos, vontades - "Ah, eu quero ir, eu quero provar, eu quero experimentar, eu quero conhecer" -, e 70% dos turistas são motivados a conhecerem determinados restaurantes, bares, justamente por conta dessa necessidade de a gente ver e conhecer. Acho que o Michelin, lá em 1900, era um visionário, viu?

Sessenta e nove por cento dos turistas trazem produtos alimentícios como presentes de viagem. Então, também a gastronomia, os quitutes, tudo isso vem na bagagem. Então, não só o experimentar, mas também o compartilhar.

Oito por cento do total de negócios que foram iniciados no Brasil, em 2018, eram relacionados à alimentação fora do lar. Quatro milhões e trezentos mil estabelecimentos rurais de agricultores familiares movimentaram cerca de US\$52 milhões. Então, é um importante segmento.

É importante destacar que nós temos uma rede de cidades criativas já reconhecidas pela Unesco como patrimônio e, dessas dez cidades criativas, quatro estão ligadas à gastronomia. Nós temos Paraty, no Rio de Janeiro, que recentemente recebeu o título por conta daqueles peixes maravilhosos; nós temos Belém, do Pará, com a sua culinária amazônica; Florianópolis, em Santa Catarina, por conta, sobretudo, dos mariscos; e Belo Horizonte, por conta da comida de boteco, que se proliferou, virou um patrimônio. E a gente tem patrimônios imateriais também associados à gastronomia, reconhecidos mundialmente: o modo artesanal de fazer queijo de Minas nas regiões do Serro, da Serra da Canastra e do Salitre, em Minas.

Está chegando coisa interessante aqui. Muito bem.

Para os telespectadores, está chegando aqui empadinha de carne de sol com purê de banana da terra, empadinha de chambaril, um suco de cajá-manga e um de mangaba. Eu vou frequentar mais o Senado! (*Risos.*)

Esta Comissão é uma comissão especial. Vou vir mais. Estou me convidando para vir mais, Senadora. Brincadeira. Voltando aqui.

A gente também tem o Ofício das Baianas do Acarajé da Bahia, também um patrimônio imaterial associado à gastronomia, o Ofício das Paneleiras de Goiabeiras em Vitória, no Espírito Santo, a produção tradicional da Cajuína no Piauí e a tradição das doceiras lá de Pelotas, no Rio Grande do Sul.

Mas vamos lá ao que nós estamos fazendo.

Pois bem, diante de todo esse cenário, de todas essas riquezas imateriais reconhecidas ou em reconhecimento, o Ministério do Turismo tem trabalhado, e um dos nossos projetos, um dos nossos carros-chefes nesta gestão chama-se Experiências do Brasil Rural. O projeto tem, entre seus objetivos, qualificar, incentivar e capacitar empresários, empreendedores e produtores rurais para criação e aprimoramento dos roteiros de experiência.

Recentemente, a gente fez um chamamento público e nós conseguimos selecionar oito rotas estruturadas ou necessitando de que nelas a gente trabalhe, e a gente as qualificou. E, na Amazônia, Senadora, a gente teve a Rota da Amazônia Atlântica, que é do Pará, que trata, sobretudo, de frutos da Amazônia, e a gente teve também, em Santa Catarina, Caminhos do Campo; Rota do Queijo *Terroir* Vertentes, em Minas; a Rota Farroupilha, do vinho, no Rio Grande do Sul; agroturismo, no Espírito Santo; a questão de frutos da Amazônia e queijo, na Bahia, na área do litoral; Rota Gourmet das Terras Altas da Mantiqueira, em Minas; e Ferradura dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul.

Nós temos alguns instrumentos de trabalho, um acordo de cooperação técnica com a Secretaria de Agricultura Familiar do Ministério da Agricultura, que a gente tem desenvolvido e vamos trabalhar com feiras em conjunto. A gente fez um acordo e a Embratur, o Ministério do Turismo e o Ministério da Agricultura vão compartilhar e participar de feiras em conjunto. A gente vai estreitar agora esse modelo na primeira feira que vai acontecer, no início de outubro, a Agrinordeste, em Recife. Acho que é a maior feira *indoor* de agricultura do País. Nós vamos ter esse misto de colaboração com a agricultura, interligados num ambiente. Levar o turismo, o turismo rural, as experiências do turismo para a agricultura, para mostrar, dentro de um ambiente agropecuário, vamos assim dizer, *stricto sensu*.

Bom, a gente está trabalhando, elaborando, fomentando e estruturando o nosso programa gastronômico do País. Nós não temos uma política estruturada. A gente tinha ações descoordenadas, a gente contratou, fez um acordo com a Unesco, por meio de um Pnud, contratamos uma consultoria, que está em pleno trabalho, e a gente tem como meta entregar até abril do ano que vem uma proposta de política nacional de gastronomia estruturada. Com isso, ela vai mapear os eventos gastronômicos, vai sistematizar as políticas e programas, traçar estratégias e instrumentos, a gente vai mapear os produtos agroalimentares brasileiros. O Atala já fez esse trabalho lá atrás, mas se perde, porque você fica numa ação isolada, sua. Se a gente não trouxer isso para o setor público, não organizar e não colocar num projeto nacional, essas coisas acabam se perdendo. Então, esse é o nosso desafio com esse projeto em que a gente trabalha na cooperação internacional.

Nós estamos trabalhando redes, trilhas de longo curso, que, num primeiro momento, não passam pela gastronomia, mas são baseadas, sobretudo, nisso, porque a gente quer fazer com que as pessoas passem, viagem e vivam experiências de moto, de bicicleta, a pé, por trilhas interessantes. Com isso, as pessoas, ao caminharem ou viajarem, param e têm que se alimentar. Então, a gente tem que incentivar essas localidades para trabalharem isso.

A gente já tem algumas trilhas estruturadas no País. O Caminho das Araucárias, no Paraná, por exemplo, trabalha com a semente, que, certamente, o *Chef* Atala deve saber, a semente da castanha, da araucária, que é um elemento forte na gastronomia. A gente tem uma outra aqui no Planalto Central, que é aqui no percurso que envolve a cidade de Goiás até a Chapada dos Veadeiros, em que a gente passa por todas as nossas delícias do Cerrado, com a castanha de baru à frente. E temos também a trilha Amazônia Atlântica, que se destaca, sobretudo, pela pesca artesanal e catação de caranguejos.

Na questão da economia criativa, nós tratamos, juntamente com a Secretaria Especial de Cultura, que é inserida no nosso ministério, faz parte do conjunto da estrutura... E a estimativa, antes da pandemia, era de movimentar mais de R\$400 bilhões neste setor, e a gente não conseguiu. Mas a gente está trabalhando na elaboração de uma rede brasileira de cidades criativas. A gente quer se valer de uma experiência da Unesco que o Ministro Vinícius certamente conhece. A Unesco estabelece critérios para eleger as cidades criativas por determinados setores. Nós vamos trazer essa experiência e estabelecer uma rede brasileira de cidades criativas, porque custa caro, dá muito trabalho para você ter esse reconhecimento internacional. Então, a gente vai fomentar e criar essa rede para, sobretudo, troca de experiências, incentivos simultâneos nas cidades entre si.

E a gente vai lançar esse projeto ainda este ano, a rede brasileira de cidades criativas. É um estímulo à produção da economia criativa, ao artesanato, ao cinema, à música, ao *design*. E, obviamente, estão envolvidas as ações de gastronomia também, sobretudo as artesanais.

O ministério está atualizando esse catálogo brasileiro de artesanato. Ele já está disponível, mas a gente está trabalhando para melhorá-lo.

Bom, eu fiz um *overview* das ações do ministério. Nós temos ações focadas na Região Norte e, oportunamente, a gente volta a apresentá-las.

Muito obrigado pela oportunidade, Senadora.

É um prazer participar desta rodada de debates.

Muito obrigado.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Muito obrigada, Sr. William França, pelas suas explanações, para nos atualizar com relação ao trabalho do Ministério do Turismo. Isso é da maior importância.

