



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

REUNIÃO

30/09/2021 - 15ª - Comissão de Relações Exteriores e Defesa Nacional

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO. Fala da Presidência.) - Declaro aberta a 15ª 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 da Economia Criativa, da Gastronomia e do Turismo como Indutores do Desenvolvimento Regional".

Nós sabemos que a gastronomia e o turismo estão incluídos na economia criativa, mas eu gosto de destacar que nós estamos tratando de economia criativa, que é um leque muito grande de opções.

Destaco a importância deste evento, focado na gastronomia, no turismo e no artesanato, pois nós temos lá fora também, durante toda a semana, de cada Região, produtos que os artesãos enviam através do Sebrae, e ficam todos aqui na mostra.

Compõe comigo a Mesa a Sra. Kátia Barbosa, uma grande *chef* de cozinha do nosso País, um orgulho para nós mulheres, mesmo para aquelas que não sabem cozinhar, como eu. Mesmo assim a gente fica orgulhosa, acompanhando, admirando o trabalho dela. Parabéns! Gosto demais de assistir a você e de seguir.

Sr. Leônidas Oliveira, Secretário de Cultura e Turismo do Estado de Minas Gerais, muito prazer. Parabéns pelo seu trabalho! Eu sou metade mineira, metade goiana e, na terça parte, sou tocantinense. A minha família toda é das Minas Gerais, eu nasci na cidade de Goiânia, mas sou Senadora pelo Tocantins, com muito orgulho e muita alegria, que é o irmão mais novo de Goiás, que foi dividido na época de 1988.

Sr. João Flávio Veloso Silva, Chefe-Geral da Embrapa Alimentos e Territórios, que, quando foi criada, na verdade, chamava-se Aromas e Sabores - quando eu a criei, como Ministra, justamente para enriquecer e valorizar a gastronomia nacional. Mas a Embrapa, como tudo que faz é bem feito, achou por bem mudar o nome. É um pouco sem charme, mas a gente aceita - Alimentos e Territórios. Agora, Aromas e Sabores... Reflita, Presidente. (*Risos.*)

Está fazendo um trabalho espetacular. Depois nós vamos falar por que criamos e como criamos essa Embrapa em 2015. Eu era Ministra da Agricultura.

Sr. André Luiz Lira Reis, Gerente de Gabinete da Diretoria de Marketing, Inteligência e Comunicação da Embratur.

Sr. Carlos Alberto Pereira Júnior, consultor e pesquisador em História Cultural.

Muito obrigada pela presença de todos.

O Sr. Roberto Nedelciu, Presidente da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa), está conosco remotamente.

Interatividade. 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, que está escrito aqui abaixo na TV, 0800-0612211. Este canal é muito seguido pelos brasileiros, especialmente a Comissão de Relações Exteriores, que tem todos os embaixadores e diplomatas no Brasil, no exterior, que são mais de 800, e também os diplomatas estrangeiros residentes no Brasil nos acompanhando. Toda quinta-feira nós temos esse prazer e essa alegria, às 10h, na CRE.

Cumprimento a Embaixadora Cláudia Buzzi, que representa o Itamaraty aqui no Senado Federal, e a Embaixadora Eliana, que está conosco nos assessorando na Comissão de Relações Exteriores.

A presente audiência pública, que tratará da gastronomia como uma vertente fundamental da internacionalização da economia criativa, integra o ciclo de sessões destinadas a apresentar a riqueza da criatividade das cinco Regiões brasileiras, com vistas a explorar seu enorme potencial de projeção para além de nossas fronteiras. Nesta semana, tratamos especificamente da Região Sudeste; o mês passado foi a Região Norte, a Amazônia; e, no próximo mês, a Região Nordeste. Nesta semana, trataremos especificamente da Região Sudeste, a mais populosa e rica do País, depois de termos inaugurado o ciclo com apresentações sobre a Região Norte.

Para contextualizar essa iniciativa, é importante recordar que ela se insere em um dos eixos estruturantes do programa de trabalho desta Comissão, aprovado para 2020/2021, dedicado ao tema: "A Política Externa como Indutora da Redução das Desigualdades Regionais", pois as pessoas pensam que relações exteriores é um tema para pessoas ricas, para países ricos, para empresas ricas, e nós temos que transformar todas as políticas públicas do País com um olhar para a desigualdade, para o desenvolvimento, para que o nosso País possa ser um país mais inteiro e mais próspero de forma igual.

Nosso pressuposto é de que a internacionalização de setores da economia criativa proporcionará melhor aproveitamento das potencialidades regionais, sobretudo em áreas carentes, e contribuirá para a promoção de seu desenvolvimento sustentável - o Brasil ainda se caracteriza por marcante desequilíbrio regional; a própria Região Sudeste, que tem a economia mais robusta e diversificada do País, também apresenta sub-regiões com indicadores sociais deprimidos, tais como: o Vale do Ribeira, em São Paulo; o Vale do Jequitinhonha, nas Minas Gerais; o norte do Espírito Santo; e a região norte e noroeste do Rio de Janeiro; são áreas completamente diferentes da realidade do restante do Estado - e deve impulsionar as modalidades de economia criativa para que gerem emprego e renda para as suas populações e promovam a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. Quanto maior a diversidade e a pluralidade dos produtos gerados, maior sua importância econômica e relevância cultural.

De acordo com a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento, o poder econômico e cultural da culinária nacional pode ser utilizado pelos países em desenvolvimento para impulsionar crescimento, criação de emprego e desenvolvimento. A economia gastronômica está surgindo como subsetor-chave da economia criativa e do turismo, sendo que a interação entre gastronomia e criatividade pode estimular a inovação local e, em última análise, promover o crescimento econômico e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU.

Ao ensinar o crescimento do turismo doméstico e internacional, a gastronomia transforma produtos alimentícios nacionais em bens de exportação e promove cidades como destinos turísticos. A gastronomia constitui efetivamente uma das manifestações culturais mais expressivas e um polo de atração de fluxos turísticos, além de contribuir para a valorização e o convívio entre culturas, costumes, hábitos distintos. Assim, a produção de alimentos, a culinária típica e as formas de preparo possibilitam o desenvolvimento de rotas gastronômicas que têm como objetivo promover também as potencialidades culturais e ambientais das Regiões, além do conhecimento entre diferentes civilizações, colocando em evidência suas inter-relações e influências - nosso Professor deverá abordar isso.

Ao longo de décadas, o Sudeste atraiu, por sua pujança econômica, brasileiros de todos os quadrantes, além de imigrantes estrangeiros de origens diversificadas. Dessa forma, acabou por incorporar e mesclar contribuições de culturas muito díspares, o que se reflete em sua economia criativa, multifacetada e exuberante. A culinária talvez seja a expressão mais evidente dessa pluralidade de influências em que tradição e inovação se combinam.

Alguns estudiosos destacam que a gastronomia está adquirindo um papel relevante nas viagens - principalmente para mim -, passando a ter uma função mais experiencial, em que o viajante busca degustar os pratos da culinária típica local, percorrer rotas, conhecer empreendimentos gastronômicos nos destinos, o que tem se constituído uma experiência turística.

A criação de rotas turísticas e de roteiros integrados pode ser uma ação significativa para o desenvolvimento das Regiões. A promoção do turismo de forma regionalizada potencializa a oferta turística local, proporcionando um produto de maior valor agregado, beneficiando tanto a comunidade local, quanto os turistas ou visitantes. É exatamente isso que pretendemos impulsionar com a valorização de talentos de que é exemplo a minha querida xará, a *Chef* Kátia Maria Barbosa Lopes, com o apoio da Embratur e das operadoras de turismo que hoje nos prestigiam com suas presenças. MUITÍSSIMO obrigada a todos os *chefs* que aqui se encontram, aos assistentes de *chefs*, ao Senac nacional, que tem sido fundamental, ao Sebrae nacional e ao Sebrae dos Estados, que têm cooperado para viabilizar este evento, assim como a nossa Apex.

Concedo a palavra, iniciando os nossos trabalhos, ao Sr. João Flávio Veloso Silva, Chefe-Geral da Embrapa Alimentos e Territórios, ex Aromas e Sabores - sou persistente. (*Risos.*)

João Flávio é pesquisador da Embrapa desde 1994, graduado em Agronomia pela Universidade Federal de Viçosa, mestre em Agronomia pela Universidade Federal de Lavras e doutor em Fitopatologia pela USP, com pós-doutorado na UMR Innovation, na França. Desde 2005, é líder do projeto de biodiesel da Embrapa, atuando nas culturas de soja, girassol, mamona, canola e dendê - dendê não estamos tendo muito, está em falta, e temos que usar na comida, não é, Kátia? Foi Chefe-Geral da Embrapa Agrossilvipastoril por seis anos, uma das mais importantes do País, sendo um dos responsáveis pela criação e implantação dessa unidade no Mato Grosso, envolvendo a infraestrutura de laboratórios e a agenda de pesquisa e transferência de tecnologias da unidade, que eu tive o prazer de conhecer.

Nós estabelecemos um tempo rígido para todos para que não se estenda demais a nossa Comissão, porque, no segundo turno, poderemos ter perguntas remotas do e-Cidadania ou de algum membro aqui presente.

Sr. Flávio Veloso, quando faltarem dois minutos para o seu tempo, a campainha vai soar, e o senhor, por favor, encaminhe para a finalização. Então, com a palavra por 15 minutos.

O SR. JOÃO FLÁVIO VELOSO SILVA - Bom dia a todos.

Muito obrigado, Senadora. Muito obrigado a todos.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - O som está ligado?

O SR. JOÃO FLÁVIO VELOSO SILVA (Para expor.) - Bom dia a todos.

Muitíssimo obrigado, Senadora.

É um grande prazer falar sobre esse tema do turismo, da gastronomia. O turismo realmente é uma indústria extremamente importante no País. O Brasil tem uma participação muito grande do turismo na geração de empregos. Estima-se que 7,6% dos empregos estão associados ao turismo. E a gastronomia é muito importante na associação com o turismo. Estima-se que entre 40% e 50% do que um turista gasta está associado à questão da alimentação.

Eu vou fazer uma fala puxando um pouco para a questão da produção agrícola, porque a Embrapa é mais conhecida pelo trabalho de pesquisa em agricultura e pecuária.

O País é bastante conhecido pela nossa trajetória de desenvolvimento.

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

Eu gostaria de pedir a moderação, por conta de que, com máscara, fica mais difícil ainda de se ouvir.

Eu agradeço a compreensão.

Desculpe.

O SR. JOÃO FLÁVIO VELOSO SILVA - Obrigado.

O Brasil é bastante conhecido, então, pela sua trajetória na produção agrícola. O nosso crescimento na produção de grãos, carnes, enfim, fibras é uma trajetória, um caso de sucesso no mundo. Entretanto, a gente pode e deve avançar muito mais do que isso. O Brasil tem alguns territórios, alguns biomas muito importantes, tem uma biodiversidade alimentar extremamente importante, e o País deve buscar aproveitar muito dessa possibilidade que tem.

Associado a isso, nós temos também um caldeirão cultural na formação do nosso povo. Nós temos os nossos povos originários, e a vinda dos povos do continente africano e também do continente europeu propiciou um caldeirão de sabores e aromas extremamente importantes para o país.

É importante a gente salientar também que essa alta diversidade propicia uma atratividade diferenciada do Brasil. Nós temos uma possibilidade única de desenvolver uma atividade muito pujante e forte associada à gastronomia e ao turismo e, principalmente, de diversificar também, de acessar também regiões que hoje, no Brasil, como a Senadora mencionou, são regiões mais pobres e que muitas vezes não têm uma possibilidade muito boa na agricultura, mas são importantes, têm ativos extremamente interessantes para serem utilizados no desenvolvimento territorial a partir do turismo e da gastronomia.

Eu queria também fazer uma conexão com a questão da pesquisa agrícola. A pesquisa agrícola brasileira foi desenvolvida à base de ciência, ela é movida a ciência. E, nessa temática também da gastronomia, do turismo, nós precisamos também bastante de ciência. Nós precisamos levantar, inventariar todas essas nossas riquezas gastronômicas, culinárias que o País tem. Nós temos uma diversidade enorme nos diferentes biomas, e a Região Sudeste é um retrato disso. Nós temos dos mais diversos territórios na Região Sudeste, com possibilidades muito interessantes em termos de alimentos.

E para abordar esse tipo de tema de pesquisa associada à questão da gastronomia e turismo, nós precisamos desenvolver uma atividade extremamente multidisciplinar. Para esse tipo de abordagem, não mais serão necessários somente os

agrônomos, enfim, os profissionais que estão associados diretamente às ciências agrárias, mas também, e muito importante, os antropólogos, sociólogos, geólogos, as Humanidades, porque é a partir desse contato que a gente pode avançar nisso. A ciência sozinha não cozinha. Então, nós precisamos - é muito importante a gente estar aqui com a presença dos cozinheiros - dos *chefs* de cozinha do Brasil, porque é muito importante essa interação da ciência com os cozinheiros. Nós precisamos desenvolver muito os temperos brasileiros, os produtos brasileiros, as formas de apresentação, de cocção. Enfim, nós temos uma diversidade única neste País, culturas extremamente diversas, e essa interação da ciência nessa multidisciplinaridade, associada aos cozinheiros, realmente vai proporcionar um avanço muito grande. O País precisa muito dessa associação para que a gente possa avançar.

Uma outra questão, Senadora, sobre a qual eu gostaria de falar também é a importância de política pública para a gente desenvolver esse tipo de abordagem. A Embrapa é uma instituição que veio de políticas públicas, nós fomos construídos por políticas públicas, e é fundamental que a gente tenha políticas públicas que possam amparar, que possam apoiar o desenvolvimento do turismo, da gastronomia e fazer essa conexão, esse nexo fundamental entre gastronomia, turismo, cultura, biodiversidade, porque a gente sabe que o alimento não é só uma satisfação de necessidades fisiológicas, mas, antes de mais nada, é uma questão associada à cultura, à identidade, enfim, e nós precisamos muito fazer essa conexão. E a questão de trabalhar em cima de políticas públicas, promovendo esse tipo de associação, é muito importante. Esse setor, Senadora, da gastronomia, do turismo foi profundamente impactado com a questão da covid. A gente estima aí que o impacto mundial ficou entre US\$900 bilhões a US\$1,3 trilhão. Esse setor precisa muito de políticas públicas para se reerguer e para que a gente possa realmente colocar o Brasil no mapa dos destinos; não só dos destinos de viagens mais massificados, mas, especialmente, os destinos associados a turismo de experiência. O País tem possibilidades muitíssimo interessantes para que a gente possa trabalhar.

Então, eu vou encerrando por aqui e estarei disponível para falar um pouquinho da Embrapa Alimentos e Territórios, que é um centro de pesquisa novo. Os estudos começaram em 2015, quando a senhora era Ministra da Agricultura, e a gente agradece muito o apoio que a Embrapa teve e tem do Senado e da senhora. Naquela época, a ideia era a gente realmente estudar e avaliar as possibilidades desse tipo de abordagem na criação de um centro de pesquisa que pudesse se dedicar a isso. E, de fato, a Embrapa, que começou com o nome Aromas e Sabores, depois sofreu essa modificação, mas o importante é que nós seguimos firmes - nós estamos montando o nosso time - com o grande propósito realmente de gerar informações, gerar tecnologias para que a gente possa valorizar os alimentos brasileiros.

E, muito importante, como foi para várias outras tarefas a que a Embrapa se dedicou, para essa tarefa também, e especialmente nesse caso, nós vamos precisar de muita parceria, nós vamos precisar de muito apoio, porque, como eu disse, é um tema extremamente amplo, é um impacto social enorme a questão do alimento, e a gente vai precisar fazer essa conexão com os vários saberes que nós temos.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Presidente, como o senhor ainda tem tempo, fale sobre a parceria com o BID nas regiões do Nordeste, que acho que é muito interessante.

O SR. JOÃO FLÁVIO VELOSO SILVA - Exatamente. Então, como a Senadora solicitou, nós temos aí e estamos construindo os primeiros projetos da Embrapa Alimentos e Territórios, que está localizada em Maceió, Alagoas, no Nordeste, onde esse tema do turismo e da gastronomia é crescente, e é um centro nacional de pesquisa. Nós estamos trabalhando com os primeiros projetos.

