



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO
MESTRADO PROFISSIONAL EM TURISMO

**FESTIVAL "MISTURA" (LIMA/PERU): NOVA JANELA DE INCLUSÃO DOS
AGRICULTORES FAMILIARES PELO TURISMO GASTRONÔMICO**

BRASÍLIA
2015



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO
MESTRADO PROFISSIONAL EM TURISMO

ALEXANDER MALAVER COPARA

**FESTIVAL "MISTURA" (LIMA/PERU): NOVA JANELA DE INCLUSÃO DOS
AGRICULTORES FAMILIARES PELO TURISMO GASTRONÔMICO**

Dissertação do Mestrado Profissional em Turismo da
Universidade de Brasília para obtenção de título de
Mestre. Orientadora: Prof^a. Dra. Iara Lucia Gomes
Brasileiro

BRASÍLIA

2015

Mf Malaver Copara, Alexander

FESTIVAL "MISTURA" (LIMA/PERU): NOVA JANELA DE INCLUSÃO DOS AGRICULTORES FAMILIARES PELO TURISMO GASTRONÔMICO / Alexander Malaver Copara; orientador Iara Lucia Gomes Brasileiro. -- Brasília, 2015.
90 p.

Dissertação (Mestrado - Mestrado Profissional em Turismo) -
- Universidade de Brasília, 2015.

1. Turismo. . 2. Agricultura. . 3. Gastronomia.. 4. Evento. . 5. Sustentabilidade..I. Gomes Brasileiro, Iara Lucia , orient. II. Título.

ALEXANDER MALAVER COPARA

**FESTIVAL "MISTURA" (LIMA/PERU): NOVA JANELA DE INCLUSÃO DOS
AGRICULTORES FAMILIARES PELO TURISMO GASTRONÔMICO**

Banca Examinadora

Prof^a. Dra. Iara Lucia Gomes Brasileiro
Orientadora UnB/CET

Prof^a Dra. Ivany Neiva
Avaliador Externo

Prof^a Dra Neuza de Farias Araújo
Avaliador interno UnB/CET

Brasília, de de

Dedico esse trabalho a toda minha família e amigos, em especial a minha querida mulher Laura Cristina Martins de Souza e meu filho Santiago Martins Malaver, que são meu eterno incentivo.

Agradeço o apoio de Apega e as diferentes instituições peruanas, que me ajudaram na elaboração deste projeto.

Agradeço a minha orientadora, Prof.^a Iara Lucia Gomes Brasileiro, por ter me encaminhado pelas Sendas da vida acadêmica.

RESUMO

O presente trabalho foi realizado com o objetivo de analisar as dimensões sócio-econômicas e culturais da sustentabilidade presentes no Festival Gastronômico *Mistura* visando sua possível contribuição para o desenvolvimento de comunidades de agricultores familiares e seus reflexos no turismo. Para estruturar o trabalho o autor delimitou a história e as características do turismo, dos eventos, da gastronomia, agricultura familiar e de gênero ligado à sustentabilidade e inclusão. Foram apresentados os impactos que gera o turismo gastronômico por meio de *Mistura* em duas comunidades alto andinas sendo estas a comunidade de Hayllacayan e a de Malpaso ambas localizadas na região de Huánuco do Peru. Visando assim o começo do desenvolvimento de duas comunidades tendo o Turismo como atividade importante de desenvolvimento para as comunidades estudadas. Num segundo momento foram apresentados os procedimentos metodológicos utilizados no trabalho e para um melhor delineamento do estudo, foram utilizados questionários e entrevistas estruturadas com questões fechadas e abertas sendo estas objetivas, com isso foi identificado que nas duas comunidades visitadas se pode enxergar que a Feira é um evento importante para o desenvolvimento destas comunidades que se comprovou que as dimensões sócio-econômica e cultural da sustentabilidade presentes no Festival Gastronômico *Mistura* contribuem de forma direta para o desenvolvimento das comunidades agricultoras de Hayllacayan e Malpaso refletindo nas suas estruturas como a política, social, cultural econômica e ecológica. Por sua vez identificou-se que os produtos produzidos por estas comunidades vêm sendo conhecido nas grandes capitais do Peru e dos chefes gourmet, isto está originando um deslocamento de turistas nacionais e internacionais para as comunidades produtoras de produtos nativos, confirmando ser um crescimento do setor Turismo, por consequência a Feira elevou a oferta turística no Peru e abriu uma janela de inúmeras oportunidades para os pequenos agricultores.