Eu quero agradecer à nossa *Chef* Maria Ruth de Sousa Almeida, que é de um dos Estados mais promissores da Nação, que é o Tocantins, o meu Estado, que, gentilmente, cedeu, voluntariamente, esses petiscos para que nós pudéssemos saboreá-los. Como disse o Secretário William, é empadinha de carne de sol com purê de banana da terra e empadinha de chambari. Vocês vão provar o chambari, daqui a pouco, que é um prato típico do Tocantins. E também, daqui a pouco, o *ceviche* de pirarucu, que é um peixe da Amazônia, assado na palha de banana com leite de coco de babaçu e cajuzinho-do-cerrado, feito com cebola roxa, coentro, cebolinha verde e pimenta dedo-de-moça, e ainda vem um beiju de tapioca.

Ah, está aqui a nossa *chef*. O avental dela já diz tudo.

Peço uma salva de palmas às mãos de fada. (*Palmas.*)

Graças a Deus, você existe! Muito obrigada, minha querida.

E cumprimento os demais *chefs*, na pessoa dela, que vieram do Amazonas, do Amapá, do Pará, de Rondônia, de Roraima, do Acre, que serão apresentados na hora do almoço, na hora de servirmos todas as nossas comidas, que vieram e que foram feitas aqui no Senac. O Senac foi um parceiro fenomenal para receber os nossos *chefs* para que eles pudessem fazer os seus pratos.

Vamos adiante.

Concedo a palavra ao Sr. Augusto Pestana, Presidente da Apex.

Augusto Pestana é graduado em Direito pela Universidade de São Paulo. Ingressou na carreira diplomática, em 1995, no Instituto Rio Branco. Foi Professor Assistente de Linguagem Diplomática - eu gostaria de fazer esse curso de linguagem diplomática. Na Apex Brasil, foi Diretor de Negócios entre maio de 2019 e março de 2021. No Ministério das Relações Exteriores, chefiou a unidade responsável pelas relações do Brasil com a Europa Ocidental, incluindo a União Europeia. No exterior, serviu nas Embaixadas do Brasil na Nova Zelândia, no Japão, na Alemanha e no México.

V. Sa. tem a palavra por 15 minutos.

Obrigada.

O SR. AUGUSTO PESTANA (Para expor.) - MUITÍSSIMO obrigado, Senadora Kátia Abreu. Obrigado pelo convite.

Parabéns pela iniciativa! É, para mim, uma honra, um privilégio estar aqui ao seu lado, estar compartilhando esta Mesa com um ícone da gastronomia mundial, Alex Atala, com colegas, parceiros, queridos amigos, como Vinícius Lages, William França. Temos aqui um público tão distinto. Eu vejo o Moisés, amigos do Sebrae, o Embaixador de Cabo Verde, colegas, queridos amigos do Itamaraty e da Apex.

Então, olha, eu, realmente, me sinto aqui em casa e muito à vontade para falar deste tema, em certa medida aqui, porque eu sou o primeiro, talvez, a fazer uma crítica ao que nós acabamos de comer: está extraordinário! Realmente, essas empadinhas, isso é uma coisa... E, só essa descrição do que virá pela frente, é algo que, realmente, é aquela coisa, é muito animador e que dá orgulho de nós sermos brasileiros, conhecermos essa diversidade.

Eu entro muito também nesta questão da gastronomia, Senadora, mais, talvez, como demonstra o meu físico, mais pelo lado da demanda do que pelo lado da oferta. (*Risos.*)

Mas o fato é que eu, como diplomata, diplomata de carreira, com todo esse histórico, sempre vi essa profissão, de certa forma, como um agente promotor da gastronomia brasileira no mundo. E aí nós sabemos muito bem, como nós diplomatas que somos, profissionais do diálogo, da linguagem diplomática, qual o melhor lugar para fazer isso, uma negociação, para uma conversa, do que a mesa, não é?

Então, a comida é parte importante, a bebida é parte importante desse grande esforço de aproximação, de sedução, de construção de pontes. E isso é algo de que nós todos diplomatas, ao longo da nossa carreira, aqui no Brasil, mas,

sobretudo, no exterior, nos vemos muito como representantes. Independentemente se a pessoa é um jovem secretário ou um embaixador, ele tem essa tarefa de promover o Brasil. Isso é uma coisa que eu sempre cultuei muito na minha carreira nesses diferentes postos.

Sempre tive *chefs* absolutamente fantásticos, engajados. Quando eu vejo aqui o Alex Atala, eu lembro muito da minha experiência no Japão. O Alex esteve duas vezes ali com uma série de ações fantásticas. Eu tive o prazer de filmar Alex Atala fritando pastel e *tempura* ao lado de um dos grandes *chefs* japoneses - era o Narisawa, se não me engano, que estava lá -, algo absolutamente fantástico, enfim, de que a gente sente muito orgulho.

Eu, na Alemanha... A Alemanha é um país em que a bebida nacional é a caipirinha, ou seja, é algo que é... Eu costumava ali receber, então, os amigos, interlocutores do Governo alemão, empresários alemães. Ali jogávamos caipirinha, conseguíamos acesso a várias informações muito boas no processo e, ainda por cima, eu ali procurava também fazer feijoada. Aliás, há uma palavra alemã ótima que é *ersatz*, que é substituto. Quando você não encontra a coisa original, você improvisa, você adapta. Então, eu fazia uma feijoada; eu e a minha mulher, que é diplomata também, fazíamos uma feijoada *ersatz* sensacional! E ficava perfeita, algo fantástico!

E, no Japão, eu falava do Alex, do que ele fez. E a gestão, sobretudo, do Embaixador André Corrêa do Lago foi muito focada nessa ideia do estilo de vida brasileiro, de todas essas manifestações da cultura, da economia criativa, e isso se fazia muito. Eu fico muito orgulhoso em dizer, quando a gente pensa na internacionalização da gastronomia brasileira, Senadora, que, na língua japonesa... Eu fiz questão aqui até de trazer duas palavras da língua japonesa, que estão aqui escritas com aquele silabário, o *katakana*. Aqui está escrito: a primeira, pão de queijo; a segunda, churrasco, ou seja, hoje são palavras dicionarizadas na língua japonesa, pão de queijo e churrasco. E aí não é só questão de estar a palavra, é porque você encontra em Tóquio.

Aliás, outro dia, eu vi um meme fantástico, dizendo que, na vingança dos japoneses, aquilo que a gente faz aqui com o *sushi*, colocando queijos e coisas inomináveis para eles, eles agora se vingam no pão de queijo, porque eu vi um pão de queijo que tinha alga lá dentro, que é até interessante. Esse eu fiquei curioso para provar. Agora, havia um pão de queijo com recheio de *anko*, que é aquela pasta de feijão meio doce, que aí eu confesso que, talvez, seja um gosto adquirido, mas, enfim, é fantástico. Olha que coisa genial: eles incorporando essa nossa riqueza e transformando em algo diferente.

E, sobre o churrasco, eu gostaria de compartilhar aqui essa informação. Eu não sei quão atualizada ela é, mas, quando eu deixei Tóquio, em 2017, 2018, havia nada mais, nada menos, do que 400 churrascrias apenas na região da grande Tóquio - 400 churrascrias rodízio. Infelizmente, não servindo carne bovina brasileira, porque não pode. São dessas contradições. Mas o conceito... E, é claro, a gente servia outras coisas: carne de frango, carne de porco, vinho, cachaça, ou seja, elas acabavam virando centros de divulgação do Brasil, mesmo em países pequenos.

O meu último posto foi na Nova Zelândia. E, na Nova Zelândia, isso sempre... A qualquer lugar que eu vou, eu adoro ir a um supermercado e, quando eu vejo ali um produto brasileiro sendo vendido, é aquela sensação de medalha de ouro. Você está ganhando uma medalha de ouro. Você vê ali algo em que você vê a região, a origem. É algo sensacional! Na Nova Zelândia, havia coxinha para vender, coxinha congelada - e já eram os brasileiros que moravam lá -, goiabada, que, por algum motivo, caiu no gosto local.