O primeiro projeto que nós temos é junto com o Sebrae e o segundo projeto em que nós estamos trabalhando agora é um projeto que nós temos associado, em parceria com o BID. Nesse projeto nós vamos nos dedicar a estudar alguns roteiros gastronômicos, fazer alguns estudos sobre alguns roteiros gastronômicos associados a cinco temas extremamente importantes para o Nordeste, que são: o tema dos produtos lácteos, queijos, enfim, dos derivados; nisso aí nós temos possibilidades muitíssimo interessantes no Nordeste.

Temos também o tema da maricultura, especialmente associado a alguns produtos que lá são conhecidos, como o sururu, o massunim, enfim, os produtos do mar. O País não explora essa possibilidade enorme que nós temos dos ativos dos produtos associados à maricultura.

Nós temos também, estamos estudando também, o tema das cachaças. O Brasil também está se solidificando com cachaças de excelente qualidade. Eu sou mineiro também, sou da região norte de Minas, uma região conhecida por boas cachaças, mas hoje em dia nós temos boas cachaças no País inteiro. Então, a cadeia é extremamente importante.

O outro é o do mel e da própolis. Nós temos uma possibilidade muito interessante com produtos apícolas, vindo de *apis*. Com as abelhas nativas brasileiras também há possibilidade muitíssimo interessantes que a gente deve abordar.

Então, são temas que nós estamos estudando e com os quais nós queremos fazer uma conexão com essa grande indústria que é muito importante no Nordeste, que são o turismo e, especialmente, a gastronomia. Quando o turista viaja, especialmente para essas regiões, o turista quer comer produtos do território; literalmente, as pessoas viajam e querem comer produtos do território, e isso aí é muito importante. Nós precisamos utilizar e aproveitar essa grande possibilidade para desenvolver produtos identitários brasileiros; valorizar a marca Brasil nos alimentos é uma questão importante. Por quê? Porque é um setor que é extremamente diverso, é um setor que permite uma diversificação de qualidade de empregos muito interessantes.

Então, Senadora, eu encerro aqui a minha fala e também estarei disponível para falar um pouco mais da Embrapa Alimentos e Territórios.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - O senhor tem mais três minutos. Conte para todos aqui, como me contou, quantos por cento da população estão concentrados em cinco produtos apenas na alimentação? Eu fiquei chocada.

O SR. JOÃO FLÁVIO VELOSO SILVA - Isso aí é um dado mundial. Os alimentos mais utilizados no mundo são basicamente cinco produtos: o milho, o trigo, a batata, o milho e a cevada; grande parte dos alimentos no mundo ficaram restritos, a base principal são esses alimentos, mas nós sabemos da riqueza que o mundo possui com relação a alimento e da que o Brasil possui. Na verdade, do ponto de vista de diversidade alimentar, especialmente o público urbano conhece muito pouco dos nossos alimentos, das frutas brasileiras. Quando a gente lê os relatos dos primeiros viajantes brasileiros - os primeiros viajantes pelo Brasil eram basicamente estrangeiros -, os relatos iniciais do contato com esses alimentos são de uma riqueza exuberante. O Brasil possuía, utilizava uma diversidade enorme. Mesmo alguns alimentos que hoje são bem solidificados, como é o caso da mandioca, a diversidade que nós tínhamos de produtos, por exemplo, à base de mandioca era uma coisa fabulosa. E com essa questão da vinda, então, desses novos povos que vieram ajudar a construir o que hoje é o Brasil, novos alimentos foram desenvolvidos a partir disso.

Então, pessoal, estou à disposição para a gente conversar e sou extremamente entusiasmado com essa temática, porque realmente é uma temática que vai ajudar a construir uma identidade importante para o nosso Brasil.

Muito obrigado.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Cientista tem um problema: eles falam pouco, não gostam de falar; temos que ir puxando a língua, porque o negócio deles é pesquisar.

Muito obrigada, Professor.

Eu gostaria de dizer que esse *mix* de queijos mineiros é premiadíssimo. Em toda reunião da CRE nós temos uma pequena degustação aqui. Um exemplo foi uma audiência pública sobre o Líbano, e a Embaixadora também ofereceu para o nosso coquetelzinho da manhã todos os produtos à base de comida árabe. Então, isso tudo já é para ir chamando a atenção. Nesta Comissão não tem uma reunião... Pode falar de qualquer crise, mas uma comidinha do lado tem. A comida aquece o coração, anima as pessoas, une e traz a paz.

Quero registrar a presença muito importante de Nelsinho Trad. É um dos Senadores, do Mato Grosso do Sul, que mais prestigiam esta Comissão. Ele foi Presidente aqui antes de mim, fez um trabalho espetacular e hoje está no Parlamaz, ele é Presidente do Parlamento da Amazônia, e vamos aí seguir viajando juntos, não é, Nelsinho? Muito obrigada pelo prestígio da sua presença.

E esses queijos premiados, harmonizados com jabuticaba e laranja, com molho de pimenta defumada, suco de hibisco com jabuticaba... Hibisco emagrece, não é? (*Risos.*)

Passo um minutinho a palavra, por um minuto, para o *Chef* Edson Puiati, de Minas Gerais, que nos oferece esse coquetel da manhã.

O SR. EDSON PUIATI (Para expor.) - Senadora, obrigado pelo convite, parabéns pela iniciativa! Acho que a nossa economia criativa voltada para a gastronomia -- que também é parte da economia criativa -, é muito importante mesmo, e a gente precisa internacionalizá-la e levar o que a gente tem de melhor.

Aí nós temos algumas amostras de queijos premiados, inclusive no último mundial da França de *fromage*, em que o Brasil ficou em segundo lugar e só perdeu para França, entre os outros países todos... (*Palmas.*)

E, das 57 medalhas que o Brasil trouxe, 40 foram mineiras.

E esses queijos estão representando os nossos produtores mineiros, onde os queijos têm o nome das pessoas, dos produtores. Há dois do Serro, um do Túlio Madureira e outro da Maria Nunes, que é uma mulher também batalhadora que faz um trabalho lindo; temos o Santuário do Mergulhão, que é da Silmara e do Vicente, que é da Canastra; o queijo

do Evair, também superfamoso e que ganhou superouro este ano, é bicampeão, por duas vezes ele ganhou superouro no Mundial do Fromage, também da Canastra; e o Queijo do Coronel - inclusive esse pão de queijo foi feito com o Queijo do Coronel -, de Alagoa, da região da Alagoa; além dos doces da Mazé, que são famosíssimos, também em Minas Gerais; da jabuticaba de Sabará, em que eles aproveitam lá até a semente da jabuticaba. Inclusive, o suco foi feito da própria casca, juntamente com um pouco de hibisco, exatamente para trazer um pouquinho do tanino, que seria do vinho.

Enfim, temos mais coisas gostosas, Senadora, para o almoço, dessa Região Sudeste, tão rica, e não é somente de Minas. Eu sou suspeito para falar porque sou mineiro de carteirinha, então os nossos produtos são fantásticos...

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Com certeza.

O SR. EDSON PUIATI - Mas a gente tem o Rio, tem São Paulo também trazendo coisas bacanas, e o Espírito Santo. Muito obrigado, Senadora e a todos aqui.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Eu é que agradeço, é um prazer conhecê-lo. E fico muito agradecida e honrada por estar apresentando aqui na nossa Comissão o prestígio desses queijos mineiros premiados.

Minas Gerais, aliás, tem alguns passos à frente dos outros Estados no que diz respeito à gastronomia. A gastronomia mineira é conhecida do Oiapoque ao Chuí. Nós precisamos é que ela atravesse o mar e fique conhecida no mundo inteiro como as demais.

Muitíssimo obrigada.

Registro a presença da nossa querida amiga Maria das Graças Reis Costa, que é a Presidente da Confederação dos Artesãos, a Conart-Brasil. Muitíssimo obrigada pela sua colaboração e por estar aqui conosco.

Eu vou passar a palavra para... Eu queria fazer uma mudança, uma pequena mudança aqui, eu quero o Carlos Alberto primeiro para contar um pouco da história para dar depois contextualização.

Carlos Alberto Pereira Júnior, consultor e pesquisador em História Cultural.

Carlos Alberto Pereira Júnior é graduado em História, com especialização em História Cultural, produtor cultural, palestrante, gestor público municipal de cultura dos Municípios de Iguape e Registro, no Vale do Ribeira. Autor e organizador do livro *Iguape: Princesa do Litoral*. Participou do inventário de tombamento de Iguape, reconhecido em 2009 pelo Iphan como patrimônio cultural, histórico e paisagístico do Brasil. Foi Presidente do Conselho Municipal de Defesa do Patrimônio, dirigiu o Museu Histórico e Arqueológico de Iguape e foi cogestor da Casa do Patrimônio do Vale do Ribeira. Fundador e integrante do núcleo Caiçaras da Comissão Paulista de Folclore.

Você tem a palavra por 15 minutos.

Muito obrigada.

O SR. CARLOS ALBERTO PEREIRA JUNIOR (Para expor.) - Muito obrigado, Senadora, bom dia.

Na sua pessoa, se me permite, por favor, eu gostaria de agradecer à Casa toda por nos receber e por proporcionar a possibilidade discutirmos algo tão importante.

Eu venho aqui... Sabe, Senadora, obviamente que há aí todos os títulos de professor, historiador, mas eu venho aqui como um valente, como um morador do Vale do Ribeira - como a gente é conhecido agora: valentes! -, para falar um pouquinho de um recorte que eu acho que é muito possível a gente projetar para todo o País nas suas mais diversas cores, nos seus mais diversos cheiros, nas suas nuances, que é justamente como... É importante a gente tratar como as pessoas nos veem, mas é importante também a gente perceber a necessidade de a gente estar atento a como nós nos vemos. E o Vale do Ribeira é uma prova disso, sabe, Senadora?

Nós temos uma história muito bonita, passando por dois ciclos econômicos importantíssimos no Vale do Ribeira: o ciclo do ouro e, depois, o ciclo do arroz. E por uma intervenção no Rio Ribeira, de Iguape, que é o rio mais caudaloso daquela região, talvez o único rio do Estado de São Paulo que deságue no mar - houve uma intervenção no início da segunda metade do século XIX que acabou ocasionando o isolamento geográfico daquela região; o Vale do Ribeira ficou de 1850 até 1960, quando a BR-116 foi inaugurada em 1959, passando pela região -, nesses cem anos a região ficou completamente isolada do resto do Estado, à margem do desenvolvimento de São Paulo e tudo mais. Só que, hoje, ela contempla o nosso País com o maior nível de preservação, a maior faixa contínua de Mata Atlântica do planeta reconhecida pela Unesco, em 1999, como reservas de Mata Atlântica do Sudeste e com um altíssimo grau do nível de preservação do método construtivo arcaico português. O patrimônio histórico de Iguape, Cananéia, Iporanga e tantos Municípios ali da do Vale do Ribeira figuram entre os primeiros Municípios do País, sobretudo daquela região. E passamos por cem anos de isolamento.

Esse nível de preservação hoje figura, Senadora, como vetor de desenvolvimento ligado à sua gastronomia, ao artesanato, à própria natureza exuberante daquela região. Leva-se em consideração tudo isso como vetor de desenvolvimento, mas não se leva em consideração o impacto do isolamento sobre as pessoas que, ao longo dos últimos cem anos, ouviram que é o menor IDH do Estado, que é a região mais pobre do Estado de São Paulo, que você é pobre, pobre. Quer dizer, como é que você pode sonhar o seu futuro, pensar na possibilidade de se utilizar da territorialidade, da sua história, se ela está atrelada, e o tempo inteiro rememorada, a que você é algo negativo?

Então, hoje, pensar em trabalhar a questão da gastronomia, do artesanato e de tantas outras coisas que são importantes vetores de desenvolvimento, sobretudo ligados à economia criativa, mas nós não falamos na educação patrimonial, que é como a gente se percebe, como é que a gente faz, Senadora, para que as pessoas entendam que é especial aquilo que para elas soa como comum, banal, cotidiano? Como é que a gente vai falar para a D. Maria, lá de Iguape, que faz o bagre seco com banana, que é o azul marinho, a comida típica caiçara, como é que a gente vai falar para ela que vale a pena ela abrir um negócio e festejar aquilo que fez parte da sua história, do seu processo cultural, da forma como ela pode se perceber, e aquilo, de fato, se transformar num negócio?

Hoje o nosso grande desafio é esse - sabe, Senadora? -, sobretudo em regiões como o Vale do Ribeira: de alguma forma contribuir para que as pessoas ressignifiquem o seu olhar sobre a sua história. A gente acreditou que era pobre, a gente acreditou que tinha o menor IDH, a gente acreditou que era um elemento ruim, num Estado como São Paulo, para frente, cheio de modernidades e tudo mais. Mas a gente tem lá um Vale do Ribeira com uma cestaria incrível, com uma cerâmica maravilhosa, com entalhes dos mais lindos, as rabecas e as violas que fazem os bailes de fandango na beira da praia, desde Iguape, Cananeia, Ilha Comprida, até Iporanga, Itaóca, que é lá no Alto Ribeira já, entrando nas montanhas, quase se transformando em caipira - passando do caiçara para o caipira quando a farinha de mandioca começa a deixar os pratos e começa a entrar farinha de milho. Mas pensar na possibilidade hoje, Senadora, de discutir isso num âmbito como esse, num nível de importância como esse e a gente perceber que a gente não pode esquecer de trabalhar essas comunidades para que elas se ressignifiquem, entendam o seu valor, em detrimento de tudo que é negativo que se ouviu ao longo do processo, é fundamental para que a economia criativa se estabeleça.

E aí nós temos uma sorte no Vale do Ribeira. O Sebrae contratou uma empresa, chamada Garimpo de Soluções, que desenvolveu ao longo de um período muito especial e de uma forma muito respeitosa, com processos participativos, a população sendo chamada, o primeiro plano de economia criativa regional do País, que se chama Dá Gosto Ser do Ribeira. Ele vem na perspectiva não só de a gente mostrar o que o Vale do Ribeira tem no âmbito da sua diversidade cultural, mas, mais do que isso, de fazer com que o próprio morador do Vale do Ribeira ressignifique a sua história, ressignifique a sua relação com aquilo que ele é e com todo o potencial resultante do processo de isolamento.

O Dá Gosto Ser do Ribeira, Senadora, foi trabalhado em 25 linhas de ações, que passam pelo artesanato, pela gastronomia, pelo turismo - são as três maiores bases do plano -, mas sempre permeando a questão do olhar do morador sobre ele mesmo, a possibilidade de ele se entender participante desse processo, a possibilidade de ele capitanear o processo, inclusive. Porque o investimento vem, uma hora vem, mas e a população local? Qual é o papel que ela assume quando o investimento vem? De que maneira o bagre seco com banana da D. Maria pode fazer com que aquilo de fato surta efeito na economia da sua família, da sua comunidade, e não seja utilizado simplesmente num grande restaurante, que vai contratar a D. Maria para limpar as mesas ao final do processo?

Então, a gente vem aqui hoje, primeiro, parabenizá-la, Senadora, por estar dando oportunidade de discutirmos isso; segundo, falar que o Vale do Ribeira tem esse potencial e, já há algum tempo, talvez uns dois ou três anos, tem trabalhado na perspectiva de construir um olhar diferente sobre ele próprio e conseguir valorizar de fato o que nós somos e o que nós temos de melhor; e terceiro, Senadora, a gente contribuir também com todas as comunidades tradicionais, sejam elas caiçaras, quilombolas, ribeirinhos, como são as comunidades lá da nossa região, que têm a possibilidade de mostrar o que têm de melhor, de transformar isso num produto, num produto vendável e num produto que contribua, de fato, com o seu desenvolvimento; mas também, Senadora, pedir para a senhora, inclusive, contribuir aí dentro da Casa para ações que motivem esse processo, sobretudo nos seus próprios territórios.

Um caiçara que hoje faz uma cestaria de cipó-imbé, cipó-caboclo e tudo mais, se não tiver cuidado, ao tirar o cipó para fazer a cestaria, ele vai ser preso pela polícia ambiental. A gente não tem hoje nem mesmo planos de manejo para a manutenção do artesanato tradicional. O canoeiro que fazia as canoas para entrar no rio não pode mais fazer isso, porque, se ele corta, tem que pagar por isso. Não existe uma lacuna específica para as comunidades tradicionais trabalharem as suas peculiaridades e respeitarem o seu processo histórico. Por mais leis ambientais que tenham vindo - e obviamente a gente reconhece toda a importância delas -, a gente percebe que essas comunidades tradicionais precisam, para a manutenção do processo cultural da nossa história, e a gente garantir que o queijo seja feito da maneira adequada e com toda a carga

cultural que ele pode trazer... Lá na nossa região, o casadinho de manjuba, que vocês vão experimentar daqui a pouquinho, o pudim de banana e todas essas iguarias, elas não foram criadas do nada, elas vêm de um processo cultural estabelecido, intimamente ligado na relação entre o valente, o morador e o espaço que ele habita. Essa conexão tem que se manter viva sempre. Sempre viva para que a gente tenha combustível suficiente para transformar...