Palavras-chaves: Turismo. Agricultura. Gastronomia. Evento. Sustentabilidade.

RESUMEN

El presente trabajo fue realizado con el objetivo de analizar las dimensiones socioeconómica y cultural de la sostenibilidad presentes en el Festival Gastronómico Mistura visando su posible contribución para el desarrollo de comunidades de agricultores familiares y sus reflejos en el turismo. Para estructurar el trabajo el autor delinea la historia y las características del turismo, de los eventos, de gastronomía, agricultura familiar e de género conectados a la sostenibilidad e inclusión. Fueron presentados los impactos que genera el turismo gastronómico por medio de Mistura en dos comunidades alto andinas siendo esta la comunidad de Hayllacayan y la de Malpaso ambas localizadas en la región de Huánuco del Perú. Visando así el comienzo de desarrollo de dos comunidades siendo participe el turismo como actividad importante de desarrollo para las comunidades estudiadas. En segundo momento fueron presentados los procedimientos metodológicos utilizados en el trabajo y para un mejor delineamiento de estudio, fue utilizado cuestionarios y entrevistas estructurados con preguntas cerradas y abiertas siendo estas objetivas, con esto fue identificado que en las dos comunidades visitadas se pudo observar que la feria es un evento importante para el desarrollo de estas dado que se comprobó que las dimensiones socioeconómica y cultural de la sostenibilidad presentes en Festival Gastronómico Mistura contribuyen de forma directa para el desarrollo de las comunidades agrícolas de Hayllacayan y Malpaso reflejándose en sus niveles como la política, social, cultural, económica y ecológica. A su vez se identificó que los productos producidos por estas comunidades vienen siendo conocidas en las grandes capitales del Perú y de los chefs gourmet, esto está originando un desplazamiento de turistas nacionales e internacionales para las comunidades productoras de especies nativas, confirmando ser un crecimiento del sector Turismo por consecuencia la feria elevó la oferta turística en País y abrió una ventana de innumerables oportunidades para los pequeños productores

Palabras-claves: Turismo. Agricultura. Gastronomía. Evento. Sustentabilidad.

ABSTRACT

This study was conducted to analyze the socio-economic and cultural dimensions of sustainability present in the Gourmet Festival *Mix* to its possible contribution to the development of family farming communities and their impact on tourism. To structure the assignment the author outlined the history and characteristics of tourism, events, gastronomy, family farming and gender on sustainability and inclusion. The impacts that generate gastronomic tourism by means of mixing in two Andean communities, Hayllacayan community and the Malpaso both located in Huanuco region of Peru were presented. Thus aiming at the beginning of the development of two communities being involved tourism as an important development activity for the communities studied. Secondly were presented the methodological procedures used in the assignment and a better design of the study, structured questionnaires and interviews were used with closed and open questions and these objective, a result that was identified in the two communities visited one can see that the Fair is an important event for the development of these it has shown that socio-economic and cultural dimensions of sustainability present in the Gourmet Festival *Mix* contribute directly to the development of farming communities of Hayllacayan and Malpaso reflecting in their structures such as political, social, economic cultural and ecological. As a result it was found that the products produced by these communities has been known in the big cities of Peru and gourmet chefs, generating a displacement of national and international tourists to the producing communities of native products, confirming to be a growth of tourism sector therefore the Fair increased the tourism in Peru and gave numerous opportunities for small farmers.

Keywords: Tourism. Agriculture. Gastronomy. Event. Sustainability.