Então, a gente sente muito orgulho e promove... Você passa a incorporar, inclusive, isso, no seu dia a dia. As embaixadas e os consulados têm cada vez mais trabalhado dessa forma, ou seja, com a lógica de uma promoção integrada. Então, a gente vai fazer um evento de qualquer natureza. Pode ser um evento cultural, um seminário acadêmico de diplomacia pública e você vai ter um *coffee break*. O que o *coffee break* vai servir? Produtos do Brasil. Em qualquer atividade, uma festa, uma celebração, a ideia é que isso seja utilizado para ativar produtos brasileiros.

E uma coisa muito boa, às vezes, da questão do acesso desse produto... É óbvio que Apex faz um trabalho muito importante, muito relevante em posicionar esses produtos em mercados internacionais, mas há um outro embaixador aí, um outro elemento, um outro tipo de diplomata que nós temos que são os nossos brasileiros no exterior, não é? Eles são absolutamente fantásticos. Eles geram essa demanda. É aquilo que a gente chama, às vezes, dos mercados da saudade. São verdadeiros desbravadores.

Há coisas que, às vezes, a gente acha que não são possíveis. No Japão, que é um país que é muito fechado, é impressionante como certas coisas entram. Aliás, Alex, eu lembro você indo lá, trabalhando ali, com a sua assessoria, o *menu*, o cardápio, aí veio a história da formiga. E a gente fala: "Meu Deus do céu! Os japoneses não vão deixar entrar formiga, mas de jeito nenhum!" Deixaram. Negociamos e colocamos. O Alex Atala serviu a formiga, entre outras coisas absolutamente fantásticas, como tucupi, ou seja, foi memorável! Então, existe esse papel que eu acho que é um papel muito do Itamaraty, do diplomata.

Para mim, é orgulho hoje estar na Apex. De certa forma, a Apex tem um histórico mais recente. O William lembrava muito bem das origens. É algo que vem de 1997, de 2003. E o Itamaraty, desde 1822, promove a gastronomia brasileira no exterior. Eu tenho hoje essa felicidade de estar na Apex Brasil.

E, quando a gente pensa nas missões da Apex Brasil - a promoção de exportações, a atração de investimentos, a internacionalização da empresa brasileira -, esse setor é um setor fundamental, primeiro, porque ele agrega valor às exportações do nosso agronegócio, ele ajuda a diversificar a pauta de exportações do agronegócio, ele favorece o micro, o pequeno e o médio produtor. Isso é muito do DNA, da origem, inclusive, da própria Apex no Sebrae, ou seja, ajudar esse pequeno produtor. E é, Senadora, algo que é fundamental: um indutor de desenvolvimento regional. Então, eu cumprimento, em particular, essa sua iniciativa, por esse ângulo, de mostrar que a ideia é levar a todas as partes do Brasil. E a Apex está totalmente engajada, com compromisso, colocando recursos.

Agora, eu, como diplomata, tenho um outro fator que... E aqui temos números, temos resultados concretos: empregos, renda, exportações. Mas uma coisa, para mim, muito importante, quando a gente pensa na gastronomia, é a promoção da brasilidade, da ideia de Brasil, do que nós somos: únicos, fantásticos, essa mistura inacreditável, essa diversidade de regiões, de ingredientes. Não sei se o William ou o Vinícius falava, ainda por cima, do nosso capital humano, de imigração. Além daqueles grandes três rios que formaram a Nação brasileira, há gente de todas as partes do mundo. Isso é absolutamente fantástico e é uma coisa que eu acredito que é fundamental nesse tipo de trabalho, quando a gente lida com a gastronomia.

Bom, a Apex hoje tem um programa de gastronomia, reconhece, em primeiro lugar, que o Brasil é um País continental. É óbvio, ou seja, quando a gente fala: o que é a cozinha brasileira? São várias cozinhas brasileiras. Nós temos adotado uma abordagem por biomas, que nós consideramos interessante. Ela tem um vínculo muito bom com o turismo. Então, é a ideia de Pampa, Cerrado, Mata Atlântica, Semiárido, Amazônia. Mas eu acredito que existe um espaço muito grande também para abordagens talvez subnacionais dos Estados. Quando a gente pensa, por exemplo, em barreado paranaense, na torta capixaba, em moqueca baiana, em arroz de cuxá, em queijos... Queijos e cachaça são uma coisa fantástica. No caso dos laticínios e da cachaça, aí é o Brasil todo, ou seja, as 27 unidades federativas produzem leite e as 27 unidades federativas produzem cachaça. É algo fantástico você ter realmente no Brasil inteiro. E queijos... Eu mesmo vi, outro dia, uma série de selos lançados pelos Correios, com oito queijos diferentes, e eu fiquei horrorizado de perceber que vários eu não conheço. Então, estou obviamente já interessadíssimo em conseguir, por exemplo, queijo de Marajó - ali há uma foto. É uma coisa sensacional. Há outros queijos mais conhecidos, como queijo de coalho, queijos do sul do Brasil, ou seja, é fundamental que a gente conheça mais esse nosso patrimônio.

E os instrumentos que a Apex utiliza são esses instrumentos clássicos: uma participação muito intensa em feiras, promover *cooking shows*, levar *chefs* brasileiros ao exterior, como essas ações com o próprio Alex ali, com o Itamaraty, na embaixada - houve, à época, uma participação da Apex -, trazer gente, trazer jornalistas especializados, trazer influenciadores.

E agora eu diria que a gente vive um momento, Senadora, que é um pouco esse novo plano, um novo plano bastante ambicioso de promoção da gastronomia, muito buscando esse *benchmarking* de países que são referência, como os espanhóis, franceses, italianos e japoneses, que fazem um trabalho absolutamente fantástico nessa área, e sempre numa coordenação muito estreita com os nossos parceiros: com o Itamaraty, com o Ministério do Turismo, com a Embratur, com o Ministério da Agricultura, com o Sebrae, não só o Sebrae nacional, mas os Sebrae estaduais. E aí aproveitar esse momento da retomada da pandemia.

Eu fico muito feliz em dizer que, sim, nós estamos aproveitando. Já agora, de 23 a 27 de setembro, haverá uma grande feira tradicional na França, que é a Sirha Lyon. Estaremos lá, levando *chefs* brasileiros. Em 1º de outubro, começa a grande exposição universal de Dubai e teremos um restaurante brasileiro servindo especialidades das cinco regiões brasileiras, com *chefs* que irão, em diferentes momentos, com cardápios especiais, ou seja, o pavilhão do Brasil vai ser um grande centro, um grande templo da gastronomia brasileira, conquistando, portanto, o interesse desse nosso público.

Há uma ideia também de acionarmos ainda mais as nossas embaixadas e consulados. A Apex tem consciência disso e pretende, cada vez mais, levar esses nossos produtos, trabalhar muito a dimensão do *branding*, que é algo fundamental, e aproveitar um nicho que eu acho que vem a crescer e é óbvio.

A gente vê, por exemplo, o caso dos peruanos, que é a ideia dos *health superfoods*. E aí a gente tem um caso fantástico, que é o açaí. E isso me remete à Amazônia, de como é importante trabalharmos bem a Amazônia. Eu acredito, Senadora, que nós temos que transformar... Hoje a gente sabe que a Amazônia é um grande ativo do Brasil, um patrimônio absolutamente fantástico. E dá uma dor no coração a gente ver, às vezes, a impressão de que a Amazônia entra como um passivo. É um absurdo! A gente tem que transformar a Amazônia num ativo, com tudo o que ela tem, com gente; tem muita gente lá, que vive lá e que tem uma cultura absolutamente fantástica.