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO. *Fora do microfone.*) - O valente, o morador...?

O SR. CARLOS ALBERTO PEREIRA JUNIOR - O valente, o morador, o caiçara, o quilombola, o ribeirinho, aquele que na verdade inspira e é a essência de tudo que a gente pode transformar em vetor de desenvolvimento, sobretudo.

Então, o Plano de Economia Criativa tem trabalhado isso, sabe, Senadora?

Hoje a gente já consegue perceber que aquela pessoa que consegue um dinheirinho para empreender, ela come todos os dias, no café da manhã, o bolo de mandioca que a gente come lá na nossa região, o bolo de roda também, que é muito famoso, o bolinho de goma - tudo isso que está no nosso café -, a tainha assada e recheada que vem para a mesa na hora do almoço, o bagre seco com banana que vai para a mesa do jantar... Eles convivem com isso todos os dias, mas, na hora de empreender, ela vai lá, abre o seu espaço e cria uma pizzaria, justamente porque falaram para ela que a sua realidade é ruim, que a sua realidade está ligada a algo pobre, a algo ultrapassado, a algo que ficou para trás.

Temos de pensar em ressignificar isso, e a D. Maria saber que a carga histórica e cultural que está impressa naquilo que ela faz precisa sobreviver aos tempos, porque, em tempos de globalização, em que está todo mundo ficando igual, vestindo a mesma roupa, comendo a mesma coisa, falando a mesma língua, aquele que tem a sua essência, aquele que consegue preservar a sua essência é que vai ser o destaque, é o que a gente precisa conhecer, é a forma como a gente precisa conhecer o outro e, mais do que isso, é a forma como a gente precisa se reconhecer.

Vir aqui falar do valente, vir aqui falar do Vale do Ribeira, falar do Plano de Economia Criativa do Sebrae, que hoje é aplicado... E é engraçado... O Governo do Estado de São Paulo tem um plano de desenvolvimento para aquela região que já está fazendo dois anos, e o Dá Gosto Ser do Ribeira, que é um Plano de Economia Criativa que nasceu na perspectiva do que as pessoas pensam de si mesmas, está fazendo um ano. Se você pergunta para qualquer pessoa, lá no Vale do Ribeira, "O que você acha para o desenvolvimento daqui? Qual é o plano em que você acredita?", é o Dá Gosto Ser do Ribeira, porque ouviu o que ele tinha a dizer, ouviu o que ele queria falar de si mesmo.

E, mais do que isso, na perspectiva do desenvolvimento, ele se percebe: não é só o asfalto, não são só as grandes obras, não é só isso - definitivamente não é só isso -; é a gente conseguir falar de nós mesmos. E a gente não consegue falar de nós mesmos em nossa essência se não for na mesa, na comida, porque a mesma gastronomia que vem para a mesa para nos alimentar é aquela que tinha todo o seu processo de aparato construído no artesanato tradicional. O artesanato tradicional em essência é utilitário: ele foi criado para colocar água, ele foi criado para colocar os grãos, ele foi criado para socar o milho, para socar o arroz; ele foi criado para a sua utilidade. A gente é que dá um ar decorativo para esse processo, mas a nossa essência está intimamente ligada a isso.

A cultura criativa é uma válvula propulsora desse sentimento do que nós somos, quem nós somos, onde queremos e de que maneira podemos nos estabelecer e nos incluir num processo de inclusão produtiva também. A inclusão produtiva está intimamente ligada à economia criativa.

Então, é um prazer vir falar do Vale, é um prazer vir falar desse assunto. Tomara que a gente tenha tempo para debater um pouquinho. E eu fico muito agradecido e honrado por esta oportunidade. (*Palmas.*)

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Muito obrigada, professor. Emocionante ouvi-lo! Adorei! Maravilhoso! Apreendi muito com você hoje, anotei bastante coisa aqui. Depois vou pegar as notas taquigráficas para ler com mais atenção e vagar. Muito obrigada! Muito obrigada pelo seu trabalho.

Eu recebi esse livro do...

O SR. CARLOS ALBERTO PEREIRA JÚNIOR (*Fora do microfone.*) - Do Dá Gosto?

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Exato. O Poit me deu. É o planejamento da economia criativa do Ribeira. Está comigo; ele me entregou ontem, e eu vou dar uma olhada.

O SR. CARLOS ALBERTO PEREIRA JÚNIOR (*Fora do microfone.*) - Tem feito uma diferença enorme...

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Eu imagino.

Eu quero agora conceder a palavra ao Sr. Roberto Nedelciu, que é o Presidente da Braztoa.

Roberto Haro Nedelciu é engenheiro industrial mecânico, com MBA em Gestão Empresarial na Fundação Getúlio Vargas, tendo trabalhado por 26 anos no departamento de Tecnologia da Informação de empresa multinacional. Foi Diretor de Tecnologia e Vice-Presidente da Braztoa até assumir a Presidência do Conselho de Administração em 2019, reeleito este ano para o período até 2023. Já visitou mais de 77 países, incluindo feitos como a subida ao Campo Base do Everest (Nepal), aos Montes Kilimanjaro (Tanzânia), Chimborazo (Equador) e Kota Kinabalu (Malásia).

O senhor tem a palavra por 15 minutos. Muito obrigada pela sua participação.

O SR. ROBERTO NEDELCIU (Para expor. *Por videoconferência.*) - Bom dia, Senadora. Na sua pessoa cumprimento todos os Senadores e os participantes da Casa.

Eu peço desculpas por estar aqui de forma virtual, porque na semana que vem eu já tenho a Feira da Abav, que será em Fortaleza, uma das feiras de turismo que estão reabrindo - porque o turismo realmente agora está aquecendo, está voltando ao normal, depois de um período de mais de um ano e meio numa situação bastante difícil, que afetou a gente de uma forma bastante significativa -, mas eu estou vendo que também estou sendo penalizado, porque não estou podendo provar esses queijos, essas delícias que vocês estão degustando. Realmente é um preço que eu estou pagando por estar aqui virtualmente, mas vamos lá.

Eu fiquei muito contente com as duas palestras anteriores, porque muitas coisas estão indo ao caso que nós estamos vendo.

Bom, deixem-me explicar primeiro para vocês o que é a Braztoa. A Braztoa é a associação dos *turoperadores* ou operadores de turismo brasileiros.

O que são operadores de turismo? São aquelas empresas que são feitas de especialistas que elaboram os pacotes, elaboram as experiências de viagens. Normalmente, as pessoas vão a uma agência de viagem, vão comprar uma viagem qualquer; a agência de viagem passa essa necessidade para um operador de turismo; esse, sim, que tem contato com as companhias aéreas, com os hotéis, com os receptivos, seja o que for no local; montam o pacote e passam para as agências, que repassam para os clientes. Então, os operadores de turismo são os especialistas, são os que lidam com o dia a dia, com os pacotes, com as experiências. E isso é uma coisa que nós falamos muito para questão de economia criativa: são as experiências.

Hoje em dia, quem quiser ir para Nova York, para Paris e tal não precisa de uma agência ou de uma operadora, pode comprar diretamente. Agora, quando você quer uma experiência, uma coisa diferenciada, uma viagem diferenciada, aí, sim, você vai procurar uma agência de viagens ou um operador. Nesta época de pandemia, apesar de todos os contratemplos, nós acabamos nos valorizando muito, porque nós sabemos exatamente quais são os protocolos sanitários de cada região, de cada país, seja o que for. E esses protocolos sanitários, para não falar que mudam muito, mudam quase que semanalmente. Então, num dia você tem que ter o exame PCR, noutro dia só com vacinados resolve, noutro dia tem que ser um exame PCR com código de barra... Isso aqui muda, e nós estamos preparados para poder atender toda essa demanda e ajudar as pessoas a realmente usufruírem das férias ou da viagem, que é uma coisa tão fascinante. Então, as pessoas realmente não podem se estressar, e hoje realmente boa parte de todos nós está muito estressada com essa limitação de movimentação, com todas essas limitações que foram impostas por causa da pandemia.

O que aconteceu? Boa parte dos operadores que operam nacional e internacionalmente... Eu gostaria até de ressaltar que essa balança tem que ser muito bem equilibrada, porque, quando você estabelece uma rota de um avião, seja o que for, você sai com brasileiros, mas você pode voltar com estrangeiros também; e, se essa rota não tem um fluxo adequado, a gente não vai conseguir só receber estrangeiros, nós temos que mandar brasileiros para fora. Então, é importante também, sim, a gente mandar os brasileiros, para que os brasileiros mostrem o Brasil lá fora para a gente poder receber os estrangeiros.

Hoje nós recebemos 6,5 milhões de estrangeiros no Brasil. Esse número já não aumenta faz dez anos - não vou nem falar de 2020 nem de 2021; estou falando em até 2019 -, sendo que, desses 6,5 milhões, 2 milhões são argentinos, que só atravessam a fronteira. Então, nós recebemos muito poucos, muito poucos estrangeiros aqui no Brasil. Esse estrangeiro o que é? É um dinheiro limpo que entra para a gente; são dólares, são recursos que entram e acabam desenvolvendo todas as regiões.

Estávamos falando ontem com o Secretário de Turismo de Fortaleza. Ele falou que em média cada turista deixa R\$3 mil na cidade. Então, o dinheiro que vem de fora, vem de São Paulo, vem de outras regiões quaisquer, vai para a cidade para desenvolver o quê? Desenvolver o restaurante, desenvolver o Uber, desenvolver até a costureira que elabora os uniformes para os hoteleiros. Então, o impacto do turismo é muito forte e muito rápido. Falam em 57 setores diferentes, mas já há um estudo aqui pela Federação de Comércio de São Paulo de que é muito maior que isso: estamos falando de 200, 300 setores diferentes que o turismo impacta.

Mas de que nós estamos falando? Estamos falando de economia criativa. E a economia criativa passa muito por experiências. Quando as fronteiras internacionais estavam fechadas, quer dizer, os brasileiros não poderiam viajar, como é que nós começamos a atender os clientes? Nós começamos, boa parte dos operadores começou a olhar para dentro do

Brasil. E o que nós percebemos? Que faltavam produtos. Foi exatamente o que o Carlos Alberto falou, pouco antes da gente. Nós temos produtos fantásticos aqui no Brasil, só que esses produtos não são vendáveis, não têm uma formatação. A gente não consegue pegar esses produtos e colocar na prateleira dos operadores, na prateleira das agências, porque ele não vai se vender sozinho. Não adianta, como o Carlos Alberto falou, a pessoa ter lá o bagre seco com banana se as empresas de turismo, se as operadoras, se as agências não sabem isso e não têm como distribuir esse produto. Ela vai ter um restaurante legal, mas quem vai conhecer esse restaurante? Como é que um turista que vai visitar essa região irá para esse restaurante?

E há muitas pessoas, no próprio Vale do Ribeira, usando até o exemplo do Carlos Alberto - ele me permita, por favor... Eu sei que há muitos motociclistas que gostam, e eu mesmo sou motociclista e gosto muito de fazer o trecho São Paulo-Curitiba, então eu passo por essa região, pela Serra da Macaca, pela serra do Rastro da Serpente, tudo que passa por lá, e você não sabe às vezes onde parar e o que fazer; às vezes para numa lanchonete para comer um sanduíche, um McDonald's muitas vezes, e você teria as delícias ali para provar. Então, com esse tipo de coisa, quando nós olhamos para dentro do Brasil, nós percebemos que faltava muita coisa.

Agora vou dar um exemplo da região da senhora, Senadora, do Tocantins.

O Jalapão é uma região maravilhosa - maravilhosa mesmo! Tem as suas dificuldades, digamos, são 900km de *off-road* e tudo, lugares maravilhosos para fazer... Só que nós tínhamos um associado que tinha um grupo que queria ir para a Tailândia. O pessoal queria ver meditação, queria ver massagem, vários outros tipos, e queria ir para a Tailândia. Não podiam ir para a Tailândia porque estavam fechadas as fronteiras. Então, ele começou a falar: bom, para onde eu poderia levar? Aí surgiu a ideia de levar para o Jalapão. Só que é um grupo que requer algumas atenções especiais, algumas coisas a mais para você fazer para transformar, desenvolver a região. Sem dúvida, ele foi visitar os quilombos, comeu lá galinha com pequi e tudo, mas, no final, na Pedra da Catedral, eles fizeram um pôr-do-sol: as pessoas fazendo uma meditação, no pôr-do-sol, com o som do violino, e depois um coquetel para as pessoas em cima da Pedra da Catedral. Nossa! Isso foi de um impacto tão grande! Eu sei que até o operador para desenvolver esse produto com o receptivo local teve muita dificuldade, porque a pessoa não conseguia entender qual era a necessidade do grupo. E fez e foi um sucesso, tanto é que eu sei que já estão voltando alguns grupos, já virou um *tour* normal esse tipo de produto.

Um outro exemplo também, falando de gastronomia e turismo: a gente sabe que, no sul da França, na Provence, existem os lavandários, e as pessoas transformaram os lavandários para fazer café da manhã... Então, você pode fazer um café da manhã no lavandário, ou um almoço ou um piquenique ou até um jantar romântico. Aqui em São Paulo, em Cunha, nós temos um lavandário. Você vai lá, e o máximo que você pode fazer é comprar essência de lavanda ou, então, ver e andar no meio das plantas. Por que não desenvolver e juntar a gastronomia com o turismo e desenvolver essa região? Porque é uma região bonita, é uma região que dá para se desenvolver. E isso é o exemplo de todos.

Pensando nisso e olhando até o que nós passamos e estamos passando ainda, a Braztoa pensou o seguinte: por que não usar a experiência que nós temos, os nossos operadores, que conhecem o mundo inteiro, conhecem dezenas, centenas de países aí pelo mundo e conhecem as experiências? Porque boa parte das experiências que existem no mundo foram fabricadas; elas não são naturais. E no Brasil nós temos um recurso natural fantástico. Nós temos coisas aqui que não foi preciso nem fabricar; foi Deus, foi a natureza que deu isso para a gente. Então, por que não aproveitar esse tipo de coisa, desenvolver esse tipo de produto e colocar nas prateleiras dos operadores, das agências de viagens?

Nós fizemos um trabalho até parecido com o que o Carlos Alberto falou, que se chama Academia Braztoa, e há um segmento que se chama Experiências Incríveis. Nós fizemos várias aulas virtuais e fizemos uma experiência justamente com o Secretário de Turismo do Mato Grosso do Sul, o Bruno Wendling. Ele indicou 80 pessoas, 80 empresários, e a gente ajudou a fazer esse desenvolvimento. No total, foram 189 empresários que participaram desse desenvolvimento. E o que nós fizemos? Nós usamos os nossos especialistas com visões internacionais, visões locais e, lógico, que conhecem da cultura brasileira; nós trouxemos especialistas internacionais da Costa Rica, de Portugal - tudo virtual -; e nós demos uma série de palestras e treinamentos desde como a pessoa fazer um *storytelling* a como a pessoa contar a história do produto dele, porque, mais do que você ter o bagre seco com banana, você tem que contar a história daquele produto, porque a história faz parte da pessoa, faz parte da comunidade.

Então, você tem que contar a história. Como contar essa história? Como até fotografar esse produto para você colocar em alguma coisa? Como você divulgar? E, no final, o que acontecia? A pessoa desenvolvia um produto, fazia algumas apresentações para os operadores, para o grupo de especialistas que falavam mais alguma coisa, davam uma mentoria e colocavam esses produtos na prateleira.

E nós estamos agora já lançando a segunda edição, vou começar dia 19 de outubro, justamente com a região de Minas Gerais. Nós estamos conversando sobre como divulgar, como ajudar a falar não só do queijo, a falar do café de Minas Gerais - a gente sabe que tem um café que foi eleito um dos melhores cafés do mundo -, da cachaça. Como pegar isso

e colocar isso em roteiros turísticos, em pacotes turísticos para poder desenvolver as regiões, poder desenvolver cada produtor e desenvolver cada comunidade?