LISTA DE SIGLAS

| | |
|----------|--|
| ADEX | Asociación de Exportadores |
| ANPE | Asociación Nacional de Productores Ecológicos |
| APEGA | Asociación Peruana de Gastronomía |
| APORTU | Asociación Peruana de Operadores de Turismo Receptivo e I |
| CONVEGRO | Convención Nacional del Agro Peruano |
| FAO | Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura |
| INEI | Instituto Nacional de estatística e Informática |
| MINCETUR | Ministério de Comercio Exterior e Turismo |
| OMT | Organização Mundial do Turismo |
| ONGs | Organizações não Governamentais |
| PBI | Produto Interno Bruto |
| PEA | População Economicamente Ativa |
| PENTUR | Plano Estratégico Nacional de Turismo |
| UNESCO | Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura |

LISTA DE GRAFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1 - Faixa Etária..... | 57 |
| Gráfico 2 - Sexo..... | 58 |
| Gráfico 3 - Grau de Escolaridade..... | 59 |
| Gráfico 4 - Representação da comunidade..... | 60 |
| Gráfico 4.1 - Lista de Representantes..... | 61 |
| Gráfico 5 - Frequência ao Mistura..... | 61 |
| Gráfico 6 - Principal motivo para participar do Mistura | 62 |
| Gráfico 7 - O Mistura é uma Feira Inclusiva..... | 63 |
| Gráfico 8 - Acesso ao Mistura..... | 64 |
| Gráfico 9 - Contribuição do Mistura para o resgate cultural..... | 65 |
| Gráfico 10 - Respeito à tradição Social..... | 66 |
| Gráfico 11 - Desenvolvimento Socioeconômico..... | 67 |
| Gráfico 12 - Melhoria de renda familiar..... | 69 |
| Gráfico 13 - Melhoria na comunidade a partir da participação no Mistura..... | 70 |
| Gráfico 14 - Na produção o Meio Ambiente é respeitado..... | 72 |
| Gráfico 15 - Impacto da feira na sociedade..... | 74 |
| Gráfico 12 - Orgulho das raízes | 75 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1 - Princípios gerais da sustentabilidade..... | 39 |
| Quadro 2 - Dimensões e estratégias gerais da sustentabilidade..... | 40 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADEX – Asociación de Exportadores

ANIQUEM – Asociación de ayuda para Niños con Quemaduras

ANPE – Asociación Nacional de Productores Ecológicos

APEGA – Asociación Peruana de Gastronomía

APOTUR - Asociación Peruana de Operadores de Turismo Receptivo e Interno

CONVEAGRO - Convención Nacional del Agro Peruano

CSA-UPCH - Centro para la Sostenibilidad Ambiental de la Universidad Peruana Cayetano Heredia