Eu sou suspeito para falar, porque eu sou um fã incondicional de tudo: tucupi... Aliás, ontem, eu recebi o pessoal da ABPA (Associação Brasileira de Proteína Animal), que lida com carne de frango, com carne de porco, e agora vai ter carne de pato também no nosso projeto. Aí já falamos: "Vamos fazer aqui uma ativação com pato no tucupi". E peixes, frutas, sorvetes... Aí eu não vou entrar em marcas aqui, mas eu sou fã incondicional de algumas ali no Pará. É um negócio que é uma obra de arte. O mundo não conhecer esse tipo de sorvete dessas frutas é um pecado, é um verdadeiro crime. E temos que trabalhar juntos.

A Apex está fazendo muito. Há uma série de iniciativas. Fizemos uma rodada de negócios virtual recentemente com ótimos resultados. Quase US\$30 milhões de contratos de exportação de produtos, ingredientes amazônicos, em parceria com o BID, Sebrae, CNI. Vamos participar agora dessa grande feira Agrolab Amazônia, que é um evento do Sebrae. Estaremos lá lançando um estudo de produtos amazônicos. Enfim, estamos pesadamente nisso.

Sabemos que há um dever de casa. Existe ali, da nossa parte, e acho que é muito importante a gente reconhecer que temos que trabalhar mais em inteligência de mercado, em organização das cadeias, qualificar esses produtores para exportação - e aí a Apex tem o Peix Agro, que é muito importante -, valorizar os nossos produtores, trabalhar mais em parcerias.

Portanto, eu venho aqui com esse espírito de dizer que a Apex-Brasil, que é uma agência vinculada ao Ministério das Relações Exteriores, faz parte desse esforço conjunto. E eu tenho certeza de que construiremos muito. Há um potencial enorme a explorar.

Contem conosco! Contem com a Apex-Brasil!

Muitíssimo obrigado.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Muito obrigada, Presidente.

Eu ainda não tinha tido oportunidade de ouvi-lo assim com tanta intensidade. Parabéns! Demonstra ser um craque bastante cheio de empatia. Conquista, com certeza, os nossos turistas internacionais para virem ao Brasil com a sua descrição.

Eu queria cumprimentar o Deputado Federal do Rio de Janeiro José Augusto Nalin, empreendedor e empresário na área de alimentação, que nos honra aqui com a sua presença. Muito obrigada.

Eu pedi ao meu gabinete para resgatar ali rapidamente o Plano Anual do Turismo, que eu apresentei, como Relatora setorial do turismo, em 2019. Eu poderia ter escolhido, como membro da Comissão de Orçamento, áreas mais recheadas de dinheiro, como saúde, educação, infraestrutura, que são muito disputadas, graças a Deus, com a minha amizade e o meu prestígio na Comissão, e eu usei todo o meu prestígio para pegar a relatoria do turismo, a menos disputada, justamente pela pouca importância que tem no Brasil. É incrível isso!

E eu propus, à época, Alex, porque eu sou, modestamente, uma pequena especialista na área agropecuária e tenho a convicção de que o setor agropecuário cresceu como cresceu porque, há mais de três décadas, nós temos um Plano Safra da agricultura. Os agricultores já esperam, ano a ano, quanto terão disponibilizado para custeio, para investimento, quais são as áreas novas, quais são os juros, a carência. Então, é uma espera anual. E isso fez com que o setor impulsionasse.

Eu tenho a convicção de que Deus nos deu três coisas maravilhosas para que a gente ficasse muito rico. Primeiro, a produção de alimentos, o protagonismo na produção de alimentos. Nós somos craques no mundo todo. Deu-nos o turismo, de que nós aproveitamos muito pouco. Até desdenhamos do turismo e da gastronomia brasileira. O terceiro é a questão minério, especialmente petróleo, ouro. Enfim, nós temos um potencial enorme.

E eu, muito entusiasmada, ofereci, então, um plano anual, para que a gente começasse, a partir de 2019/2020, essa empreitada para que a gente não parasse sem que houvesse 30 anos de implementação de um plano safra do turismo, elaborado pela Comissão Mista de Orçamentos do Congresso Nacional. Mas, infelizmente, o Ministro à época talvez não tenha - não é interessado ou não gostado - priorizado. Talvez a sua prioridade tenha sido outra.

Então, eu quero repassar ao Sr. William França esse modelo, que foi apresentado na Comissão, em 2019. Quem sabe possa servir de inspiração para o atual ministro.

A vantagem desse ministro, Alex e nosso Presidente da Apex, Augusto, é que ele tem uma vantagem enorme: ele está, na minha opinião, num dos melhores ministérios do Brasil, que tem mais condições de ajudar o Brasil hoje, até mesmo mais do que o de Agricultura ou se assemelhar ao de Agricultura; e é um ministro que goza da confiança e da amizade do Presidente da República. Eu mandei uma mensagem, agora há pouco, para o ministro dizendo que, se ele desperdiçar essas duas oportunidades, de ter o ministério e de ser muito amigo do Presidente, ele não vai entrar no céu. Certo? Não vai entrar no céu! (*Risos.*)

Eu fui Ministra, gozava da confiança absoluta da Presidente, explorei e esgotei todas as energias e forças da Presidente Dilma para ajudar a agropecuária brasileira e, graças a Deus, tive sucesso. Os melhores planos safras que o Brasil já teve

foi no período da Presidente. Mas sempre levei tudo com muita sinceridade, com muito comedimento, mostrando, de fato, a realidade de que o Brasil precisava. E tivemos muito sucesso para isso.

Quer fazer um aparte, Secretário?

O SR. WILLIAM FRANÇA - Sim.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Vai dizer que vai adotar também o nosso plano? Quem sabe?

O SR. WILLIAM FRANÇA (Para expor.) - Vou ler, primeiro.

Eu recebo, com muito gosto, este documento. Vou fazer chegar às mãos do ministro, mas vou tirar uma cópia também para mim. Eu quero olhar, me debruçar e entender, porque, se a senhora, como o Ministro Vinícius já destacou, é essa empreendedora, vocacionada e pega firme nas ações todas, com certeza, terá muitas contribuições importantes, que podem nos ajudar a nortear as nossas ações lá no ministério.

Recebo, com muito gosto, este documento.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Obrigada, Secretário.

Este está muito grosso, muito grande, porque tem dados fantásticos, e os dados, óbvio, são de 2018, porque o plano foi feito em 2019. Mas são números do turismo, análise do gasto do turista, do estrangeiro no Brasil, do brasileiro no Brasil, enfim, tudo detalhado.

Eu quero passar uma cópia também para Alex Atala.

A parte do recurso mesmo estão em três folhas, objetivamente, falando quanto é que a gente precisaria para custeio e investimento de um plano safra do turismo no Brasil. Recurso, não falta. O que nós precisamos é de uma articulação e de uma perspectiva, para que todos os empreendedores do turismo possam aguardar com ansiedade, como fazem os empreendedores do setor agropecuário.

O SR. WILLIAM FRANÇA (Para expor.) - Um último aparte.

A senhora está levando a discussão justamente ao foco a que a gente está querendo levar.

Na hora em que o País entender que o turismo é economia, que o turismo é geração de emprego, é geração de renda, além de ser essa usina de sonhos, de prazer, de deleites, na hora em que as pessoas e a máquina pública como um todo, porque é muito forte essa engrenagem, entenderem que o turismo é economia e que, sim, tem que ser priorizado, a gente vai mudar esse cenário. Outros países fizeram assim. A gente está trabalhando com essa mesma intenção.

Muito obrigado.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Obrigada, Secretário.

Alex, antes, ainda como Ministra da Agricultura, e o Vinícius, Ministro do Turismo, eu criei a Embrapa Alagoas, que justamente era para cuidar dessa união do turismo com a gastronomia. Era um sonho que nós acalentamos em 2015/2016, mas, infelizmente, foi interrompido. Então, dessa Embrapa em Alagoas, eles mudaram o nome para Alimentos e Territórios. A gente tinha feito um nome mais poético, Sabores e Essências. Mas, enfim, o objetivo dessa Embrapa é esse. Se você quiser uma interlocução com eles, eu estou pronta para fazê-lo.

Bom, vamos adiante.