Então, eu não vou me alongar muito. Eu também não gosto de falar muito. Eu sou engenheiro, engenheiro não é de falar muito. Então, eu vou encerrar por aqui, dizendo que existem essas oportunidades que nós estamos desenvolvendo. Nós estamos à disposição. E o que vocês precisarem, a Braztoa está para ajudar, porque a gente tem uma visão não só do Brasil, mas temos uma visão do mundo em como a gente pode ajudar a desenvolver as entidades, os produtos e as regiões aqui no Brasil, porque, sinceramente, eu sou entusiasta do turismo. Até a senhora falou no começo, eu vim da indústria automobilística, mas eu vejo que o turismo reage muito fácil, muito rápido a tudo.

Existe um estudo, inclusive, que mostra que cada real - e eu vou ser o mais pessimista possível, vou ser o mais realista possível - investido no turismo, você tem o retorno sete vezes desse real, e muito rápido. O turismo gera empregos de forma muito forte. Aqui em São Paulo eu estava vendo uma indústria automobilística: iam gastar R\$1 bilhão para colocar uma indústria automobilística que ia gerar 300 empregos. Se você colocar um *resort*, com muito menos que isso, aqui em qualquer lugar, você gera 2 mil empregos, bastantes empregos, com 100 milhões - vamos ser bastante exagerados.

Então, eu acho que o turismo tem um grande potencial, o turismo tem tudo para crescer. Hoje a gente representa 8,1% do PIB, mas eu acho que, sim, nós temos condição de crescer e passar até o agro. Eu sei que a senhora foi Ministra da Agricultura, mas eu acho que nós temos um potencial muito grande para fazer isso e para crescer. Basta nós acreditarmos e fortalecermos isso.

Muito obrigado.

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

Eu fico cada vez mais impressionada, quanto mais velha fico. Quanta cabeça boa esse Brasil tem, quanta gente que sabe, que estuda, que entende, especialistas e que a gente sequer conhece. Eu não conhecia o Roberto, não conhecia o Professor Carlos Alberto; conhecia a Kátia de televisão, mas isso é fantástico. Eu imagino o Ministério do Turismo com franco diálogo com as operadoras de turismo, o quanto elas podem contribuir. E o Roberto fique por aí porque eu mesma tenho algumas perguntas para lhe fazer, por favor, se puder.

Bom, agora eu concedo a palavra ao Sr. Leônidas Oliveira, Secretário de Cultura e Turismo do Estado de Minas Gerais. Mineiro de São Gotardo, Leônidas Oliveira é graduado em Filosofia e em Arquitetura e Urbanismo pela PUC de Minas Gerais e pós-graduado em Altos Estudos Europeus da Cultura. cursou especialização em Museologia e História da Arte em Madrid. Mestrado em Restauração e Reabilitação do Patrimônio Arquitetônico e Urbano na Espanha, com estágio nos museus do Vaticano; doutorado em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de Valhadolide e pós-doutorado em *Marketing* Político. Foi Diretor Executivo da Funarte, Presidente da Embratur, secretário de cultura, Presidente da Fundação Municipal de Cultura de Belo Horizonte, foi Secretário de Turismo e Presidente da Empresa de Turismo da Prefeitura de Belo Horizonte (Belotur).

Parabéns pelo seu currículo, pelos seus estudos, pela sua dedicação.

Concedo a palavra por quinze minutos.

O SR. LEÔNIDAS OLIVEIRA (Para expor.) - Obrigado. É realmente uma alegria estar com essa referência que é a nossa Senadora Kátia Abreu no País, pelo trabalho, pela excelência e clareza das ações e do caminho que tem seguido. Muito obrigado a todos e a todas que estão aqui e que estão nos ouvindo.

Bem, a Organização Mundial do Turismo lançou para esse ano um desafio ao mundo que é: menos estatísticas e mais pessoas. Eu acho isso extremamente apropriado nesse momento em que nós vivemos uma verdadeira revolução, mudando os paradigmas todos da existência. E eu espero que essa mudança nos traga um novo humanismo, como trouxeram as outras pestes mundo afora, seja em Roma, seja o Renascimento, seja a Segunda Guerra Mundial.

Mas quando a OMT diz "menos estatísticas e mais pessoas", ela não quer dizer que as estatísticas não são importantes para a atividade turística, ela quer que a gente tenha um olhar para as pessoas e, conseqüentemente, para a experiência, não, é professor? - que tão bem nos falou sobre uma experiência verdadeira de comunidade. Essa experiência faz muito sentido quando nós pensamos - e nesse momento apropriado o Brasil tem uma união de um Ministério da Cultura e Turismo - a experiência da paisagem cultural, da cultura na sua forma ampla, como elemento fundante da brasilidade.

É imprescindível que a gente reflita que toda experiência turística, seja ela da culinária, seja ela de estar numa praia ou numa cachoeira, é uma experiência cultural. A cultura é o único elemento capaz de promover uma experiência verdadeira na pessoa, uma verdadeira experiência na viagem, porque, senão, nós podemos olhar as viagens a partir das telas que temos aí no mundo, onde podemos ver dos edifícios, do início ao fim, em todas as exposições.

E nessa questão da experiência, a gastronomia tem uma função muito importante. No caso de Minas Gerais, 30% das pessoas que vão a Minas Gerais vão exatamente para comer; 42% vão para o patrimônio histórico. O turismo de aventura, o turismo rural cresce muito nesse sentido, mas as pessoas vão para comer. Elas querem comer o frango com ora-pro-nóbis, a goiabada, elas querem comer os nossos queijos. Aliás, o segundo melhor queijo do mundo é mineiro. Nós tivemos a oportunidade de comer aqui hoje queijos premiadíssimos.

E quero fazer uma reflexão também sobre o que significa gastronomia na terra brasileira. Nós temos uma questão histórica de acharmos que o que vem de fora é o que nos interessa. Até a palavra gastronomia eu ando questionando. Gastronomia são as regras do estômago - regras do estômago na etimologia da palavra. E o mundo anglo-saxão precisa de regras do estômago - não é, Kátia? -; nós, não, porque a nossa comida é boa. E nós dizemos: cozinha francesa, cozinha italiana, cozinha mediterrânea, que é a primeira a ser patrimônio mundial pela Unesco, e em Minas ou no Brasil, em todos os lugares, nós falamos de gastronomia, daí a dificuldade de quem faz o peixe entender que o peixe é um objeto originário da sua cultura e que as pessoas buscam a originalidade que a culinária, que a cozinha pode oferecer. Só a cozinha daquele local pode oferecer essa experiência.

Em Minas Gerais nós tínhamos o plano estadual da gastronomia. E eu cheguei para os Deputados e disse: olha, em Minas Gerais talvez como em nenhum outro lugar a cozinha tenha tanto sentido. Nós nascemos na cozinha, nós nos criamos na cozinha, nós temos os nossos afetos na cozinha mineira. Ela é muito mais do que a gastronomia, ela significa todo um contexto de ideário de mineiridade, como dizia Guimarães Rosa. Estar na cozinha é um ato civilizatório da própria essência da mineiridade. Então, virou o Plano Cozinha Mineira.

E a gastronomia, claro que ela é um elemento internacional de segmentação do turismo. Mas, quando nós pensamos que, então, a experiência cultural é que fornece uma verdadeira estada e experimentação do lugar, nós temos que pensar no original. Gaudí, o arquiteto Catalão, tem uma palavra, Senadora, de que eu gosto muito, uma frase: ele fala que ser original é voltar às origens. Simples assim. O Aurélio diz que para ser contemporâneo é adequar-se às questões do momento. Simples assim. Então, eu acho que nós, como Estado, como Brasil, precisamos fazer uma grande reflexão sobre o que nós somos.

Nós temos dados do turismo brasileiro que... Em 2004 nós fizemos o Plano Aquarela e em 2019 estávamos ainda com o Plano Aquarela. Tivemos em 2004, 6 milhões de entrantes no Brasil; 2019, 6 milhões de entrantes no Brasil e, às vésperas da pandemia, 6 milhões de entrantes no Brasil. Gastamos bilhões de reais em promoção e não adiantou absolutamente nada. Otaviani?

(Intervenção fora do microfone.)

O SR. LEÔNIDAS OLIVEIRA - Seis milhões de entrantes em 2004 e, às vésperas da pandemia, o mesmo tanto. E tivemos duas ascensões: na Copa e nas Olimpíadas, que não deixaram legado; muito ao contrário, em muitos casos, legado negativo.

E aí eu faço uma reflexão da própria ideia da brasilidade. Nós temos um território, uma gastronomia, cozinhas muito especiais em vários territórios. A diversidade, sim, é uma marca deste País, mas a diversidade é uma marca de todos os lugares. Nós temos dificuldade de fazer síntese de brasilidade e ela é tão simples. Ser brasileiro... Existe um senso muito comum que nos une para além dos povos formadores, para além do idioma, mas é um sentido de pertencimento a um patrimônio brasileiro, histórico, cultural, reconhecido tanto na sua cozinha como nos seus elementos fundantes, como a nossa modernidade, o nosso barroco, o nosso colonial na arquitetura, o nosso patrimônio histórico. E, permeado a isso, a própria história da nossa formação, que é diversa, sim, mas nós temos dificuldade de fazer síntese.

Eu costumo dizer que a bossa nova fez mais para o turismo brasileiro do que todas as políticas públicas juntas. Nós vamos ao Afeganistão ou a Nova York e nós escutamos a bossa nova como uma ideia de brasilidade, como uma sonoridade de brasilidade. E as pessoas vêm ao Brasil muito inspiradas nessa ideia de brasilidade que o Rio de Janeiro vem trabalhando muito bem.

E, voltando ao Rio de Janeiro, estar na praia no Rio de Janeiro não é a mesma coisa do que estar na praia no Mediterrâneo ou em qualquer outro país. Estar na praia no Rio de Janeiro é um ato cultural de brasilidade. Então, a brasilidade precisa ser aprimorada como um elemento nosso importantíssimo.

Mas vamos voltar aqui para a questão da gastronomia. Minas Gerais tem passado por um momento muito interessante que - eu acho que todos os Estados têm passado - é essa volta para si mesmo. Nós temos dificuldade de viajar para fora nesse momento e o turismo de proximidade tem acontecido de uma forma muito vigorosa. Então, voltar para nós mesmos tem significado também uma busca e uma reflexão sobre quem somos, sobre a nossa cozinha, sobre o nosso dialeto, sobre a nossa formação e temos descoberto algumas questões muito importantes, que é a importância, no nosso caso, como

elemento fundante da nossa cozinha, do turismo rural, da base comunitária, da experiência de comunidade de fabricação do produto que tem, na história, sido importante e que traz na contemporaneidade também uma importância extremamente vigorosa.

Mas olha a dificuldade para a gente ser original no Brasil, se os doceiros não podem mais usar a colher de pau, não podem usar mais o tacho de cobre. Como que pode? Daqui a pouco nós não vamos poder fazer queijo nas tábuas de madeira, como as coisas estão. Então, essa pasteurização da nossa cozinha, que também vem no elemento da gastronomia, de querer ser outra coisa que a gente não é, é o que faz com que a sua pizzaria nasça num lugar de peixe de extremo sabor.

Então, nós temos que resgatar a ideia de brasilidade. É urgente. E nós temos cultura e turismo unidos nesse momento. É a cultura na sua forma ampla e sem nenhum elemento discordante, porque a cultura deve ser uma cultura de paz, muito ao contrário de qualquer outra coisa. É para isto que ela existe: para movimentar as almas, os corações e para unir um povo na sua identidade, na forma mais ampla. Otaviani fala que o Brasil é plural, mas não caótico. Esse plural - que lindo! - é o que nós temos de brasilidade. Então, eu acho que o turismo no Brasil, seja na praia, na cozinha, seja no rural, seja em qualquer lugar, ele passa por uma experiência cultural - como todo turismo no mundo -, por uma experiência de brasilidade. Mas eu falo com você: se a gente não deixar que a colher de pau seja usada ou que o tacho seja usado, nós estamos fazendo exatamente o contrário do que é preciso fazer para nós ficarmos competitivos num mundo que busca originalidade, num mundo que busca experiência como elemento maior de atração do turismo. É isso que os países vizinhos têm feito, sobretudo o Peru. O símbolo do Peru é simplesmente Machu Picchu, que sintetizou naquilo e em volta daquilo todas as questões. Na Espanha, que é o país mais desenvolvido no turismo, onde está a sede da OMT, são os elementos fundantes da cultura. Na Tailândia é a ilha. E nós não sabemos ainda o que somos e buscamos coisas em vários lugares, menos no que somos. É um paradigma muito grave, a meu ver.

Já terminando, mas quero falar também da economia criativa. Eu costumo ter uma reflexão de que a economia criativa... O turismo é a economia criativa e a gente tem também que parar de segmentar as coisas demais, sabe? A gastronomia está num lugar, o turismo está num lugar, a economia criativa está em outro lugar. Não! O turismo é a economia criativa. Se há um sinônimo de turismo é a economia criativa na sua forma mais ampla, geradora de emprego e renda, aquela que trabalha manufatura em toda sua cadeia, desde o afeto no recebimento até o afeto no preparar a comida. E por um mundo mais de afeto que eu acho nós vamos nos firmar no mundo, porque nós somos um país de afeto.

Minas Gerais foi escolhida na plataforma Booking como uma das dez regiões mais atrativas, mais acolhedoras do planeta. E eu acho que é muito desse afeto - sabe, Kátia? - da cozinha, do amor que a cozinha tem, do amor de preparar o alimento e de receber. É um turismo primário, originário, daí a beleza das nossas cozinhas do Brasil afora, como a ponta de lança para sermos um país desenvolvido e gerador de emprego e renda no mundo inteiro pelo turismo e pela nossa cultura. (*Palmas.*)

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Espetacular. Muito bom. Parabéns! MUITÍSSIMO obrigada.

O afeto é impressionante, nossa característica principal em tudo. Desde que... Eu sempre tive, intuitivamente - não sou especialista em nada, praticamente -, um apego muito grande à alimentação e à gastronomia. Não sei de onde. Não sei se é por causa da minha parte mineira, goiana, tocantinense, essa cultura, esse passado todo. O meu lugar preferido na casa é a cozinha. A sala da minha casa vira enfeite, ninguém usa. Eu amo a cozinha. Eu chego à casa das pessoas e fico louca procurando a mesa da cozinha. Não é nem para comer, não é nem para comer, não sei o que é. Quero uma água, um café, uma coisa.

E na CNA, quando eu cheguei a presidir a CNA (Confederação Nacional da Agricultura), eu olhava para um lado e outro e dizia: "Gente, onde é que nós vamos comer aqui nesse lugar?". E aí tinha uma área lá que dizia que era proibido. Não podia construir porque é patrimônio, não sei o quê. Falei: "Gente, com licença, vamos fazer aqui um clube *gourmet*?". Fizemos um clube *gourmet*, disputado a tapa por Brasília para ir lá. Eu fiz carteirinha. Senador, Deputado, Ministro, porque a comida era maravilhosa e era proibido bufê, o bufê tradicional, do frango com molho branco e o filé ao molho madeira. Eu tenho horror dessa coisa carimbada, exclusiva e única. Certo?

Quando me convidam, eu já pergunto o que é que tem, porque senão eu vou comer antes. (*Risos.*)

Não, é sério. Eu não sou enjoada para comer, eu gosto de comida quente, eu só não como comida fria, que deveria ser quente e é fria, no resto eu sou muito fácil.

Então, na CNA, nós fizemos, nós tínhamos uma tarefa na CNA que era mudar a imagem da CNA. A CNA tinha uma imagem muito difícil. Ninguém, primeiro, sabia o que era e quem sabia tinha horror. CNA era o curso de inglês, se você fosse no Google, ou aquele ventilador, tinha um ventilador também.

Então, a gente tinha essa tarefa. Eu falei: eu vou começar por onde? Não tínhamos dinheiro para fazer televisão, o que, na época, era o mais usado. Então, é comida, não tem outro jeito, é esse clube *gourmet* aqui. E imprensa, autoridades, pessoas, e aquilo virou um fervor, virou um café central, vamos assim dizer, que a cidade inteira vai.