EMBRATUR - Empresa Brasileira de Turismo

FENAREP – Federación Nacional de Recicladores

INEI - Instituto Nacional de estadística e Informática

MINCETUR - Ministério de Comercio Exterior e Turismo

OMT - Organização Mundial do Turismo

ONGs – Organizações não Governamentais

PBI – Produto Interno Bruto

PEA - População Economicamente Ativa

PENTUR - Plano Estratégico Nacional de Turismo

PUCP - Universidade Católica de Lima

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

USAID - United States Agency International Development

SUMÁRIO

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | INTRODUÇÃO | 16 |
| 1.1 | Objetivo Geral | 17 |
| 1.2 | Objetivos Especificos | 17 |
| 1.3 | Justificativa | 17 |
| 1.4 | Problema de Pesquisa | 18 |
| 1.5 | Sub - Problema | 18 |
| 2 | TURISMO..... | 19 |
| 2.1 | Turismo Sustentável..... | 21 |
| 2.2 | Eventos Comerciais: As feiras..... | 22 |
| 2.2.1 | Eventos Gastronômicos..... | 25 |
| 2.3 | Eventos Sustentáveis..... | 26 |
| 2.3.1 | Desafios para fazer um eventos sustentáveis..... | 27 |
| 2.3.2 | Identidade do evento:princípios e ações | 27 |
| 2.3.3 | Encontros culturais..... | 28 |
| 2.3.4 | Cadeias de produção e de consumo do evento..... | 28 |
| 2.3.5 | Medidas para diminuir impactos socioambientais..... | 29 |
| 2.3.6 | Medidas para economia local, distribuição de renda | 29 |
| 2.4 | O Festival Gastronômico Mistura de Lima (Peru)..... | 29 |
| 2.4.1 | Cocina Novoandina..... | 32 |
| 2.4.2 | Origem do Mistura | 33 |
| 3 | SUSTENTABILIDAD | 37 |
| 4 | AGRICULTURA..... | 42 |
| 4.1 | Agricultura Familiar..... | 44 |
| 4.1.1 | Aliança cozinheiro - agricultor (APEGA)..... | 49 |
| 4.1.2 | Mulheres agricultores..... | 50 |
| 5 | METODOS E TECNICAS DE PESQUISA | 51 |
| 5.1 | População e amostra | 53 |
| 5.2 | Caracterização dos instrumentos de pesquisa | 54 |
| 5.3 | Procedimentos de coleta e de análise de dados..... | 54 |
| 6 | ANALISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA..... | 55 |
| 7 | CONSIDERAÇÕES FINAIS | 76 |

| | |
|------------------|----|
| REFERÊNCIAS..... | 79 |
| APÊNDICES..... | 82 |

1. INTRODUÇÃO

O *Festival Gastronômico Mistura* é um projeto da Sociedade Peruana de Gastronomia (APEGA), uma associação cultural sem fins lucrativos reconhecida pelo Ministério de Cultura do Peru e formada por gastrônomos, nutricionistas, donos de restaurantes, cozinheiros, pesquisadores, enólogos e jornalistas, além de centros de formação de cozinha e universidades.

A Feira Gastronômica nasceu precisamente da aliança de seus associados para promover o desenvolvimento sustentável através da gastronomia. Inicialmente (julho 2008) denominada *Peru, muchogusto*, o *Mistura* se consolidou como a Feira Gastronômica mais tradicional da América Latina e está adquirindo uma crescente notoriedade internacional.

Os índices favoráveis que *Mistura* originou para o turismo gastronômico incentivou o autor deste trabalho a iniciar uma pesquisa para aprofundar o conhecimento no âmbito do desenvolvimento da Feira gastronômica *Mistura* em sua vocação social e cultural. Buscou-se estudar e analisar a organização do evento a partir de sua estrutura que, de acordo com seus promotores, a Associação Peruana de Gastronomia (APEGA), “[...] é uma grande festa cultural onde todos se encontram sem distinções para celebrar a tradição culinária, reafirmando assim sua identidade” (MISTURA, 2012).

Foi assim que nasceu o interesse pela pesquisa. A cada ano o sucesso da Feira tem sido impressionante, pois o número de pessoas que se desloca para o evento não tem precedentes no Peru, e o que chamou a atenção do autor desta Dissertação foi o número de turistas na Feira, tanto nacionais como estrangeiros que no ano de 2012 somaram 29.962 segundo a APEGA de um total 406.000 visitantes (MISTURA, 2012).

Nesta pesquisa foram estudadas as dimensões sócio-econômica e cultural da sustentabilidade do *Mistura*, e se estes dois aspectos contribuem para o desenvolvimento de duas comunidades agrícolas alto andinas: a de Hayllacayan e a de Malpaso. Caso isso ocorra poder-se-á inferir que a Feira é inclusiva e sustentável.

A Feira tem como proposta básica o resgate dos produtos gastronômicos e a culinária tradicionais, buscando a inclusão verdadeira dos pequenos produtores rurais. O deslocamento de turistas para o evento fomenta o desenvolvimento de um turismo gastronômico também sustentável.

Portanto, as ações que se pesquisou neste projeto buscaram encontrar variáveis estabelecidas pelo autor para confirmar o desenvolvimento harmonioso entre a gastronomia e o turismo que juntam-se num desenvolvimento inclusivo da agricultura familiar no Peru.

1.1 Objetivo Geral

Analisar as dimensões sócio-econômico e cultural da sustentabilidade presentes no Festival Gastronômico *Mistura* visando sua possível contribuição para o desenvolvimento de comunidades de agricultores familiares e seus reflexos no turismo.