Concedo a palavra ao *Chef* Alex Atala, que nada mais é do que o verdadeiro embaixador da gastronomia brasileira no mundo. Nós não temos a menor dúvida sobre isso e temos muito orgulho.

Milad Alexandre Mack Atala, eleito *Chef* do Ano pelo *Guia Quatro Rodas* em 2006, tendo sido o seu restaurante, o D.O.M, considerado um dos melhores do mundo e o melhor da América do Sul na lista The World's 50 Best. Familiarizado com a floresta desde pequeno, Alex Atala encontrou na Amazônia sua missão. Em novembro de 2013, Atala e Chang dividiram a capa da *Time* com outro chefe de prestígio, o dinamarquês René Redzepi, do multipremiado Noma. Na chamada da icônica revista, a trinca, o trio levou o título de "Os Deuses da Comida". "Atala é uma espécie de novo e estranho homem da Renascença deste milênio", define Chang, em episódio da Netflix. Alex Atala é um *chef* renomado nacional e internacionalmente, engajado com as causas da sustentabilidade na Amazônia através dos seus saberes amazônicos no contexto da gastronomia regional.

Recomendo também não só o D.O.M, mas o Dalva e Dito. Tem um nome assim que parece sofisticado, mas é porque a gente fala rápido Dalva e Dito, mas é Dalva e Dito. Então, não percam em São Paulo. Eu sou uma cliente assídua desse outro restaurante também do nosso *chef*.

Então, nosso superpremiado Alex Atala com a palavra, pelo tempo que quiser.

O SR. ALEX ATALA (Para expor.) - Obrigado, Kátia. Obrigado, Vinícius. Obrigado, William. Obrigado, Pestana. Prazer em revê-lo e em reencontrá-lo pessoalmente.

Quanto é contente, alegre e enfaitecedor para um cozinheiro estar aqui com vocês. Mas eu preciso falar para vocês uma coisa: eu não vou me permitir falar da minha alegria. A cozinha brasileira não é minha. A cozinha brasileira não é de cozinheiros. A cozinha brasileira não é de *chefs*. A cozinha brasileira é nossa! E ela vai ganhar a sua potencialidade no dia em que nós conjugarmos esse verbo no presente.

Chefs são figuras celebradas. De alguma forma, talvez a voz mais potente da rede do alimento, da cadeia do alimento. Mas *chefs* são cozinheiros, cozinheiros como alguém que me ensinou a usar formiga e comer formiga, como a D. Brazi, lá de São Gabriel da Cachoeira, como uma senhora que, às seis da manhã, monta um carrinho de feira, com os bolos que ela fez na noite anterior e um cafezinho, na Estação Sumaré do metrô, do lado da minha casa, a 50m da minha casa. Somos cozinheiros!

O *chef* sempre teve segredos. Estranhamente, *chefs* não têm mais segredos. Os *chefs* não mudaram. O que mudou foi o mundo, a internet. Antigamente, nós tínhamos segredos, sim, porque era a melhor forma de atrair. A exclusividade de uma receita era a melhor maneira de trazer pessoas. Hoje, não. Hoje nós temos as mídias sociais. E, gratuitamente, a gente consegue publicar uma ideia, uma técnica, um ingrediente, um conceito. Mais gente vê, mais gente vem. As mídias sociais mudam e mudaram profundamente a nossa profissão.

E eu pergunto para vocês: qual é a maior e mais potente rede social? Talvez alguém diga Instagram, Facebook, Twitter. Eu digo "não". O que conecta 7 bilhões do planeta Terra é o alimento. As cadeias do alimento, reconectadas, reestruturadas, reentendidas, revalorizadas, têm, sim, um poder de impacto, num futuro próximo maior do que a própria internet.

Amo viajar. Quem não? Das nossas viagens, a gente vai levando, comprando, comendo. Qual é o *souvenir* de viagem que anda com você para todo o sempre? Um sabor!

Eu queria fazer uma pequena provocação aqui e colocar um eslaide por poucos segundos. (*Pausa.*)

Está bom, pode tirar. Pode tirar o eslaide.

É isso aí! Essa talvez seja a palavra mais conhecida do mundo. O mundo inteiro conhece essa imagem. O mundo inteiro conhece essa marca. O mundo inteiro tem, na sua memória, esse sabor, tem esse *souvenir*. Uma palavra tão conhecida quanto chama Amazônia, o mundo inteiro tem uma imagem. Ninguém conhece o sabor.

Esse é o tamanho do desperdício que o Brasil faz das suas potencialidades, da sua biodiversidade, dos seus povos originários e do nosso turismo, lógico. Nós temos um caminho aberto, nós temos um gol sem goleiro.

A Amazônia não é só um destino sonhado. Ela não é só um tapete verde. Ela é uma fronteira de conhecimento, de cultura. E talvez a cozinha, a gastronomia, a culinária, o ingrediente sejam assim e se revelem assim como o maior elo entre natureza e cultura. É importante pensarmos que, quando nós estruturamos uma cadeia do alimento ou o turismo aliado à cadeia do alimento, também estamos falando de cultura.

Vou fazer um exercício de livre raciocínio. Quero falar de arte. Vamos falar de arte nos últimos 50 anos, do que a gente define, então, como arte moderna. E vamos falar de arte ou pensar em arte nos próximos 50 anos. E vamos pensar nessa arte como arte contemporânea.

Eu usei a arte agora para usar uma régua de medida futura; passado e futuro. E agora eu vou trazer isso para a alimentação humana e, principalmente, para o Brasil. O que aconteceu com a nossa alimentação nos últimos 50 anos? O que aconteceu com os nossos recursos naturais nos últimos 50 anos? Não vou emitir opinião pessoal, mas quero deixar claro o seguinte: o que acontecerá nos próximos 50 anos?

Eu sou um otimista, eu acredito no indivíduo, e acredito que reuniões como esta possam ser transformadoras. Acredito que o fato de sentarmos hoje para discutirmos gastronomia e turismo é, sim, um ponto de reflexão, de valorização da nossa biodiversidade.

Biodiversidade é uma palavra complexa. Biodiversidade falada não tem valor. Biodiversidade provada pode ter valor. Vou usar exemplos. Quantos de nós comeram puxuri, cucuia, jaracatiá? Poucos. Quantos de nós tomaram *cabernet sauvignon*, *pinot noir*, *merlot*? A indústria do vinho, há poucas décadas, era uma indústria de vinho exclusivista, cara, e de poucas diversidades de uva. O vinho, nos últimos anos, ganhou o mundo e resgatou uma diversidade de uvas. Quando nós provamos, nós damos valor. A indústria do vinho resgatou, sim, uma gigante variedade de uvas pelo mundo. Nós precisamos fazer isso com os nossos sabores, com os nossos ingredientes. É possível. É muito possível.

Em 2003, eu escrevo o meu primeiro livro, que se chama *Por uma Gastronomia Brasileira*. E eu conto histórias. Conto histórias, por exemplo, de que a gastronomia brasileira precisa de um índio de casaca, de um homem com a audácia de Villa-Lobos, para ir para a Europa e falar: "Eu não vim aqui aprender, eu vim aqui ensinar". Em 2003, eu escrevo também nesse livro que o meu grande sonho era de que os produtos brasileiros estivessem nas lojas *gourmet*, porque até então eles estavam restritos a mercados secundários ou telefonemas a amigos. Em menos de dez anos, aquilo aconteceu. Em vinte anos, é um fato. É um fato, para ninguém ter dúvida. É um fato. O ingrediente brasileiro está aí, está pelo mundo, e existe uma demanda internacional em conhecer esses sabores da Amazônia. (*Pausa.*)

Desculpem a pausa, mas é só uma organização.