Então, eu tenho esse sentimento, que a comida traz afeto. Ela abraça as pessoas, ela acaricia o coração, gente. A coisa mais bonita do mundo é você chegar na casa de uma pessoa e ela te oferecer um doce, ela te oferecer um cafezinho bom com queijo, aquilo significa carinho. Não é?

Tem gente que, eu falo, quando chega lá em casa, e as pessoas... Cinco minutos, gente, oferece alguma coisa, pelo amor de Deus, nem que seja água. É, porque é quase que uma afronta você ir à casa de alguém e não servir nada. No meu gabinete tem pipoca - nas últimas, tem pipoca -, quando o negócio está feio tem pipoca, mas pão de queijo, biscoitinho. Precisa, não é? É o carinho.

Muito obrigada, uma aula.

Concedo a palavra ao Sr. André Luiz Lira Reis, Gerente de Gabinete da Diretoria de Marketing, Inteligência e Comunicação da Embratur. Bacharel em turismo e professor universitário, André Reis possui mestrado em Gestão e Turismo pela Universidade de Aveiro, Portugal, com mais de 10 anos de atuação no setor do turismo, tem reconhecida a experiência na gestão pública do setor e em *marketing* de destinos.

O senhor tem 15 minutos para a sua exposição. Muito obrigada pela presença.

O SR. ANDRÉ LUIZ LIRA REIS (Para expor.) - Bom dia. Muito obrigado, Senadora Kátia Abreu. Primeiramente, eu gostaria de agradecer pelo convite. Estou aqui representando o Presidente Carlos Brito, que está mandando um abraço para todos, especialmente para a senhora. Ele não pôde estar presente nesse momento porque está em deslocamento para Dubai.

Não sei se todos sabem, vai começar, no dia 1º de outubro, a Expo Dubai, que é um evento gigantesco, é uma exposição mundial. Essa edição vai ser em Dubai, a Embratur vai ter duas ações no pavilhão do Brasil extremamente interessantes que visam justamente divulgar muito da nossa cultura para os milhares de visitantes desse evento.

Então, por exemplo, a Embratur fez uma amostra de artesanato de diversas cidades de todo o Brasil, vamos ter uma exposição de cestarias, de peças artesanais da Amazônia. Então, temos lá uma programação extensa, mas não é o momento agora de falar, só estou aproveitando a ocasião para justificar também por que o Presidente não vai estar presente.

Mas, enfim, eu, como técnico de turismo e representando a Embratur, não tenho como não focar a minha fala no turismo, principalmente, até complementando as palavras do Roberto, da Braztoa, que trouxe uma visão mais mercadológica de como nós podemos trabalhar o turismo interno no País. Eu vou trazer um pouco a visão mais técnica do turismo e vai complementar o que ele falou.

Primeiramente, não tem como a gente não contextualizar a pandemia e o efeito que ela teve no setor do turismo. Foi um efeito drástico, a pandemia atingiu o cerne do turismo, que é o deslocamento de pessoas. As pessoas não podiam se deslocar, o turismo foi muito afetado e isso fez com que a gente tivesse empresas fechando. Graças a Deus a resposta foi muito rápida. No setor, a partir do momento em que houve as condições mínimas necessárias para que se permitisse o deslocamento das pessoas, já temos aí uma reação muito grande, mais de 75% da malha aérea retomada.

Apesar de tudo, o turismo ainda conseguiu gerar 20 mil empregos no ano passado, num ano de pandemia. Então, temos uma noção muito clara do poder que o turismo tem de reação - reage muito rápido e gera muito emprego.

Tivemos uma queda para 6,2 milhões de empregos no Brasil. Antes da pandemia, tínhamos 7,1 milhões de empregos ligados ao turismo; com a pandemia, reduzimos para 6,2. É uma redução drástica, mas que também mostra a representatividade do setor.

A gente tem visto uma franca retomada e, principalmente, eu acho que, dentro da crise que a pandemia trouxe para o setor, há sempre, nas crises, oportunidades que surgem e, para mim, o principal foi o redescobrimto do Brasil pelo próprio brasileiro. O brasileiro, quando se tratava de turismo, sempre tinha em mente viajar para o exterior - sempre tinha em mente viajar para o exterior. Durante a pandemia, cerca de 100 milhões de brasileiros, que viajavam para o exterior antes da pandemia, tiveram que viajar dentro do Brasil e começaram a redescobrir o Brasil.

Eu tenho diversas pessoas amigas próximas que não conhecem o Brasil direito, mas conhecem diversos países no exterior. E esses brasileiros começaram a olhar e dizer "vamos ver o que o Brasil tem". E aí é onde entra a economia criativa, onde entra a parte cultural. O Brasil é um país que oferece uma diversidade cultural absurda, temos como base da nossa sociedade a miscigenação, a mistura, a pluralidade, como bem o Secretário Leônidas falou e o Professor Carlos Alberto também.

Então, no Brasil, para mim, o principal legado dessa pandemia, de todo o aprendizado que trouxe para o turismo, da resiliência que foi necessária para todos que fazem o setor, foi esse, o redescobrimto do Brasil pelo brasileiro. Isso não

vai só impactar no fluxo turístico interno de brasileiros viajando dentro do País, mas, também, no poder de atração que nós vamos ter para o exterior, para os turistas estrangeiros.

A economia criativa, dentro desse processo de criação, de novas ideias, de novos produtos, de novos serviços, traz um fator que é muito importante, a sensação de pertencimento. Eu vi os relatos do professor no Vale do Ribeira, que fala que as comunidades não valorizam, mas não é que elas não valorizem, é porque elas não têm a perspectiva externa de valorização também. Elas não conseguem perceber que o que elas têm é importante, é válido, tem muito valor. E a economia criativa vem para gerar valor a todas essas pessoas, a essas diversas áreas que compõem essa economia criativa, na parte de arte, artesanato, *design*, arquitetura, música.

Hoje, nós temos, no Brasil, diversos centros de economia criativa no Sudeste, já que a gente está com foco no Sudeste. Por exemplo, eu trouxe aqui alguns dados muito interessantes, que só na cidade de São Paulo são mais de R\$40 bilhões de movimentação da economia criativa. Isso representa cerca de 10% do PIB da cidade. No Brasil, são mais de 2 milhões de empresas que fazem parte da economia criativa, isso é um dado do Sebrae.

Então, são muitas empresas que hoje já vivem da economia criativa e que estão interligadas com o turismo, com a cultura, com a tecnologia também e, no fundo, não há separação, os setores estão intrinsecamente ligados. O turismo tem essa capacidade de ser transversal, o turismo trabalha a partir da gastronomia, da cultura, da música, da hospitalidade.

Eu estava escutando a Senadora Kátia falar da questão do afeto da gastronomia. Nós temos pesquisas na Embratur, que fizemos junto aos turistas internacionais, e quais são os principais fatores mais bem avaliados pelos turistas internacionais quando chegam ao Brasil? Primeiro ponto, a hospitalidade. É justamente isso, o jeito brasileiro de ser, a felicidade que o brasileiro tem é natural. Os estrangeiros perguntam: como é que o brasileiro que às vezes vive numa condição ruim, que não tem tanta renda, consegue ser tão feliz? Então, isso é uma marca do Brasil, nenhum povo tem, esse é o principal fator. O segundo fator são as nossas belezas naturais, os turistas se encantam com as belezas naturais do Brasil. E o terceiro fator é justamente a gastronomia, que está interligada com a questão da hospitalidade também, como estamos discutindo aqui. A gastronomia é uma marca do brasileiro.

Eu até vejo, estou aqui na frente do Sr. João Flávio, da Embrapa. Vejo a importância que a Embrapa tem na questão científica de produção de alimentos e de tornar o Brasil o principal produtor de alimentos do mundo e, naturalmente, faz com que nós sejamos uma potência gastronômica, não só por isso, mas pela nossa herança cultural de pluralidade, de mistura, de miscigenação.

Então, queria fazer, primeiramente, esse preâmbulo para falar um pouco mais de como a Embratur trabalha nessa questão da cultura, da gastronomia, como é que nós divulgamos isso lá fora.

A Embratur, desde que se transformou em agência, no ano passado, vem trabalhando para reposicionar o Brasil de uma forma diferente. O Brasil tem sido sempre divulgado lá fora como um destino de praia, com o Rio de Janeiro, sempre trabalhando com essas molas mestras, mas, hoje, o Brasil, com as novas tendências que surgiram da pandemia, de um turista que busca mais experiências, de um turista que busca mais contato com a natureza, experiências mais únicas, mais exclusivas, então, o Brasil hoje está muito bem posicionado para ser o destino principal de turismo de natureza. Esse é o principal, é o nosso maior diferencial competitivo.

Nós temos uma diversidade natural absurda, temos seis biomas, nenhum país tem no mundo. Então, isso é o principal, e, também, o turismo cultural. A Embratur, dentro da sua nova estrutura, criou uma gerência de promoção internacional do turismo cultural, porque entende que o Brasil não é só sol e praia - continua sendo -, mas temos uma cultura muito forte, temos uma gastronomia muito forte, uma gastronomia única, e nós precisamos divulgar isso para os estrangeiros, até porque os estrangeiros, por pesquisas que temos, já nos procuram por conta disso.

Então, dentre os vários destinos que surgiram no Brasil dentro do processo da pandemia e isso foi muito claro, a gente hoje vê destinos que não eram tão conhecidos antes da pandemia e eles acabaram se colocando no mercado por conta dessas novas tendências e, agora, eles vêm para ficar. E aí são necessárias, claro, políticas públicas para que a gente possa desenvolver esses destinos de uma forma mais integrada, para que eles possam também estar mais bem preparados para receber turistas, tanto do Brasil como do exterior.

Falando um pouco de números, antes da pandemia, recebíamos 6,3 milhões de turistas estrangeiros. De fato, temos uma dependência ainda muito grande do turista argentino, são cerca de 1,9 milhão de turistas argentinos que chegaram em 2019 ao Brasil.

Infelizmente, com a crise argentina, que todos sabem eles estão vivenciando, no ano de 2020, nós certamente superaríamos a marca dos 7 milhões de turistas estrangeiros, que é algo inédito para o Brasil, mas ainda muito pouco, muito aquém do nosso potencial turístico.

Então, a gente sabe que o turismo internacional depende de uma série de fatores. O Brasil, dentro de uma perspectiva muito positiva, está bem posicionado. Depois desse processo de pandemia, o cenário internacional ficou um pouco mais igual. Nós, infelizmente, não temos como competir com outros países do próprio hemisfério sul, do próprio continente. A Argentina investe cerca de US\$120 milhões por ano - e não foi só no ano passado, há muito tempo. O Brasil, infelizmente, não tem investido da forma necessária, e os resultados não chegam sem investimento. O México, por exemplo, que é o nosso principal concorrente no cenário internacional, investe US\$500 milhões por ano em promoção internacional. A gente tem uma média de 12 milhões, foi o último dado de 2019. Este ano já estamos investindo muito mais. Temos já campanhas preparadas para a retomada do turismo internacional, as fronteiras estão se abrindo. Então, a gente tem um cenário muito bom, muito positivo.

A partir de dados preliminares, já temos uma expectativa de recompor cerca de 40% do fluxo internacional que tínhamos em 2019. Isso é um passo muito importante, sobretudo porque a Embratur só pode voltar à sua missão inicial de promover o Brasil a partir de julho, por força de lei, por força da lei que nos transformou em agência. Nós tínhamos que atuar dentro do turismo doméstico até 30 de junho e, só a partir de 1º de julho, ou seja, há dois meses, que a gente voltou a ter condições de promover o Brasil lá fora.

Então, tendo todos esses fatores em vista, se nós conseguirmos recuperar 40% do fluxo internacional ainda este ano, com todos os problemas que nós vemos ainda de vacinação, de covid, que ainda, infelizmente, afetam algumas áreas, isso já seria uma vitória muito grande.

E, para finalizar, Senadora, eu queria ressaltar que a Embratur está muito focada na parte cultural, em apoiar eventos gastronômicos, em promover o Brasil não só como um destino de sol e praia, mas, também, como um destino natural, como o principal destino de natureza do mundo e com uma cultura também muito forte. Por isso que nós temos, hoje, dois grandes eixos de promoção dentro da Embratur, o turismo natureza e o turismo cultural, com a gastronomia, sem dúvida, exercendo um papel muito importante, porque é um dos principais elementos, é um dos itens mais bem avaliados por todos os turistas estrangeiros que chegam ao País. Então, não tem como nós não trabalharmos a questão da gastronomia dentro das nossas políticas, das nossas estratégias de promoção internacional.

Gostaria de, já que também o meu tempo está terminando, agradecer mais uma vez pelo convite, colocar-me à disposição aqui para qualquer questionamento e fechar com uma frase que nós utilizamos dentro da nossa campanha, enquanto atuávamos dentro do País, que ser brasileiro... Já que falamos muito aqui da questão da brasilidade, nós criamos esse *slogan* para a nossa campanha de estímulo ao turismo doméstico no ano passado e ainda um pouquinho este ano, que ser brasileiro é estar sempre próximo de um destino incrível. Ser brasileiro é estar sempre próximo de um destino incrível gastronômico e um destino incrível cultural, porque o Brasil é isso, o Brasil é rico em diversos recursos e nós temos muito a crescer.

O turismo apenas está começando dentro do País, quando nós comparamos com outros países, a gente está em processo de maturação. É por isso que a gente ainda tem uma dificuldade de transformar projetos originais, culturais, de comunidades, em um produto com valor agregado para oferecer para o turista internacional, mas já é um caminho que está sendo percorrido.

Então, muito obrigado.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Eu gostaria, senhor gerente, com relação a esses 12 milhões, agora acho que é um pouco mais nesse período, no que, objetivamente, vocês estão investindo? O diagnóstico está muito bem feito, mas, na prática, com o que a gente pode contar? Onde é que a gente pode pegar carona nesse barco da Embratur? Está indo em qual direção? Promoções onde? Como? De que maneira? Tem isso posto?

O SR. ANDRÉ LUIZ LIRA REIS - Temos, claro, claro.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Eu gostaria de ouvir um pouquinho, pelo menos por um minuto.

O SR. ANDRÉ LUIZ LIRA REIS - Certo.

Então, Senadora, a partir de 1º de julho, voltamos a atuar no mercado internacional.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Porque antes da Embratur virar uma agência, nós tínhamos a Apex, que já é uma agência há mais de quase dez anos.

O SR. ANDRÉ LUIZ LIRA REIS - Exato.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Que faz o papel internacional e continua fazendo.

O SR. ANDRÉ LUIZ LIRA REIS - Isso, com uma vertente diferente. A Apex vende os produtos brasileiros, e a Embratur é mesmo promoção internacional do turismo.

A gente tem um planejamento. Para este ano, já temos campanhas previstas para o mercado sul-americano a partir de outubro e para o mercado americano, porque o mercado americano é o nosso segundo maior emissor de turistas internacionais, eles contribuem com cerca de 500 mil turistas anuais.

Como os Estados Unidos já têm um processo avançadíssimo de vacinação, e nós, já a partir de novembro, vamos ter fronteiras abertas com os Estados Unidos e, por consequência, vamos ter mais voos disponíveis, então, já temos uma campanha disponível agora, a partir de outubro, para os Estados Unidos também, até porque a maior parte dos americanos não conhece que eles não precisam de visto para entrar no Brasil. A gente nem sequer teve tempo de fazer uma campanha lá porque, quando a gente começou, veio a pandemia e, em março, acabou tudo.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - As campanhas têm sido como? Internet? Televisão?

O SR. ANDRÉ LUIZ LIRA REIS - Internet, publicitárias. Internet, televisão, DOOH, OOH, selecionamos algumas cidades nos Estados Unidos, como Nova York.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Há alguma perspectiva de feiras gastronômicas...

O SR. ANDRÉ LUIZ LIRA REIS - Feiras? Sim.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - ... fora para este ano e o ano que vem?

O SR. ANDRÉ LUIZ LIRA REIS - Tínhamos algumas feiras que, infelizmente, não tivemos condições de realizar...

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Para o futuro?

O SR. ANDRÉ LUIZ LIRA REIS - ... a partir de outubro, porque alguns países ainda mantiveram exigências de necessidade de quarentena e isso inviabiliza tanto a Embratur como os coexpositores que fazem parte do nosso estande, mas vamos fazer parte de uma feira para o segmento mais, que é um segmento de negócios, de convenções, em novembro, em Barcelona. Temos a FIT em Buenos Aires, que é a principal feira internacional do hemisfério sul-americano e, para o próximo ano, já a partir de janeiro, já temos a Fitur.