1.2 Objetivos Específicos

- Fazer levantamento documental relativo à agricultura familiar e políticas de desenvolvimento no Peru;
- Identificar comunidades de agricultores participantes do Festival e possíveis alianças com empresários e instituições do ramo gastronômico;
- Levantar dados sobre o turismo no país, particularmente sobre o Turismo Gastronômico.

1.3 Justificativa

É fato que hoje em dia, os profissionais em turismo se encontram na procura de métodos para o desenvolvimento harmonioso da atividade turística em equilíbrio com o meio ambiente, a economia e a cultura, naquilo que se discute e se entende como as bases do desenvolvimento sustentável. Nesse sentido tomou-se a decisão de desenvolver como tema de pesquisa a “Nova janela de inclusão dos agricultores familiares pelo turismo gastronômico” onde o Turismo e a Gastronomia são as duas atividades sociais em um festival gastronômico com que se pretende transmitir a

seus assistentes a importância dos princípios da sustentabilidade baseados na consciência de conservação e inclusão.

Uma das abordagens desta pesquisa é identificar os aspectos social e cultural da organização de um festival gastronômico que o tornam ligados ao desenvolvimento sustentável. Procura-se desta maneira que o desenvolvimento de um festival gastronômico não seja apenas fim, e sim um meio para que se converta num instrumento de desenvolvimento de um Turismo de inclusão com identidade cultural e integração social.

Além disso, observe-se o interesse do autor em aprofundar o conhecimento sobre a Feira Gastronômica *Mistura* em sua vocação social e cultural, iniciado em pesquisa para trabalho final de conclusão do curso de Especialização em Negócios Turísticos realizado no Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília.

1.4 Problema de Pesquisa

Quais são os impactos socio-econômico e cultural que o Festival Gastronômico *Mistura* traz e em que beneficiam a inclusão das comunidades de agricultura familiar?

1.5 Sub-problema

Como o Turismo Gastronômico se torna uma janela de oportunidades para essas comunidades?

2. TURISMO

Este capítulo traz o referencial teórico do trabalho. São tratadas aqui questões relativas ao turismo, turismo gastronômico, eventos e o gênese do *Mistura*.

Como toda atividade relativamente “nova”, o turismo passa por vários questionamentos. Sua característica multifacetada e seu complexo caráter multidisciplinar fazem com que não possua um conceito único no seu entendimento e, mesmo, no seu desenvolvimento. Isso fez com que vários estudiosos e organismos internacionais realizassem estudos sobre o tema, objetivando chegar a uma conceituação que melhor representasse a atividade.

Não há uma definição única do que seja turismo, ela se transforma de acordo com as necessidades humanas, assim sua definição torna-se dinâmica e surge de acordo com o comportamento sociocultural e econômico da humanidade (OTTO, 2001, p.19).

O primeiro conceito para a atividade remonta a 1911 e foi apresentada por, Hernann von Schullernzu Schattennhofen (*apud* BARRETO, 2008, p. 9) “Turismo e o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada à permanência e na saída do turista de um determinado município, estado ou país”.

O Turismo pode ser considerado um agrupamento de setores, existindo entre eles uma complementaridade técnica. Tendo em conta sua heterogeneidade e complexidade, pode-se afirmar que o turismo, como setor econômico, é um conceito difícil de definir de maneira uniforme. Muito mais que um setor, é uma atividade que se estende de forma direta por vários setores da economia, e, de forma indireta, por todos os demais fatores (TRIGO, 2001, p.11).

O conceito de turismo tem muitas abrangências e na realidade não existe um único e verdadeiro conceito, uma vez que podemos definir turismo através de duas ópticas, ou seja, existem definições de turismo pelo lado da oferta e definições de turismo pelo lado da procura (demanda).

Pelo lado da procura uma das definições mais conhecidas é a da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2012):

Turismo é o conjunto de atividades praticadas pelos indivíduos durante as suas viagens e permanência em locais situados fora do seu ambiente habitual, por um período contínuo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros (OMT, 2012).