Eu gostaria de que cada um de nós dedicasse o tempo que nós investimos na vida para conhecer outras línguas, para conhecer outros sabores, para conhecer outros hábitos, para conhecer outras culturas e dedicássemos talvez um terço disso ao Brasil. Mais brasileiros conhecem Miami do que conhecem Manaus. E Manaus talvez seja linda, maravilhosa - sou um fã -, mas seja a primeira camada, o primeiro toque de pele de um grande organismo chamado Amazônia. Não existe uma Amazônia, existem muitas amazônias. É importante lembrar que, dentro da Amazônia, nós não temos só floresta. É importante lembrar que proteger a Amazônia não é só proteger o rio, o mar ou a floresta, é proteger o homem que vive dela, e que a gastronomia pode ser uma ferramenta genial de auxílio e uma alavanca socioambiental para os povos originários.

Eu não quero cometer um exagero, nem levantar bandeiras, mas quero testemunhar que grandes figuras deste mundo com quem eu tive a sorte de dividir o palco, ou uma palestra, ou um momento de um jantar, ou até de cozinhar para eles - não vou ficar aqui citando nomes, mas posso, se for o caso -, em algum momento, me pediram para ir... O maior luxo, o maior sonho da vida deles é entrar, é poder passar uns dias, numa comunidade originária, numa tribo indígena... Não sei se é assim que a gente deveria falar.

Alguém já imaginou qual o luxo que é isso? Esse cara pode ficar em qualquer hotel, de qualquer lugar, pagando não importa quanto. O que o dinheiro dele não compra? O que ele ouve desde criança, o que ele abriu nos livros de história, o que permeou a imaginação de um aventureiro. O turismo étnico pode ser, sim, uma ferramenta importante, e pode ser um grande atenuador de discussões.

Gerar valor para o alimento é gerar valor ao homem que o produz. Eu estou à frente de um instituto que se chama Instituto Até. A gente tem alguns trabalhos, inclusive com comunidades tradicionais, originárias, e o nosso propósito nunca foi transformar comunidades originárias em produtores de comida. Vale a pena lembrar que produzir comida a gente sabe. A ideia da gente é de que esse cara, aquele homem, no seu método e na sua maneira tradicional de viver, faça do alimento um implemento de renda, de geração de um arranjo social melhor - desculpem o mau uso -, mas sobretudo de orgulho.

Vou contar uma história de que eu não participei, mas presenciei. No final dos anos 90, a garotada começou a aparecer com *piercing*, furos, brincos. E aquilo gerou uma estranheza em todos nós.

E, numa comunidade chamada Suruí, do povo onça, que espeta espinhos, ou pedaços de ossos no rosto, para parecerem uma onça, para se identificarem, para serem mais fortes, os jovens não queriam mais usar aquilo, já não queriam mais fazer parte daquilo. Eles queriam usar um boné, eles queriam usar bermudas, eles queriam usar um tênis. Um amigo organizou, na época, pelo Orkut - tanto tempo faz -, um encontro entre jovens do *body piercing* e jovens suruís, para mostrar que eles podiam, sim, usar bonés, podiam, sim, usar... Mas não podiam nunca deixar de ser quem eles foram, porque eles inspiram quem os inspira.

A gente fala de um ouroboro. É sensacional imaginar que um dos ícones mais caros da gastronomia sejam as trufas italianas, ou as trufas francesas, que custam caríssimo e que o homem tem que ir à caça, usa um porco ou um cachorro para conseguir. Não é sensacional que, para o mais alto e o mais caro patamar da gastronomia, o homem dependa de um animal e se ajoelhe à terra para retirar?

Se essa trufa fosse brasileira, que valor ela teria? Qual é o orgulho que nós tivemos do caipira, do caboclo, do ribeirinho? Qual é a importância que nós demos às artes, aos artesanatos ou aos artesãos tradicionais? Eu espero que, sim, cozinheiros consigam trazer dignidade para caboclos, ribeirinhos, artesãos. Não existe gastronomia sem um bom ingrediente e não existe um bom ingrediente sem valor, sem um meio ambiente e sem, sobretudo, um homem que seja tão apaixonado por aquele ingrediente quanto o homem que o consome.

A gente precisa criar um círculo virtuoso. Eu fiz um projeto, anos atrás, de arrozes especiais no Vale do Paraíba. Vou contar essa história rapidamente. O Vale do Paraíba, tradicional produtor, uma das mais antigas tradições de rizicultura do Brasil, estava em crise, vinha em crise. O sul do Brasil produz o dobro, por hectare, numa economia de escala, de *commodity*, e o Vale do Paraíba era uma carta fora do baralho. Fizemos um projeto de produzir arrozes especiais. E esse projeto deu tão certo que hoje mais de 60% da rizicultura do Vale do Paraíba é feita para arrozes especiais. Tivemos um

problema, tínhamos um problema sério: quando nós lançamos esses produtos e fomos ao mercado - é importante dizer que, quando eu falo somos, eu não participei de venda de nada disso, mas, sim, de gerar valor -, chegavam cartas, *e-mails* e críticas, às vezes até nas mídias, de por que se tinha que pagar tão caro por um arroz que era produzido aqui do lado? Por que ele era tão caro ou mais caro do que o arroz produzido fora do Brasil? São perguntas que, para um cozinheiro, é muito difícil de responder. Mas, para um cidadão, é fácil.

O que é cidadania? O conceito de cidadania é a atitude de um indivíduo em favor do coletivo. Nós paramos o nosso carro no farol vermelho não para não bater o carro, mas para melhorar o trânsito da nossa cidade. Esse é o primeiro conceito de cidadania. E, se nós conseguirmos empregar esse conceito de cidadania no ato da compra, no ato do cozinhar, no ato de comer e no ato de servir, a gente está gerando uma nova cozinha para os próximos 50 anos. A cozinha do futuro não será diferente. Quando eu usei aquela régua, minutos atrás, falando de 50 anos, de cozinha moderna, cozinha contemporânea, de futuro e passado, de perdas ou de possibilidades, é importante lembrar que 50 anos atrás a gente achava que ia comer pílulas de astronauta. Isso não aconteceu. Nós temos uma possibilidade, sim, em 50 anos, de servir comida deliciosa para quem come e para quem produz. Nós temos, sim, a possibilidade de criar a cozinha do futuro, e a cozinha do futuro não é ensinar as pessoas a cozinhar, é só pedir para que elas comprem, cozinhem, comam e sirvam produtos que estão com a sua ética de acordo com a sua ética pessoal.

É importante entender que o homem é bom, o planeta é bom. Existe uma possibilidade, sim, de servir comida deliciosa, amiga do meio ambiente, amiga de minorias, amiga das maiorias. A comida é um ato de comunhão - já falamos disso. A comida é uma geradora de renda, pode ser de *commodity*, pode ser de luxo, nunca de menor valor, nunca de menor qualidade. Grandes queijos, grandes vinhos, na Europa, não são produzidos por grandes empresas, são produzidos, sim, muitas vezes por chacareiros. Então, fica claro também que, para a gente chegar a esse ponto, vamos tentar ter que passar ou enfrentar uma desburocratização, um incentivo ou, quem sabe, até um subsídio ao pequeno produtor. Como é que eu vou incentivar a produção de alta qualidade - de alta qualidade - para um cara que não foi preparado ou para um mercado que não quer remunerar qualidade?

É importante... Vou voltar um pouquinho atrás e vou tentar amarrar melhor uma ideia que eu deixei talvez aberta. O agronegócio é um gerador importante para a economia do Brasil. E eu não vou questionar isso. Mas a gente vai entender que o produtor de pequena escala não é competitivo. Como eu faço esse cara ser competitivo? Com um mercado que reconheça e remunere qualidade. Nós precisamos, sim, criar, dentro desse mundo agro, uma alavanca de valor, geração de renda e cultura para o pequeno produtor, para a nossa biodiversidade, para que nossas florestas gerem renda, para que, sim, o extrativismo de frutas da Amazônia ou de qualquer outro bioma do Brasil possa gerar renda como o valor que gera a extração de trufas nas regiões produtoras, classicamente sul da França, Périgord e Alba. Mas ela ocorre em outros lugares se elas também existem. Por que não... Não acredito que nós tenhamos trufas, mas eles têm só uma; nós temos biodiversidade. Quantas frutas nós temos, quantas verduras nós temos, quantas ervas nós temos, quantas raízes nós temos, até quantos insetos nós podemos ter? É importante dizer que, quando a gente foi reconhecido e foi capa da *Time Magazine*, uma das coisas de que mais se falou era comer formiga. Aí nós fizemos um trabalho junto com a FAO e chegamos a uma conclusão: a proteína mais barata e mais amiga do meio ambiente pode ser o inseto. Nós fomos ainda um pouco além nesses sonhos e começamos a pensar em por que realmente é difícil comer um inseto. A nossa formação cultural nunca colocou um inseto à mesa. E nós não comemos coisas que são nojentas, dejetos regurgitados, excrementos. Isso não faz parte da gastronomia.