Todas essas feiras, como eu falei, Senadora, dentro da nossa política de promoção, a questão gastronômica vai ser muito, muito explorada, porque hoje ela é um dos eixos de promoção turística do Brasil.

É o que eu falei, a Embratur hoje está reposicionando o Brasil no mercado internacional não só com um destino de sol e mar, como foi sempre muito trabalhado ao longo do tempo, mas, principalmente, por ser um destino de natureza e de cultura, que são as áreas que mais vão ao encontro das tendências internacionais.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - O.k.

Muito obrigada.

Eu gostaria que o senhor encaminhasse à Comissão de Relações Exteriores a programação da Embratur...

O SR. ANDRÉ LUIZ LIRA REIS - Claro.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - ... o seu roteiro e a sua agenda para o ano, principalmente na área de economia criativa.

O SR. ANDRÉ LUIZ LIRA REIS - Está bom.

Muito obrigado.

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

Quero registrar a presença dos jornalistas Andrea Jubé, do *Valor Econômico*, muito obrigada pela presença, e Fabio Murakawa, do *Valor Econômico* também, todos os dois de um grande jornal deste País. Muito obrigada por estarem aqui.

Agora, finalmente, eu passo a palavra para a nossa última expositora, Kátia Barbosa.

Kátia Barbosa é *chef* empreendedora, que transformou, de forma criativa, diversos pratos da gastronomia tradicional em bolinhos, incluindo o bolinho de feijoada, que é o máximo - o máximo é por minha conta -, transformado em patrimônio

imaterial da cidade do Rio de Janeiro. É impossível ir ao Rio de Janeiro e não comer o bolinho de feijoada e, claro, lembrar-se dela.

Iniciou sua carreira no Aconchego Carioca, restaurante tradicional, há 20 anos sob sua batuta; está à frente também do Katita - minha madrinha me chamava de Katita - e divide as criações com sua filha no Bar Kalango. A *chef* tem dedicado sua carreira a uma rica pesquisa acerca dos pratos da cultura gastronômica nacional e divulgação dessa vasta cultura alimentar brasileira. Atualmente, caiu nos braços do povo brasileiro no Mestre do Sabor, *reality show* gastronômico da TV Globo, sendo a única mulher entre os jurados.

Kátia Barbosa é vigorosa na luta para manter viva a comida brasileira afetiva, como memória cultural deste povo.

Você tem a palavra por 15 minutos.

A SRA. KÁTIA BARBOSA (Para expor.) - Olha, gente, primeiro, eu quero agradecer a oportunidade de estar aqui falando um pouco de comida brasileira, de cultura da comida brasileira. Eu tinha escrito gastronomia; a partir de agora, eu vou mudar: é comida brasileira na essência. E estou muito honrada de estar aqui hoje com a minha xará, de quem já era fã - hoje sou mais um pouco fã.

É uma honra falar de comida brasileira sempre, da cultura da comida brasileira, e, durante vários momentos aqui, eu segurei as minhas lágrimas - a minha voz ainda está um tanto embargada com as palavras do Leônidas e do Carlos Alberto. Fiquei muito orgulhosa de ver que o Brasil tem defensores tão ardorosos da nossa cultura, não só da cultura gastronômica, mas da nossa cultura. É que nós cozinheiros temos o péssimo hábito de repetir que comida brasileira é cultura. Não é só a comida brasileira que é cultura, as artes... A gente precisa guardar tudo isso. Os nossos ingredientes são pura cultura, não é só a comida, não é só a nossa mão de obra, os ingredientes que nós temos, as cestarias, as artes de um modo geral, a música... Tudo isso é nossa cultura, e a gente precisa preservar essa cultura de uma maneira... Tem que ser uma luta diária, é quase uma guerra.

Eu já visitei vários países no mundo - isso não tem nada a ver com o que eu escrevi, eu escrevi outra coisa -, e há um país, em especial, que me chamou muito a atenção, que foi o Panamá. A sensação que eu tive quando eu fui lá falar de comida brasileira, fazer um evento de comida brasileira foi de que toda a cultura gastronômica do Panamá havia sido consumida pela cultura americana. Eu tenho um medo danado de que isso aconteça no meu País. Eu recebo com muito respeito, mas também com muito cuidado a entrada de várias culturas de várias gastronomias no Brasil.

Isso é muito bom do ponto de vista cultural, de conhecer o mundo, mas é muito perigoso para a nossa cultura brasileira já tão fragilizada por tantas dores, por tantas dificuldades financeiras, dificuldades de locomoção do produtor... A cadeia alimentar já sofre muito também, e me causa muita preocupação quando eu vejo um jovem brasileiro dizer para mim que não entende nada de comida brasileira. Na última vez em que eu falei com esse rapaz, eu disse: "Cara, eu nem sei por que você fala português, então. Você nasceu no Brasil e não entendeu nada deste País". Isso é lamentável.

Essa minha luta nasceu com meu pai e com a minha mãe - desculpem, eu preciso de um pouco d'água -, que, nordestinos, foram para o Rio de Janeiro. Mas o meu pai sempre prezou muito a cultura da comida nordestina. Ele nos levava para a Feira de São Cristóvão em todos os fins de semana. Era muito pobre, mas fazia questão de que nós fôssemos lá para entender o que era aquilo e respeitar.

Hoje, no Brasil, a gente tem pelo menos 50 ingredientes brasileiros entrando em extinção - e, gente, pasmem! - por falta de uso, porque divulgou-se que é comida de pobre. O feijão de corda - tão adorado por nós aqui, por alguns de nós do Sudeste, lá do Rio e de São Paulo, que transformaram o feijão de corda numa grande estrela - está entrando em extinção por falta de uso, gente! Então, a gente precisa muito divulgar a comida brasileira, a cultura da comida brasileira. Muitas frutas do Cerrado estão em extinção por falta de uso e por falta de conhecimento. Eu acho triste, é de uma tristeza que realmente embarga a minha voz. Eu vim aqui para falar da minha história na comida, da minha trajetória, e eu não consigo, depois de ouvir tudo que foi dito aqui. Eu fico com a minha voz embargada de ver que o brasileiro não conhece o Brasil. E como a gente vai criar um roteiro gastronômico, um roteiro de experiências, se nós brasileiros não conhecemos, se nós mesmos não temos essa experiência, se viajar pelo Brasil para conhecer a própria cultura é dispendioso, é caro, é difícil? Então, nós temos aqui, Senadora, uma luta que envolve todos nós intelectuais, políticos, cozinheiros, artesãos, prefeituras, governos estaduais... A gente tem uma dificuldade em ter uma luta, e, para essa luta, que a gente entenda agora que a gente precisa de união acima de tudo, de qualquer coisa, porque senão vai ser uma luta inglória. E eu me recuso a perder o meu País.

Houve um fato muito que não foi para o ar na lá no programa, em que o José Avillez, quando participava, conseguia toda semana fazer um prato melhor que o nosso. E eu falava: Eu me recuso... Eu amo o José Avillez, mas eu me recuso a perder, em comida brasileira, para um português por uma razão muito simples: eu nasci aqui, eu tenho que conhecer

a minha cultura, eu tenho que melhorar a minha técnica, eu preciso mostrar para o mundo que eu tenho orgulho do que eu faço e do lugar que eu vivo.

Como muitos brasileiros, quando comecei a melhorar de vida, eu quis ir embora do Brasil, mas alguma força maior que eu me puxa e fala: "Pare! Você hoje tem voz, você precisa falar do Brasil, precisa falar de comida brasileira - de comida brasileira". É disto que a gente precisa: falar de cultura brasileira. E isso me emociona mais do que contar a minha história - eu vim aqui para isso -, que está toda escritinha.

A gente tem uma legião de *chefs* que me acompanham na mesma luta, entre eles, Alex Atala, Helena Rizzo, Ana Luiza Trajano... Que herança maravilhosa, não é? O próprio Claude Troigros nasceu na França, mas tem uma alma brasileira!

No meu primeiro evento - esse em que eu fui para o Panamá -, eu fui a convite do Claude Troigros, e, em todas as manhãs, ele fazia questão de que tomássemos café, todos os *chefs* juntos, e que todos nós prestigiássemos a aula do outro colega. Aí a gente aprende que é essa união de que a gente precisa. Aí a gente entende a potência da gastronomia francesa: porque havia união, havia consenso, havia respeito. E é isso que eu quero e que eu espero para o meu País.

Há uma cozinheira brasileira que, lamentavelmente, encerrou as atividades do restaurante dela no Rio de Janeiro. Ela tem uma pesquisa imensa sobre a mandioca no Brasil. É a Teresa Corção. Numa das nossas reuniões, ela disse: "Comida é cultura, afeto e memória". E isso ficou gravado em mim quase que como uma tatuagem que não tenho, mas ficou gravado em mim, no meu coração e na minha cabeça.

Eu nem sei mais o que eu tenho para dizer, porque eu estou completamente perdida. Eu escrevi tanto para falar para vocês e resolvi falar do meu coração. (*Palmas.*)

Obrigada!

Fico muito feliz com esta iniciativa, porque essa é uma luta de todos nós cozinheiros. A gente viaja pelo mundo fazendo eventos gastronômicos e a gente fica muito triste e se sentindo muito pequeno quando a gente vai a um evento de gastronomia muito grande e há lá um estande do Peru, que mudou a história daquele país com a gastronomia, não é? São elementos simples, ingredientes simples, mas tratados com todo o cuidado que merecem, porque aquelas pessoas estão vendendo a cultura do país delas. E ele não fez isso porque ele quer mostrar a técnica como um grande *chef*, ele quer mostrar a cultura do país dele. Então, a gente ficava muito decepcionado e triste, quando a gente viajava e via o estande servindo comida peruana, comida mexicana, até mesmo comida americana, e, no nosso estande, havia uma linda recepcionista distribuindo panfletinhos. Isso me marcou muito, várias vezes.

E a gente esperou, pacientemente, que alguém olhasse para a gente. Tinha que ser a senhora, Senadora. (*Palmas.*)

Tinha que ser uma xará, mulher, corajosa, valente, para olhar e perceber que a gente sabe muito mais de um povo quando a gente vê o que ele come. O Brasil tem muito para ensinar para o mundo, e o mundo quer saber da gente. As pessoas nos ouvem!

Eu fui a um evento na Dinamarca, levada pelo Alex Atala, e falei, numa lona de circo, para 750 pessoas. Você não ouvia um lápis cair no chão. Esse é o maior sentimento de respeito que alguém pode ter. E eu estava falando de comida brasileira, de comida nordestina, de comida carioca, de comida... Olhe só, eu posso passar um dia inteiro aqui falando de comida brasileira e de ingredientes e, ao final de um dia inteiro, eu não falei tudo que eu precisava falar.

Então, eu vou encerrar, porque senão vou cansar vocês com as minhas lágrimas e com tudo isso que eu tenho para dizer. Vamos estudar mais o Brasil para a gente poder vender a experiência Brasil lá fora de maneira linda, como ele é. Não vamos falar só do ingrediente, não vamos falar só do açaí, não vamos falar só da praia, da mulher bonita, do futebol. A gente precisa falar de cultura brasileira, que é isso tudo, que somos nós rindo alto, abraçando... Acho que a maior dificuldade do brasileiro foi não poder se abraçar durante a pandemia.

Senadora, eu estou visivelmente e verdadeiramente emocionada com esta Comissão, com esta iniciativa, e já vou para casa hoje cheia de esperança de que a gente avance alguns centímetros apenas, porque a gente não vai resolver tudo de uma única vez. A gente precisa entender que a França virou uma potência gastronômica com quantos anos de existência? O que nós *chefs* brasileiros já construímos em 20 anos? Nós construímos muito! Eu comecei a minha carreira há 19, eu comecei minha carreira com 42 anos e, talvez pela cultura de conservação da cultura nordestina pelo meu pai, eu tenha entendido desde cedo a necessidade de manutenção dessa cultura e do valor que tem a gastronomia dentro disso tudo, não é?

Eu trabalho hoje com um projeto social muito interessante que chama Gastromotiva, no Rio de Janeiro, que visa... Eu faço isso baseada na minha história e no fato de que a gente precisa preparar os jovens. Então, a gente trabalha basicamente atendendo pessoas que precisam se alimentar, moradores de rua, pessoas pobres. Criamos cozinhas solidárias dentro das favelas, e a gente alimenta essas pessoas, mas o nosso foco principal é a formação de jovens cozinheiros. E o mais interessante é que, naqueles quatro meses em que esses jovens estão com a gente, a gente não quer passar só a receita e a

técnica. A gente quer mostrar para eles que, se eu consegui - começando a minha carreira aos 42, filha de mãe lavadeira, que precisou trabalhar muito para sustentar nove filhos, e de pai vendedor de cocada, cuscuz e quebra-queixo nas ruas do Rio de Janeiro - e cheguei, todos eles podem chegar. Só que eu cheguei amando o que eu faço e amando o meu País e a comida brasileira.

Então, eu só tenho a agradecer pela oportunidade e pelo esforço de todos vocês pela manutenção dessa cultura.

Obrigada!

Falei nada de que eu tinha que falar, amiga! (*Palmas.*)

Obrigada!

O que eu não chorei com vocês dois eu acabei chorando com a Kátia.

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

Com certeza, eles também são culpados, porque eu também estou aqui que estou, viu?

A SRA. KÁTIA BARBOSA - Eu fiquei segurando a onda aqui.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Moisés do céu!

Foi um dia muito especial para a Comissão de Relações Exteriores, muito especial! Eu acho que é imperdível! Nós vamos fazer depois um *mix* dessas palestras, dessas falas, na verdade, emocionadas.

E nada vem por acaso. Eu procuro, todos os dias, ser uma pessoa espiritualista, espiritualizada, porque eu acho que é isto que nos move: é o espírito, é a alma, é o desejo, é a luta, é o sentimento que compõe o seu caráter, a sua personalidade. E eu sinto que esta pandemia não pode ter vindo à toa, ela não pode ter vindo e varrido tantas pessoas queridas, tantos brasileiros, levado à tristeza tantas famílias, e nós, ao final e ao cabo, não teremos nada de positivo? É claro que toda tragédia tem a obrigação de se transformar em algum tipo de ganho, algum tipo de evolução, algum tipo de melhora no ser humano e na vida das pessoas. E eu tenho a convicção - não me pergunte de onde, é a fé que eu tenho e a minha ligação muito íntima com o Espírito Santo - de que essa pandemia ainda vai trazer, por incrível que pareça, uma coisa tão oposta; trouxe tanto sofrimento, mas vai trazer muitas alegrias para nós: um amadurecimento espiritual, um olhar mais intenso para o ser humano, para as pessoas, para as coisas naturais, para as origens, para os princípios.

Então, essa volta não é só a volta à comida, ao alimento, mas às raízes. E a raiz do ser humano é uma raiz boa, não é uma raiz podre. Ela pode estar lá, às vezes, adormecida, mas morta e podre, não. Então, essa pandemia está nos trazendo muitos ensinamentos, graças a Deus, pelo menos isso, depois de tanta tragédia.

Amigos, eu quero ler algumas perguntas do e-Cidadania... Na verdade, há comentários, muitos parecidos até. E eu vou dar dois minutos para cada um, três minutos para fazerem as considerações finais e, de alguma forma, vocês respondam, anotem os pontos dos comentários do e-Cidadania - e agradeço a todos que estão nos acompanhando - e, de alguma forma, nas considerações finais, vocês possam fazer alguma fala a respeito dessa participação.

Elinadja Targino, de Alagoas: "Qual a expectativa de uma internacionalização da economia criativa, da gastronomia e do turismo, no âmbito destoante regional?"

Debora Kraemer, do Acre: "Quais metodologias e plano de ações poderiam ser utilizados para efetivar essa internacionalização em locais de extrema miséria?"

Joel Martins, do Rio de Janeiro: "Qual a possibilidade deste tema ser levado para debates em pequenos Municípios?"

Elinadja Targino, de Alagoas, novamente: "Como o desenvolvimento acerca da internacionalização beneficiará as discrepâncias regionais, principalmente no Nordeste?"

Uma direta para Kátia Barbosa: "*Chef Kátia*, o sal é um dom? Como apostar na vocação e ajudar um jovem que tem vocação para ser uma cozinheira ou um cozinheiro? Temos poucas escolas".