Ao mesmo tempo em que isso não é uma definição técnica rigorosa, transmite a natureza essencial do turismo, ou seja:

- ✓ O turismo surge de um movimento de pessoas para lugares e destinações diversos, bem como de sua estada neles.

- ✓ Há dois elementos no turismo: a viagem até a destinação e a estada nessa destinação (incluindo as atividades ali realizadas).

- ✓ A viagem e a estada acontecem fora do ambiente ou local normal de residência e trabalho, de forma que o turismo faz surgir atividades diferentes daquelas das populações residentes e que trabalham nos locais nos quais os turistas viajam e permanecem.

- ✓ O movimento para destinações é temporário e tem caráter de curto prazo, a intenção é de renovar entre alguns dias, semanas ou meses.

- ✓ As destinações são visitadas com propósitos de não estabelecer residência ou trabalho permanente naqueles locais.

Pelo lado da oferta, temos também várias definições. Uma delas é a apresentada por Stephen Smith (2006, p.13):

Turismo é composto por um agregado de atividades de negócios que, direta ou indiretamente, fornecem bens ou serviços que suportam as atividades de lazer e de negócio realizadas pelas pessoas fora dos seus locais de trabalho e residência habitual.

Esta definição divide o turismo em dois grupos: bens e serviços que deixariam de existir se não houvesse turismo e/ou bens e serviços fornecidos para as atividades do turismo e para as atividades não turísticas.

2.1 Turismo sustentável

“O debate sobre o conceito de Turismo sustentável é um fenômeno dos anos 90. Todavia, suas origens repousam no conceito mais amplo de desenvolvimento sustentável que convive conosco há muitas décadas” (SWARBROOKE, 2000, p.3).

Ainda de acordo com esse autor,

Desde o início dos anos 90 a expressão Turismo sustentável passou a ser usada com frequência e encerra uma abordagem do turismo que reconhece a importância da comunidade local, a forma como as pessoas são tratadas e o desejo de maximizar os benefícios econômicos do turismo para essa comunidade. Esse conceito foi reconhecido no Green Paper on tourism publicado em 1995 pela União Europeia (SWARBROOKE, 2000, p.14).

Segundo Richards 2001 (*apud* BRAMWELL *et al.*,1996), turismo sustentável é aquele que leva em consideração a população local e o meio ambiente. O desenvolvimento do turismo e novos investimentos no setor não deveriam depreciar o próprio turismo. Antes, as novas ações deveriam integrar-se com o meio ambiente.

O Turismo Sustentável deverá ser economicamente viável, não destruir os recursos naturais dos quais depende e dependerá principalmente do meio ambiente físico e do tecido social da comunidade social.

O Turismo sustentável não é apenas proteção ao meio ambiente, ele também está ligado à viabilidade econômica em longo prazo e à justiça social. Iniciativas planejadas para alcançar o turismo sustentável trazem benefícios a algumas pessoas e prejuízos a outras, é, portanto um campo altamente político e não apenas tecnocrático (SWARBROOKE, 2000, p.25).

Do ponto de vista do meio ambiente, o turismo sustentável demonstra a importância dos recursos naturais para a economia de uma comunidade. O bem-estar social pode ajudar a preservar esses recursos porque levará ao monitoramento, administrando os impactos do turismo, desenvolvendo métodos confiáveis de obtenção de respostas, assim opondo-se a qualquer efeito negativo.

Turismo sustentável significa turismo de igualdade do ponto de vista social dado que não pode existir se o meio ambiente for protegido, mas ignoradas as necessidades sociais dos turistas e das comunidades locais. Por meio do turismo sustentável, portanto, busca-se justiça: “Tratamento justo a todos os participantes do turismo é administrar turismo de maneira que a população local possa manter sua dignidade e orgulho de si mesmos e em sua comunidade” (STABLER, 1997, p.26).