Isso dito, eu queria fazer uma pergunta para vocês: o que é mel? Nada nos parece estranho desde que seja introduzido na primeira infância. Educação alimentar passa a ser um ponto importante. Vou dar um passo à frente. Ainda vou só esbarrar nesse assunto. Vinte, trinta anos atrás, comer *sushi* era estranho. Pensar, no Senado, em um *ceviche* de pirarucu, era inconcebível. É exatamente o que vocês têm na frente hoje: um peixe cru amazônico. A palavra biodiversidade provada ganha outro valor, ganha outra dimensão. A ferramenta comer também é educadora, é conscientizadora, é cidadã.

Eu queria agradecer a cada um de vocês por provarem, por abrirem meia hora da vida de vocês para estarem junto comigo. Obrigado.

Obrigado, Senadora. (*Palmas.*)

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Muito obrigada, Alex Atala, por esses momentos tão preciosos aqui no Senado Federal.

Realmente, uma coisa que me intriga há anos é nós termos conseguido, nos últimos 50 anos, sair do zero e sermos um gigante na produção de alimentos. E por que não saímos desse zero e nos transformamos também numa gastronomia conhecida no mundo inteiro? Por que não fizemos as duas coisas? Por que não conseguimos? Há países muito menores,

do ponto de vista econômico... Um país tropical como o nosso, e a gente não conseguiu alavancar isso. A gastronomia foi crescendo por dentro no Brasil, nas regiões distantes, o turista se interessando por isso... Eu adoro um restaurante regional. Eu me ressinto muito quando chego a um restaurante no meu Tocantins e vejo alguém perguntando: "Qual é o prato típico do Tocantins?" Às vezes, os garçons ficam olhando um para o outro e não têm a cultura de explorar isso, de aperfeiçoar um prato específico para ser chamado de seu. Eu tenho outras alternativas, mas o prato específico é esse, o prato típico é esse. O turista quer ter essa experiência.

E, falando em experiência, o turismo de vivência, que você mencionou agora há pouco, é feito dessas pessoas ricas, endinheiradíssimas, sofisticadas e que querem dormir numa aldeia indígena, querem dormir na casa de uma família quilombola, querem dormir na família, na casa de um pequeno produtor que produz rapadura, que produz garapa, caldo de cana. Então, esse turismo de vivência nós temos que explorar e temos que incentivar, porque é praticamente investimento zero. É apenas reservar uma cama ou uma esteira na tribo indígena para esse cidadão deitar e dormir. Ele quer contar a vida do outro. Isso é uma coisa muito curiosa do ponto de vista psicológico. É eu viver a vida do outro. Eu já vivi tanto, eu tenho tanto, eu tenho tudo, mas agora eu quero viver a vida dos mais simples. Parece uma regressão, mas não é uma regressão. São experiências que eu fui perdendo ao longo da vida de sucesso e que, às vezes, eu quero resgatar, que é a simplicidade, que é a essência de todos nós. E isso é muito bonito no ser humano.

Para que nós possamos encerrar a nossa audiência, eu registro aqui a presença de Eduardo Diogo, Diretor Administrativo e Financeiro do Sebrae.

Muito obrigado pela sua presença.

Mais uma vez, obrigada ao Sebrae por estar colaborando, cooperando para que essas reuniões aconteçam ao longo até do final do ano. No próximo mês, é outra região, o Sudeste; depois, o Nordeste e Sul. Tudo que fizemos e estamos fazendo agora nós faremos também nas outras regiões do Brasil. O importante é que mesmo uma região que possa parecer rica tem uma região pobre, como a Região Sudeste, que tem o maior PIB do País, mas tem o Vale do Jequitinhonha, no norte de Minas Gerais, que também precisa de nós e que tem muita produção da economia criativa.

Então, nós estamos falando de desenvolvimento regional não só da Região Amazônica ou da região nordestina, que são consideradas sempre as mais pobres e são as mais pobres, mas nós temos pobreza no meio de riquezas, transformadas em ilhas de desigualdade.

Eu queria sempre poder contar com o apoio do Sebrae nesta Casa. É um dos mais eficientes do Sistema S que nós temos, Alex. Aliás, todo o Sistema S merece o nosso respeito, a nossa consideração e a nossa proteção, porque há aqueles que, às vezes, querem invadir o que está dando certo e desmanchar o que está dando certo para tirar os recursos desse sistema que funciona com perfeição. Há desacetos? Há, como em todo lugar. Nós temos que aprimorar cada vez mais, sermos parceiros do Sebrae e não diminuímos o Sebrae de tamanho; ao contrário, devemos aumentá-lo.

E, daqui a diante, antes de descer para o nosso restaurante para saborear muito mais coisas do que vocês viram aqui, quero, mais uma vez, agradecer à Rute. Esse ceviche está espetacular, soberbo! Quer dizer, quem vai... Ai, meu Deus! Desculpa. (*Risos.*)

É para mim. Ele está um espetáculo! Tente dizer que não. (*Risos.*)

Não tem nada que me dê mais aflição na vida - e eu adoro assistir ao Moisés - que aqueles campeonatos dos chefes na hora da provação da comida. Eu tenho tanto dó daqueles chefes que, se eu pudesse, eu entrava lá dentro para votar a favor. E eles dão aquela parada... Hum, hum... Você nunca sabe o que ele vai dizer. Coitados!

Bom, qual é o encaminhamento desta semana de audiências e de eventos? Nós estaremos em Santarém ainda no mês de outubro, o Sebrae nacional, a Apex, os superintendentes do Sebrae dessas regiões e eu também - fui convidada; se não tivesse sido, eu me convidaria - porque, de agora em diante, nós vamos traçar... O nosso interesse é fazer um grande estudo, profundo, profissionalíssimo das rotas turísticas da Amazônia. Nós queremos começar lá da Europa, pensando nesse que você acabou de dizer, que tem condições de se hospedar em tudo quanto é canto, mas ele quer a simplicidade, ele quer a rusticidade, ele quer comer bem, ele quer dormir bem, ele quer ser bem tratado e ele quer facilidade para chegar. Então, nós queremos organizar várias rotas. Como você disse, são várias amazônias dentro de uma única Amazônia, com muita diversidade cultural. E nós queremos, então, construir essa rota vinda da Europa - é claro que queremos outros lugares, mas precisamos começar de algum lugar - e ofertar várias rotas dentro da Amazônia.

Vocês vão criar, inventar essas rotas? Não. Nós vamos organizá-las - elas já existem - e vamos melhorar a *performance* do que precisa ser melhorado, com linhas de crédito de investimentos, porque nós queremos ir até aos bancos, não só o Banco dos Brics, que o Brasil hoje preside para os grandes empreendimentos, mas o nosso Banco da Amazônia, que é um crédito muito especial para a região. Nós queremos também que esse banco formate um pacote de financiamento para essas rotas,

desde o dono da pousada, da cabana, da tenda, mas que todos possam ter direito e acesso a crédito para se organizarem melhor, cada um dentro da sua realidade, dentro do seu desejo, sem perder essas características maravilhosas.