Joel de Oliveira Martins: "Saudações! Qual a possibilidade deste tema ser levado para debates em pequenos Municípios?".
Novamente.

Michael Francisco, do Rio de Janeiro: "A economia criativa associada ao turismo sem dúvida pode agregar valor à imagem do País e trazer renda à população diretamente relacionada". Um comentário.

Geova Costa, das Minas Gerais: "Nossa gastronomia sem dúvida possui um grande potencial para o turismo, parabéns pela audiência."

Eliezer Barbosa, de São Paulo: "Uma das mais agradáveis experiências humanas é se confraternizar com pessoas de culturas diversas, através de música, dança e gastronomia!"

Ruan Pinheiro, do Rio de Janeiro: "A economia criativa junto com o turismo proporciona a criação de empregos". Não tenho dúvida.

Katharine Fortunado, de Minas Gerais: "O uso da gastronomia como atrativo turístico proporciona a formação de uma imagem positiva e de valorização da cultura regional."

Muito obrigada a todos pelos comentários e as perguntas. E eu passo então a palavra iniciando pelo Professor João Flavio Veloso Silva, Chefe da Embrapa Aromas e Sabores.

Por favor, professor.

O SR. JOÃO FLAVIO VELOSO SILVA (Para expor.) - Eu acho um grande desafio iniciar o que a gente teve com relação a essa questão desses territórios mais distantes, desses pequenos Municípios. Foi justamente jogar uma luz sobre esses territórios e esses produtos maravilhosos que o Brasil possui.

Eu quero até segredar, Senadora Kátia, uma das grandes dificuldades que nós tivemos quando fizemos o estudo, em final de 2015 e início de 2016, era que havia uma quantidade muito grande de pessoas que acreditavam que o Brasil não poderia investir nesse caminho, porque nós não tínhamos esses produtos, nós não tínhamos essas diferenciações e essas originalidades. Então, infelizmente, o Brasil realmente não conhece o Brasil, e a gente precisa realmente andar por este País todo, por esses Municípios mais distantes, porque há uma diversidade muito grande nisso.

E outra questão importantíssima, que é sempre bom a gente falar, é a importância das mulheres nesse papel de valorizar a questão do alimento. Grande parte dos nossos produtos alimentares brasileiros passa por mãos femininas. A preservação e a própria história da agricultura e do fazer, do saber fazer o alimento tem muito a ver com a questão do alimento, e isso aí está disperso neste País inteiro.

Então, a Kátia também falou uma coisa muito importante da questão do uso. A gente só vai conseguir preservar e conhecer esses produtos através do uso, e a Embrapa tem plena certeza disso, que a gente precisa jogar uma luz nos alimentos brasileiros e realmente fazer a preservação da nossa diversidade, biodiversidade fantástica, da nossa diversidade cultural, pelo uso dos nossos produtos alimentares.

Então, Senadora, obrigadíssimo. Obrigado a todos vocês. Esse tema realmente é emocionante e vai contribuir muito para a nossa identidade, as nossas várias identidades, os nossos territórios e os nossos alimentos, com seus sabores e seus aromas.

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

Passo a palavra para o Sr. Carlos Alberto, por três minutos, para considerações finais.

O SR. CARLOS ALBERTO PEREIRA JUNIOR (Para expor.) - Senadora Kátia e todos e todas aqui presentes, que honra participar desse momento com vocês. E mais uma vez não consigo falar sem me posicionar como um valente, porque assumi também esse nome lá do Vale do Ribeira.

Sabe, Senadora, você andar numa comunidade tradicional, no Vale do Ribeira, seja ela quilombola, indígena, caiçara, ribeirinha e tantas que estão distribuídas naquele território incrível, e tantas que estão distribuídas por este País inteiro, é uma quantidade enorme, você encontrar a Dona Maria, lá, e ela se perceber uma desempregada, para além de tudo que ela sabe, do poço de conhecimento que ela é, e das cestarias, da mesa, da gastronomia, da comida do caiçara, da comida daquela região, enfim, ela não conseguir projetar a importância desse saber na possibilidade do seu próprio desenvolvimento é uma desconexão para que a gente precisa estar atento. Essa desconexão acontece quase que em todo o nosso território. Não é...

Eu fui criado, na minha região, Senadora, para ir embora. Eu ouvia isso dos professores, em sala de aula. Eu ouvia isso dos pais, do avô: "Estude porque você tem que ir embora daqui para ser alguma coisa; você só vai prosperar se você for embora daqui". Você crescer nessa perspectiva... É impossível a gente pensar em preservação, neste País, que não tenha sido resultado de processo de isolamento, ou seja, a gente vai encontrar em vários lugares, nas Minas Gerais - você pega Ouro Preto, no momento em que as pessoas foram para Belo Horizonte -, o nível de preservação está muito relacionado com esse isolamento que a cidade ficou. Essa projeção a gente vê em todos. Vamos levar em consideração como esse isolamento proporcionou sentimentos derrotistas dissociados daquilo que pode se transformar de fato em vetor de desenvolvimento.

A educação precisa vir para essa conversa, sabe, Senadora. A gente aprende, na escola, mitologia grega, mas a gente não aprende a história do nosso território, de onde a gente vive. Como é que a gente pode pensar o futuro com base naquilo que nós somos se não temos acesso a isso? Então, eu fico muito honrado, muito, muito, muito honrado. A senhora me emocionou também.

Chef, eu espero que hoje a gente tenha iniciado aqui uma construção que não finda nesse momento, mas que pode transformar realidades, transformar vidas e fazer com que a gente seja muito, mas muito, mas muito melhor do que nós somos hoje.

Muito obrigado pela oportunidade. Obrigado ao Sebrae pela parceria. Obrigado a todos que estiveram envolvidos aí no plano de economia criativa, e a todos que ajudaram, que deram aparato para a gente passar por aquela exposição linda do artesanato das nossas regiões, que nos deixa mais orgulhosos ainda, e hoje estaremos discutindo aqui nesse nível a possibilidade de a gente se entender mais brasileiros e aproveitar melhor isso que somos.

Muito obrigado.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Obrigada, professor. Eu que agradeço.

Sr. Leônidas, Secretário de Cultura e Turismo de Minas Gerais, para suas considerações finais.

O SR. LEÔNIDAS OLIVEIRA (Para expor.) - Só poderia ser realmente num ambiente de duas mulheres que um debate tão afetuoso pudesse acontecer. Eu acho que as mulheres na cozinha têm um afeto também, mas as mulheres na vida dão rumos muito bons para este mundo.

Eu acho que a espiritualidade deste mundo, da pandemia, já está acontecendo exatamente hoje. Hoje foi um exemplo desse novo momento de renascimento mais humanista, depois de olharmos para quem somos, entre quatro paredes, repensarmos e revisitarmos os nossos lugares, como o André disse: redescobrir o Brasil.

Não pode ficar somente nessa redescoberta do olhar, tem que ser também da mudança. E a partir dessa mudança e dessa apropriação da nossa cultura na sua forma ampla, que nós vamos, possuidores disso, poder internacionalizar o Brasil com uma imagem melhor. Melhorar a imagem do Brasil passa pelo entendimento desse renascimento humanista de respeito ao outro, aos outros, às outras, à nossa cultura e sobretudo à nossa cultura originária, que é o fundamento de quem somos.

E aí a nossa cozinha é o alimento, é a terra. Eu costumo dizer, Senadora, que é impossível amar o Brasil sem amar o patrimônio histórico. Pátria, patrimônio possuem a mesma raiz: pátria, patrimônio. Para amar o Brasil, a gente tem que amar o nosso patrimônio histórico e cultural e cuidar dele. E o patrimônio histórico não é só aquele protegido, não é só aquele que já está reconhecido - nós temos listas imensas de patrimônios a serem reconhecidos -, mas tudo aquilo que nos identifique enquanto povo, do qual a cozinha, a comida, a cozinha brasileira talvez seja a maior representante, porque ela é capaz de alinhar todos os territórios numa ideia de brasilidade. E, ao alinhar os territórios, seja da praia ou do interior, ou do caminho de Goiás, da nossa Senadora Kátia Abreu, histórico, da conquista do interior, dessa cozinha do Cerrado ou da cozinha do Nordeste, do Pará que é tão bonita... Alinhar toda essa brasilidade passa muito pela nossa cozinha, porque nós gostamos de estar na cozinha, é a nossa sala de estar, onde nós recebemos, os nossos restaurantes.

Então, o turismo, enquanto fato de acontecimento... Desenvolver o turismo rural, desenvolver as comunidades tradicionais com políticas públicas, para que isso aconteça; e sobretudo formação, mas uma formação calcada, baseada em quem somos e quem queremos ser e não no que dizem que devemos ser. (*Palmas.*)

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Muito bem. Nosso Secretário, além de tudo, de toda competência, ainda é um artista nas palavras, um verdadeiro poeta. Muito obrigada.

Quero passar a palavra para o representante da Embratur, para suas considerações, o Sr. André Luiz.

O SR. ANDRÉ LUIZ LIRA REIS (Para expor.) - Eu anotei aqui algumas considerações realizadas pela audiência e eu gostaria de entrar em alguns pontos que realmente são muito importantes.

Primeiramente, eu vejo o turismo, diante de todo o debate que nós tivemos aqui, como um elemento de ressignificação das pessoas. É um vetor e tem que ser, porque ele tem um papel muito grande de transformar comunidades, transformar culturas que, muitas vezes, como até as relatadas aqui, encontram-se em uma situação de vulnerabilidade; e transformar isso em algo com valor, em algo vendável, porque isso sem dúvida fará com que essas pessoas, essa cultura, essa comunidade sejam ressignificadas.

E temos vários exemplos, Senadora, também disso que eu estou falando, espalhados pelo Brasil inteiro, que é o turismo criativo, proporcionando tudo isso para essas comunidades. Artesãs, ou chefs de cozinha que cozinhavam ali para dentro de casa, e que acabam depois oferecendo toda essa cultura para visitante. O que o turismo pode fazer é justamente essa intercessão de levar pessoas e de levar um pouco de condição para que essas pessoas possam agregar valor ao que fazem, para que tenham realmente orgulho do que fazem, para que notem valor no que fazem. Eu acho que o turismo tem esse papel que é muito importante.

Eu falo da necessidade, ressaltando o que a audiência nos passou, de replicar essas iniciativas que são bem-sucedidas. E nós temos exemplos no Nordeste. Eu sou de Recife, então tenho um exemplo lá da Bomba do Hemetério, uma comunidade que recebe hoje visitantes do Brasil inteiro e do exterior também, e lá eles têm um roteiro de artesanato, gastronomia. No

Rio de Janeiro há diversos exemplos. São Paulo, que é um centro gastronômico, a gente também tem diversas situações. Minas Gerais então nem se fala, que também é um polo absurdo de gastronomia, e gastronomia original, brasileira.

Então, o turismo criativo pode ser esse elemento, pode ser um gerador de desenvolvimento para as comunidades, de proporcionar mais inclusão. E nesse momento em que a gente enfrenta tantas dificuldades, por conta de pandemia, o turismo, sem sombra de dúvida, por tudo o que já está apresentando de retomada, pode ser esse elemento de trazer mais desenvolvimento para as comunidades, para os locais, para os destinos.

Para finalizar, falando do papel do turismo criativo para a imagem do País, a Embratur, que tem esse papel de promover o Brasil lá fora e de promover a imagem do País lá fora, está comprometida em levar esses elementos para fora do Brasil, nas suas diversas ações de promoção: na participação nas feiras; nos eventos próprios da Embratur, nos quais nós apresentamos o Brasil para os operadores internacionais; nas nossas campanhas publicitárias também. Então, a gente tem esse norte da importância de passar isso que é tradicional do Brasil, o que nos faz diferente dos outros.

Então é isso. Eu queria agradecer mais uma vez, Senadora, pela presença, pelo convite.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Muito obrigada. Um abraço ao Presidente da Embratur.

Eu vou passar a palavra ao Roberto, Presidente da Braztoa, mas eu gostaria de incluir aqui duas perguntas para quando você for usar a palavra: Quantos roteiros oficiais já temos no Brasil? Existe esse levantamento do número de roteiros?

Em qual Estado ele está mais concentrado, Roberto?

Terceira pergunta. Quais os roteiros mais procurados pelos cinco milhões de estrangeiros que vêm no Brasil? Porque um milhão são argentinos, seis; mas um milhão de argentinos a gente já praticamente sabe que são para Santa Catarina. Já é visível. Se eu estiver enganada, você me corrija. E os outros cinco milhões de estrangeiros? Qual é o destino mais procurado por eles? Principalmente depois da pandemia? E pelos turistas brasileiros? Quais são os roteiros mais procurados? Apenas nominalmente, só para tirar a curiosidade minha e de muitos que estão me perguntando aqui pelo WhatsApp.

Com a palavra, Roberto.

O SR. ROBERTO NEDELCIU (Para expor. *Por videoconferência.*) - Muito obrigado, Senadora, pela oportunidade.

Eu acho que realmente o turismo é uma coisa apaixonante. E essa iniciativa que vocês fizeram nesta audiência de agregar diversas pessoas, diversos fatores... Eu nunca pensei em estar numa reunião junto com o pessoal da Embrapa. E realmente agrega, e realmente acabamos tendo uma visão diferente.

Bom, eu gostaria até de complementar uma coisa que veio pela mídia também, pela rede social, dizendo o seguinte: Como levar isso para os pequenos Municípios? Como eu abordei na minha fala, nós temos essa academia... Estamos tentando levar essa criatividade de como montar esses produtos. Nós fizemos no Mato Grosso do Sul, que foi distribuído para 80 tipos de empresários. Nós estamos negociando agora, para essa de outubro, com Minas Gerais, vamos ver se a gente consegue fechar, e tem outros Estados de onde os secretários municipais de turismo nos procuram, a gente negocia umas cotas de como vai fazer e eles distribuem para os Municípios que eles quiserem. Então, como as nossas palestras hoje estão sendo *on-line*, nós conseguimos abranger qualquer Município que se queira; do Arroio ao Chuí a gente consegue fazer, não tem problema nenhum, e é só a pessoa ter uma ligação com internet. São aulas depois, das sete horas da noite até umas nove e meia, e são bastante tranquilas.

Bom, agora vou responder as perguntas para a senhora. Realmente a quantidade de roteiros brasileiros eu não sei dizer. Realmente nós temos muitos roteiros brasileiros aqui dentro. Nós temos hoje uma diversidade muito grande, e sempre os roteiros tendem a ser criados. Muitos dos operadores Braztoa trabalham *taylor made*, então, depende da necessidade da pessoa, se a pessoa quer ver um roteiro mais culinário, se a pessoa quer um roteiro mais espiritualizado, se a pessoa quer um roteiro cultural, seja o tipo de roteiro que se faça, os operadores Braztoa têm essa especialidade de montar esse roteiro. Então, dizer o número é quase que impossível. Vamos dizer que são infinitos os que a gente pode fazer, com a possibilidade que nós temos aqui no Brasil

Agora respondendo a segunda pergunta: onde os turistas procuram mais? Depende. O pessoal da Embratur sabe muito bem disso. Depende do pessoal da região. Um exemplo: o chinês que pode vir para o Brasil não quer praia, ele quer ver coisas diferenciadas, porque segundo a cultura chinesa, eles não gostam de ter a pele bronzeada. Então, eles nunca vão para a praia, eles vão para lugares mais isolados. Os alemães gostam mais de destinos ecológicos. Então, muitos vão para o Pantanal, a Amazônia, assim como os americanos também. Há lugares, no Amazonas, que recebem mais estrangeiros do que brasileiros, porque eles estão acostumados, então são os cruzeiros que há no Amazonas que recebem muito mais estrangeiros do que brasileiros.

Depende muito. Então, Foz do Iguaçu... São vários destinos. Depende muito da cultura. Os italianos e os espanhóis gostam muito do Rio de Janeiro, gostam de praias, Nordeste; os portugueses também. Então, depende da cultura, depende do povo que você vai trazer, o local para onde ele vai.