2.2 Eventos comerciais: as feiras comerciais

As feiras eram uma das formas de comércio mais importantes da Idade Média. Surgiram em função da necessidade dos indivíduos de comer, vestir-se, garantir trocas, entre outras. Ofereciam oportunidade de comércio em escala crescente, o que propiciou desenvolvimento das atividades produtivas, pois criavam mercado para o que fosse produzido (MATIAS, 2004).

Em 1841, acontece o congresso antialcoólico nas cidades de Leicester e Loughborough. O inglês Thomas Cook, também conhecido como o "pai das viagens organizadas", levou 570 pessoas para participarem desse congresso. Foi a partir desse encontro e dessa iniciativa de organização que, também, surgiu o turismo de eventos (MATIAS, 2004).

Na Idade Moderna as feiras tornaram-se verdadeiras organizações comerciais planejadas, que passaram a motivar ainda mais as pessoas a se deslocarem em busca de informações e troca de produtos, fazendo com que as viagens a partir daí passassem a apresentar também interesse profissional (MATIAS, 2004).

Com a revolução industrial, o número de feiras e exposições aumentou cada vez mais, firmando-se como uma forma de mostrar e vender produtos que estavam sendo produzidos pelas indústrias e manter o nível de emprego (MATIAS, 2004).

A consolidação da atividade Eventos ocorreu no Século XVII, com o advento da Revolução Industrial, que trouxe um novo estímulo para a atividade comercial existente desde a Idade Média. Mas, além das feiras, outros eventos, como as exposições mundiais, as Olimpíadas e a Copa do Mundo de Futebol tiveram importante papel nesse processo, solidificando cada vez mais as bases da atividade (MATIAS, 2004).

Segundo Simões (1995, *apud* MATIAS, 2004, p.75):

Evento é um acontecimento criado com a finalidade específica de alterar a história da relação organização pública, em face das necessidades observadas. Caso esse acontecimento não ocorresse, a relação tomaria rumo diferente e, certamente problemático. (SIMÕES 1995, *apud* MATIAS, 2004, p.75).

Os eventos têm sido utilizados hoje, como um dos instrumentos mais viáveis e de maior sucesso em comunicação. A implantação das atuais e sofisticadas técnicas de promoção e comercialização garantem a divulgação e o programa de novas tecnologias turísticas (BRITTO e FONTES, 2002).

Um evento é ajustado às necessidades da demanda do mercado a que se destina. No caso do turismo, os eventos motivam e orientam o consumo de determinada localidade (bens e serviços), diminuindo a ociosidade característica da baixa estação e, com isso, promovendo um melhor aproveitamento do produto turístico tornando-se numa forma de as localidades ou entidades turísticas promoverem sua imagem (BRITTO e FONTES, 2002).

Ainda de acordo com esses autores, os eventos estão criando oportunidades de viagens, ampliando o consumo, permitindo a estabilidade dos níveis de emprego do setor e promovendo o desenvolvimento e a comercialização dos produtos (BRITTO e FONTES, 2002).

É importante notar, por essas razões, que o evento deve ser pensado como uma atividade econômica e social que gera uma série de benefícios para os empreendedores, para a cidade promotora, para o comércio local, restaurantes e hotéis, e para a comunidade. Quanto maior for o evento, maior será seu impacto econômico e social, em níveis local e regional. Assim, a magnitude e a natureza do evento são fatores que lhe proporcionam valor socioeconômico (BRITTO e FONTES 2002).

Ao se desenvolver e distribuir os fluxos, o evento estará cumprindo o papel econômico do turismo aumentando o número de ocupação nos meios de hospedagem, diminuindo a sazonalidade, movimentando restaurantes, casas de diversões, favorecendo a distribuição da renda e possibilitando o efeito multiplicador do turismo (BRITTO e FONTES, 2002).

Os eventos são ações que envolvem pesquisa, planejamento, organização, coordenação, controle e implementação de um projeto, visando a atingir o seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados (BRITTO e FONTES, 2002,).