Mas por que também não pensar num parque como os parques da Disney em Manaus, com a representação de todos os animais e bichos que as crianças podem e gostariam de ver, com todos os sons desses animais? Nós não podemos levá-las até à floresta para assistir e nem queremos levar ao zoológico os animais presos para elas verem. Mas um parque temático, eu fico imaginando o quanto seria bem razoável um grande investimento nesse sentido, e a oportunidade de provar os sabores, de provar o gosto da nossa Amazônia, colocando-a para dentro de cada um de nós, através da comida. Então, esse é o nosso foco. E, com certeza, contaremos com o Sebrae, com a Apex, com o nosso Ministério do Turismo, porque para nós é essencial o Governo Federal participar e ter isso como uma política pública, senão, não vai. O Governo central precisa abraçar todas essas ideias. E nós queremos ter mais turistas do que Uruguai. Nós adoramos o Uruguai, mas eu fico muito envergonhada de o Uruguai ter mais turistas do que o Brasil. É inadmissível! Não porque lá não tenha as suas belezas, mas nós temos tantas e nós somos tão grandes e não conseguimos convencer um turista a vir ao Brasil porque ele fica com medo de uma única capital, por conta dos índices de violência, e talvez não tenha noção de que a Ilha de Marajó é maior do que Portugal, apenas a ilha de Marajó. Então, é essa grandeza que nós queremos levar para o mundo, e a Apex é indispensável para colaborar conosco até lá, nas consultorias internacionais, tanto de comunicação como para colocar de pé junto com as operadoras esse projeto de internacionalização das rotas da Amazônia. Então, será uma Amazônia com dez rotas ou com doze rotas. Enfim, as rotas que assim existirem.

E precisaremos muito da sua embaixada, de você, como embaixador. Uma postagem de uma rota, de uma comida, de um prato nas redes sociais do Alex Atala, olha, gente, não haverá comida suficiente para o mundo. É verdade! Eu tenho certeza disso. E queremos contar, sim, com o seu prestígio, prestígio que foi construído com muita dificuldade, com trabalho árduo. Você é um vencedor! Que Deus possa te abençoar sempre e que você possa dividir com esse Brasil do interior, de que você gosta tanto, com essa grande Amazônia, esse prestígio conquistado. Nós queremos contar com isso. E, mais uma vez, muitíssimo obrigada por estar aqui no Senado Federal, no Senado da República. Não é só a gastronomia que é nossa, o Senado Federal também é nosso. Muito obrigada a todos.

E convido a todos para nos dirigirmos ao restaurante do Senado.

Há aqui, Alex, muita gente participando. Normalmente, na maioria das vezes, mais de 10 mil pessoas acompanham esta Comissão de Relações Exteriores e Defesa Nacional. É uma das comissões mais importantes aqui do Senado Federal, junto com a Comissão de Constituição e Justiça e a Comissão de Assuntos Econômicos.

Eu vou ler todas as perguntas e vou lhe dar alguns minutos para que nós possamos encerrar.

Lucas Viriato, do Rio de Janeiro: "Como promover a distribuição dos pratos regionais dentro do próprio Brasil, levando em conta nossa cadeia de frios e os pratos quentes?"

Geovane Rocha, de Mato Grosso do Sul: "Haverá mais investimentos na infraestrutura hoteleira..."

Bom, esse aqui eu mesmo respondo depois.

"Como a economia criativa pode auxiliar as finanças municipais?" No caso, a gastronomia, para você.

O Geovane comenta muito sobre os investimentos de infraestrutura, hotelaria, transporte público, malha viária, porque, no nosso projeto das rotas da Amazônia, nós queremos também levantar todos os aeroportos que precisam ser transformados em aeroportos internacionais para abrigar essas rotas e dar mais comodidade ao turista.

"Como a economia criativa pode auxiliar as finanças municipais?"

A Ana Paula Ferreira, de Minas Gerais, acha que esse assunto que estamos fazendo aqui hoje é da maior importância para o Brasil.

O José Evangelista diz que conhece vários países e nenhum tem tanta fartura e variedades da culinária, que deve ser divulgada.

Katharine Fortunato, de Minas: "Conhecer as comidas típicas é um excelente modo de conhecer a cultura nacional."

Concordo com você.

Gabriela, de Goiás: "A culinária brasileira é brilhante! Investir nisso poderá trazer desenvolvimento para regiões que não são tradicionalmente turísticas."

Amanda, do Rio de Janeiro: "Conhecer as comidas típicas regionais é um excelente modo de conhecer também a cultura nacional." Geova Chagas, de Minas: "[...] Fantástica essa iniciativa [do Senado Federal]." O José Evangelista também diz conhecer o mundo todo e se ressentir de não ver a culinária brasileira tão divulgada como deve.

Neste momento, na nossa sala virtual do e-Cidadania, nós temos 950 assistindo à nossa audiência.

Então, são perguntas, comentários...

E você fique à vontade para se dirigir a essas pessoas que estão nos dando o prestígio das suas presenças.

Por favor, Alex Atala.

O SR. ALEX ATALA (Para expor.) - Obrigado, Kátia.

É muito difícil para um cozinheiro responder problemas de uma nação, mas eu vou arriscar. Dentro do instituto que eu presido, o Instituto Atá, nós temos o nosso mantra, temos a nossa crença, temos o nosso manifesto, que prega uma coisa bastante simples: que é necessária a revisão do homem com o alimento, que é importante aproximar o saber do comer, o comer do cozinhar, o cozinhar do produzir, e o produzir da natureza, agir em toda a cadeia, gerar valor para garantir para as próximas gerações comida boa para quem produz, para quem consome e para o meio ambiente.

Eu agradeço a todos, muito feliz e honrado de estar, como pessoa, representando, espero, a ansiedade de uma geração, que é a de ver os nossos sabores crescendo e ganhando o valor que merecem e que precisam.

Obrigado a todos. (*Palmas.*)

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Obrigada, Alex.

O Vinícius Lages pede um minuto para conclusão e consideração final.

Por favor, Vinícius.

O SR. VINÍCIUS LAGES (Para expor.) - Obrigado, Senadora.

Quero agradecer esta oportunidade aqui, em meu nome e em nome do Sebrae, aproveitando a presença do nosso Diretor Eduardo Diogo e do nosso Presidente da Abase, Cláudio Mendonça, e a sua permanente defesa do Sebrae, Senadora.

Ontem mesmo, este Senado, mais uma vez, atento e alerta, abortou a iniciativa que poderia nos afetar. Isso nos deixa muito contentes.

Sim, comer é um ato biológico, é um ato cultural, é um ato econômico, social e turístico, mas é, sobretudo, um ato político. E o Alex colocou bem a questão das escolhas, as escolhas que nós fazemos, como produzimos, como transformamos, quem deixamos de fora. Portanto, é um ato político, sim. Nós somos, como a senhora colocou, uma potência do agro e podemos ser uma potência cultural, uma potência gastronômica e turística. A economia da experiência, a economia do sensível, do simbólico, a economia criativa pode nos ajudar a criar essas vivências, essas experiências, o raro, o luxo do encontro inusitado no Vale do Jequitinhonha, no meio da Amazônia. E, sim, o Brasil tem tantas experiências - entre elas, eu diria, se você estiver fazendo uma lista das coisas para comer antes de morrer, Senadora, e honrando o querido Estado do Tocantins, não perca a paçoca de Natividade.

Obrigado. Parabéns!

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Eu gostaria de convidar os nossos palestrantes para virem até aqui para entregar uma lembrança para o nosso chefe Alex Atala. Não é por acaso que nós escolhemos um presente do Tocantins, que é o capim dourado lá do nosso Jalapão. Faça questão de presentear-lo.

Chamo o Diogo para vir até aqui conosco e o Cláudio, da Abase. (*Pausa.*)

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Agradeço, mais uma vez, a participação das Sras. Senadoras e Srs. Senadores, das autoridades aqui presentes e, especialmente, dos nossos convidados.

Agradecendo a todos pela presença, eu declaro encerrada a presente reunião.

(Iniciada às 10 horas e 31 minutos, a reunião é encerrada às 12 horas e 22 minutos.)