Agora, os lugares mais procurados pelos brasileiros. Nós estamos fazendo isso até depois da pandemia... Uma das coisas boas que a pandemia trouxe foi a gente ter necessidade de números. Então, nós começamos a fazer pesquisas. Na nossa última pesquisa, que foi distribuída agora no dia 21 de setembro, com referência a agosto, destinos mais... Nós tivemos que 66% das diárias comercializadas foram viagens nacionais, e nelas, o destaque foi Fortaleza, Nordeste no geral. Gramado, por causa do frio que passou em junho e julho, o pessoal foi muito para Gramado por causa da neve. Natal, Salvador. E apareceu com muito destaque também o interior do Rio de Janeiro e o interior de São Paulo. São regiões que não eram muito desenvolvidas assim na parte de turismo, mas, como o pessoal começou a procurar destinos mais próximos - vou usar até uma expressão que eles usam em Portugal, as escapadelas, viagens mais próximas e mais curtas - o pessoal acabou desenvolvendo muito essas regiões. Por quê? Ainda São Paulo é o grande emissor nacional de turismo. Então, as pessoas começaram a olhar muito dentro dos destinos nacionais. Se a senhora me permite, eu vou falar até de destinos internacionais, aonde os brasileiros estão indo também. Por incrível que pareça, nós tivemos alguns países que facilitaram a entrada de brasileiros, a maior parte brecou, mas agora está abrindo. Um que facilitou muito foi o México, nós nunca vendemos tanta passagem para Cancún e para uma cidade que surgiu recentemente, Tulum, no México. Muita gente está indo para lá, então, está havendo muita procura para isso. Maldivas, nunca tantos brasileiros foram para Maldivas. Por causa de lá ser um arquipélago, mais de cento e poucas ilhas isoladas e cada hotel ficar numa ilha, contribui com o isolamento e com todas as normas sanitárias. Dubai e Egito.

Então, são destinos que ganharam bastante com as aberturas que eles fizeram, logicamente, facilitando mais para os brasileiros que já estão vacinados. E os que não estão vacinados, com os testes de PCR, então, seguindo as normas de segurança sanitária.

Então, mais uma vez Senadora, eu só posso agradecer. Eu coloco a Braztoa à disposição para quando precisar, os nossos números, as nossas informações ou qualquer informação que precisar da parte do turismo. Nós estamos à disposição.

Muito obrigado.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - Obrigada, Roberto. Eu te peço mais um minutinho porque, em toda a audiência pública aqui, nós costumamos fazer um *check-list* e nesse você vai estar incluído.

Para a sua despedida, Kátia, com a palavra.

A SRA. KÁTIA BARBOSA (Para expor.) - Pessoal, eu quero primeiro agradecer a oportunidade mais uma vez e dizer que as pessoas às vezes se enganam também com relação às mulheres cozinheiras no Brasil, que teríamos poucas; temos muitas, muitas mulheres cozinheiras com trabalho bem consistente de pesquisa da comida brasileira, da cultura da comida brasileira.

Mas eu queria ressaltar, queria falar sobre uma novidade para o grande público, que é o uso das PANCs, que são Plantas Alimentícias Não Convencionais, muito pouco difundidas no Brasil, muito pouco usadas no Brasil. Temos uma infinidade de plantas alimentícias não convencionais que se você procurar aqui no jardim você vai encontrar PANCs. Então, se você andar aqui no jardim, você é capaz de encontrar. O trevo, gente, é uma Panc; a flor do trevo é uma Panc; bromélia é uma Panc. De cana do brejo algumas pessoas já devem ter ouvido falar porque se tomava muito chá, é um anti-inflamatório natural, é uma Panc. Os cactos todos no Nordeste são comestíveis, considerados PANCs e, inclusive, considerados superalimentos. O cacau verde, aquele que vai para o lixo geralmente, que não cresce, é uma Panc. Então, que a gente consiga também levantar uma pesquisa e incentivo do uso das PANCs no Brasil porque isso é uma coisa muito bacana e pode ajudar. Porque, se a gente parar para pensar que as PANCs que a gente conhece são tratadas como ervas daninhas... Então, ela é natural do Brasil ela nasceu ali, ela não vai precisar de tanto tratamento, de tanto cuidado para ela crescer e se proliferar. Então, que isso seja uma base alimentícia e que a gente entenda isso também como ingrediente, por favor.

Então, é isso. Eu acho que eu dei o meu recado e eu acho também que o básico, que a gente precisa sempre falar, é investir em educação cultural, não é só história, geografia e matemática. A gente precisa disso tudo, mas a gente precisa educar culturalmente as pessoas, para que a gente não queira, não tenha vontade, mesmo quando está tudo parecendo ruim, escuro, a gente não queira sair do nosso País, a gente queira fazer e florescer.

É isso.

Obrigada, Senadora. Foi um grande prazer estar aqui. Obrigada.

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

Eu quero agradecer ao Sebrae Espírito Santo, através do Pedro Gilson Rigo, que é o Vice-Presidente da Abase, também Sudeste, Diretor Superintendente do Espírito Santo. Muito obrigada. Quero agradecer ao Superintendente do Sebrae São Paulo, que é o Poit. Muito obrigada pelo apoio. Ao Superintendente Presidente do Sebrae Rio de Janeiro, Antonio Alvarenga, também um querido amigo. E ao Diretor Superintendente do Sebrae Minas, Afonso Maria Rocha. Se não fossem esses quatro superintendentes desses quatro Estados, nós não teríamos conseguido viabilizar isso que nós estamos fazendo aqui hoje. Então, muito obrigada ao Sebrae, à Secretaria de Estado de Minas Gerais e à Embratur pela presença, e à Apex, que está sempre conosco. Muitíssimo obrigada a todos mais uma vez.

Quero encerrar fazendo o nosso *check-list* tradicional.

Primeiro ponto, eu sugiro uma missão de alguns *chefs* escolhidos e selecionados, dialogando com o Sebrae nos Estados, para uma visita na Embrapa Alimentos e Territórios, em Alagoas. Eu acho que seria uma oportunidade de nós conhecermos o trabalho da Embrapa, ver o que eles estão fazendo com o Bird e colocar as nossas posições do que que nós achamos - como disse a Kátia aqui agora - das PANCs. É Plancs ou PANCs?

A SRA. KÁTIA BARBOSA (*Fora do microfone.*) - PANCs.

A SRA. PRESIDENTE (Kátia Abreu. Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - TO) - PANCs. Eu nunca tinha escutado. Maravilha! É mais um aprendizado.

Que a gente possa dialogar, os Estados, não só uma missão, mas nós podemos fazer três, o Brasil é muito grande... Pensei em pelo menos um *chef* de cada Estado do Brasil para nós visitarmos a Embrapa para conhecer esse trabalho.

Quando eu tive o desejo, como ministra, de criar essa Embrapa para trabalhar justamente os aromas e sabores do Brasil, foi para que isso lá atrás já viesse com a oportunidade de o Brasil ser conhecido - que já é hoje - como um gigante na produção de alimentos, mas também um gigante na gastronomia. Eu não me conformo de ver países tão pequenos e com tão pouca diversidade, apesar de os alimentos serem bons, chegarem tão adiante e nós não conseguimos deslocar. Com a gastronomia da Amazônia, do Sudeste, especialmente de Minas Gerais, da Bahia, do Nordeste como um todo, do Rio Grande do Sul, é impressionante, inadmissível, e fico mais chocada quando o Secretário de Minas Gerais, o Leônidas, diz que 6 milhões de turistas estrangeiros em 2004 e 6 milhões de turistas em 2019. Isso significa, ao fim ao cabo - ainda bem que passaram vários governos, não estamos direcionando nada a nenhum Presidente -, nós jogamos dinheiro fora. Nós aplicamos mal o recurso público brasileiro e nós temos a obrigação moral de nos atentar a isso. Quais são os resultados? Será que ninguém viu isso, durante todo esse período, que o turismo não está aumentando? Qual é a estratégia nova para enfrentar isso? Eu pergunto à Embratur, eu pergunto ao Ministério do Turismo. Têm noção desses números? Nós temos que mudar de estratégia. Eu não posso todo dia ficar quebrando uma castanha com uma marreta que quebra. Quebra a marreta e não quebra castanha. Eu tenho que inventar, eu tenho que mudar. Eu sempre digo para os meus filhos, criei todos assim Kátia, que só não há jeito na vida para a morte, morreu acabou. Para o resto, tudo tem que ter uma forma de reverter.

Então, esse número para mim foi fatal aqui, no dia de hoje: estratégia equivocada, dinheiro público desperdiçado, não estão utilizando as inteligências na área do Brasil.

Então, a visita. Nós temos 132 embaixadas no mundo, ao todo, duzentos e tantos postos, mas, embaixadas, 132. Nós tivemos um almoço ontem no Itamaraty e nós vamos usar essas embaixadas. Vou ajudar o chanceler com recursos junto ao Senac, que cuida dessa área, junto ao Sebrae e à Apex, para nós transformarmos essas embaixadas em verdadeiras casas da economia criativa do Brasil, servindo comida para os operadores de turismo - eles é que nos interessam -, para os embaixadores estrangeiros, para divulgar o artesanato, o turismo, o turismo sustentável e a gastronomia nas embaixadas do Brasil. Nós temos que fazer isso com persistência.

André Luiz, representante da Embratur, isso é uma coisa efetiva. As feiras são boas, mas você não mede o que acontece numa feira. Você vai lá, participa, vai embora, e o resultado medido disso... É muito frágil para ver o resultado. Agora, trabalhar com os operadores de turismo, em todos os lugares do mundo, isso é da maior importância. E principalmente, também, a imprensa internacional.

Terceiro ponto: nós vamos fazer as rotas desses trabalhos aqui da Comissão de Relações Exteriores. O que que nós queremos produzir? Já estamos produzindo com o Sebrae da região norte da Amazônia, nós vamos produzir as rotas da Amazônia. Por isso pedi para o Roberto ficar: a sua ajuda vai ser fundamental. O Sebrae pretende, junto com a Apex, se necessário for, eu vou recolher emendas parlamentares, para gente contratar uma grande consultoria para elaborar essas rotas vindo de onde há gente - Europa, Ásia, Estados Unidos - e em que existe o maior tíquete de gasto médio nos países, principalmente os Europeus. Então, as rotas da Amazônia, já estamos definidos de que iremos fazer.

Estou levando a Semana da Amazônia para Portugal, dias 11, 12 e 13 de novembro. Nós estamos levando toda a gastronomia, todo o artesanato, estamos levando dançarinos do Carimbó, estamos levando Boi Garantido e Caprichoso, que eu não pude fazer no Senado por causa da pandemia, está fechado, mas nós vamos levar para Portugal, num grande seminário que faremos lá junto com o IDP, instituto de estudos jurídicos, e tanto a Câmara como o Senado vão complementar esse evento. Nós já vamos levar todo esse pessoal para poder exibir por lá.

Então, essas rotas, ao fim ao cabo, o Senado Federal, a Gráfica do Senado e a Diretoria do Senado, nós queremos participar na publicação dos livros dessas rotas - o Senado tem gráfica para isso. Nós queremos misturar as rotas turísticas, mostrando gastronomia, mostrando o artesanato e mostrando a cultura.

Eu gosto e sou, por exemplo, como diz o Roberto, sou da China, sou um chinês. Eu quero ir à Amazônia. Quantas rotas há? Não vou conseguir fazer todas, mas vou fazer pelo menos duas, três. Escolhe a rota, aeroporto, aonde vai, quanto tempo de voo, quais são os pratos típicos, quais os restaurantes que estão treinados? A gente quer fazer uma coisa, um pacote muito completo de tudo isso, para a Apex e a Embratur poderem fazer o seu trabalho lá fora.

Então, nós estamos juntando as forças. O recurso é pouco de todo mundo, mas, se a gente juntar as forças, fica um recurso grande, mas com objetividade e foco. E a CRE vai acompanhar isso 24 horas, porque nós queremos trazer a política externa, o comércio exterior para o interior do Brasil, para romper o desenvolvimento e ajudar a acabar com a pobreza e a miséria.

Eu gostaria de pedir ao Sebrae São Paulo que disponibilizasse para os 27 SEBRAEs e os 27 secretários de turismo o livro do Ribeira, para que eles possam conhecer o que é um planejamento da economia criativa, o que o Sebrae pode fabricar.

Gostaria que os secretários de turismo e cultura e todos os que puderem ajudar - é o quinto item - que possam nos fornecer quais são os impedimentos legais na área sanitária e na área ambiental que estão impedindo os artesãos de trabalhar e impedindo a gastronomia de evoluir. Então, nós queremos entender esse *check-list*. Todos que puderem nos ajudar a levantar em seus Estados e nos enviar. Como ele citou, o caso do capim, a questão do tacho de cobre, a colher de pau... O que é isso? Se o queijo francês mudar toda a sua forma artesanal de ser feito, ele não é o queijo francês. Então, eu não sei o que querem de nós. Então, vamos combater - combater no bom sentido -, dialogar, para que esses desafios possam ser rompidos.

Gostaria de chamar todos vocês, especialmente o Roberto, para que nós pudéssemos fazer um plano safra do turismo para o Ministério do Turismo e o Congresso Nacional. O que que significa isso? Por que que a agricultura chegou aonde chegou? Embrapa e recurso; terra e clima Deus nos deu. Terceiro ponto: recurso, investimento de um Plano Safra, de 40 anos de Plano Safra, em que os produtores puderam se organizar e se planejar e saber o dinheiro que tinham. Menos do que aquele ano, não iria haver no ano seguinte; sempre mais, mas menos jamais. Para que os produtores se planejem, quantos hectares vão plantar disso, daquilo, daquilo outro.

Então, essa sustentabilidade econômica que fez, foi um dos motivos, que fez com que a agricultura brasileira rompesse. O que que adiantava a Embrapa se matar, pesquisar tudo do bom e do melhor e não ter crédito para plantar? Então, eu fiz isso em 2019.

Eu fui para a Comissão de Orçamento pela primeira vez na minha vida, não é uma Comissão que me atrai. Fui e pedi uma relatoria. Eu podia, naquele com relativa amizade e prestígio, escolher as grandes relatorias. Eu escolhi o turismo. Ninguém entendeu. "Eu quero o turismo". E apresentei um plano safra para o ex-ministro, apresentei um plano safra, um modelo de plano safra, com dinheiro garantido, porque eu imaginei que dali ele pudesse seguir adiante e o Ministério do Turismo criasse essa prática de um "plano safra", entre aspas, a exemplo da agricultura, mas que pudesse ter uma luz no fundo do túnel para esse setor. Eu acho que seria um grande passo. Nós já temos a Embrapa pesquisando gastronomia, nós temos a Embratur, nós temos o Ministério do Meio Ambiente... Desculpa, o Ministério do Turismo...

Ai de nós do turismo brasileiro se não fosse o Sebrae, que hoje está nos amparando, ancorando, não só com recurso, mas com eficiência. Porque não adianta ter dinheiro; tem que ter dinheiro e eficiência, competência na gestão.

Então, eu acho que esse conjunto de instituições pode se unir e planejar um plano safra do tamanho do orçamento brasileiro. Ninguém vai atrás de R\$500 bilhões, como tem o México. Um dia nós vamos chegar lá, mas nós temos que fazer e apoiar o Ministro com o Senado Federal e a Câmara dos Deputados, para aprovar no Orçamento esse plano assinado por todos os *traders* de turismo, por todas as instituições, por toda a representação, desde o artesanato, 50 setores aqui que disseram que têm. Nós temos que exigir essa política pública do Governo brasileiro.

Não é uma crítica pessoal. Nunca existiu, em governo nenhum. Então, eu já vou dizer logo que não é nada direcionado.

Chegou o momento. A pandemia nos ensinou que o turismo pode ser uma salvação da Nação, através da gastronomia, através da cultura, através da arte... Vamos resgatar tudo isso, aproveitar esse momento e vamos implementar o plano safra do turismo. E eu espero que o nosso Ministro possa nos acompanhar.

Então, encerro agradecendo e convidando a todos para que nós possamos ir agora para a nossa mostra gastronômica, certo? Eu nem tomei café da manhã, só comi aquele queijo aqui hoje.

E encerro roubando temporariamente, momentaneamente, a frase da Ribeira: "Dá gosto de ser da Ribeira". E eu quero dizer que dá gosto de ser do Brasil, dá gosto de ser deste grande País, dá gosto de ser do meu Tocantins! (*Palmas.*)

Muitíssimo obrigada a todos.

Agradeço mais uma vez a participação das senhoras e senhores, das autoridades aqui presentes, especialmente dos nossos convidados. Agradecendo a todos pela presença, declaro encerrada esta presente e histórica reunião.

Obrigada.

(Iniciada às 10 horas e 15 minutos, a reunião é encerrada às 12 horas e 50 minutos.)