Procurando relacionar os eventos com o turismo, Getz (1997, *apud* ALLEN, 2003 p.17) afirma:

Os eventos são vistos como formadores de imagens, criando um perfil para os destinos, posicionando-os no mercado e fornecendo-lhes uma vantagem competitiva de marketing. Isso levou a criação de um novo campo, conhecido como turismo de eventos (GETZ, 1997, *apud* ALLEN, 2003 p.17).

Segundo Andrade (2001, p.73)

Turismo de Eventos é o conjunto de atividades exercidas por pessoas que viajam a fim de participar dos diversos tipos de eventos que visam ao estudo de alternativas, de dimensionamento ou de interesses de determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa, corrente científica ou outra organização com objetivos nos campos científicos, técnicos e religiosos para atingir metas profissionais e culturais, técnicas e operacionais, de aperfeiçoamento setorial ou de atualização (ANDRADE, 2001, p.73).

Outro autor, Matias (2004) afirmou:

O turismo de Eventos é uma atividade econômica muito importante, pois garante a sobrevivência de muitas localidades que vivem de seu desenvolvimento. Na atualidade o segmento de Eventos constitui um importante componente para o incremento da atividade turística e da economia internacional (MATIAS, 2004, p. 21-49).

Um evento pode melhorar a qualidade de vida de uma região, ampliando a percepção de lugar de seus moradores e de bem-estar residencial. Grandes eventos agem como catalisadores para a renovação urbana e para a criação ou expansão da infraestrutura turística. A construção de hotéis e instalações, e a melhoria nas comunicações e no sistema de estradas e redes de transporte são alguns dos benefícios legados por esses eventos (ALLEN, 2003).

A criação de Eventos como alternativa geradora de turismo é uma boa

estratégia. Segundo Swarbrooke (2006, p.43):

Um evento temático atrai pessoas que se interessem pelo assunto. Elas comparecem ao evento sempre que este é realizado, seja em uma cidade ou metrópole, mesmo que seja uma destinação pouco conhecida ou um lugar que aparentemente, tenha pouca atração turística. Elas podem gostar dessa cidade em sua primeira visita, por causa do evento, e depois elas voltam por causa do lugar, não porque este seja a sede de um evento (SWARBROOKE, 2006, p.43).

Os gastos dos visitantes distribuídos entre viagem, acomodação, restaurantes, compras e outros serviços relacionados ao setor de turismo são alguns dos benefícios que um evento origina. De igual modo, os gastos gerados pelos eventos também circulam na economia.

Todos os eventos produzem impactos, positivos e negativos, e é função de quem os organiza avaliá-los e contrabalançá-los. Os impactos sociais e culturais podem envolver uma vivência compartilhada e contribuir para o fortalecimento do orgulho local, da legitimação ou da ampliação dos horizontes culturais. Os impactos políticos há muito têm sido reconhecidos pelos governos, e geralmente implicam melhora do perfil e benefícios para a comunidade local (ALLEN, 2003).

As necessidades e desejos da comunidade determinarão sua receptividade aos estilos e formas do evento. A avaliação e interpretação dinâmica desses fatores são primordiais na conceituação de eventos bem-sucedidos.

2.2.1 Eventos gastronômicos

Os eventos gastronômicos são eficazes na tarefa de posicionar seus locais de destino no mercado; devem buscar autenticidade e a expressão das características únicas de suas comunidades (SWARBROOKE, 2000).

Segundo Getz (1997, p. 32) “Os eventos Gastronômicos podem fornecer novidades, originalidade e mudanças, o que sustenta o interesse local em um destino e aumenta o seu apelo aos visitantes”.

De acordo com Boia (2001) os eventos gastronômicos atraem turistas em

busca do prazer pelo paladar. O público para esse tipo de eventos independe de idade, sexo, raça, origem ou condição física. Ainda de acordo com esse autor, eventos gastronômicos são fonte de negócios cada vez mais rentáveis, dado que possuem um público alvo que cada vez é maior, ampliando as possibilidades de investimento para novos empresários, possuindo também um lado de grande valor social, uma vez que sua estrutura promove a valorização da cultura de uma localidade específica (BOIA, 2001).

Considerando-se que a Gastronomia é um elemento cultural que demonstra os hábitos e origens de uma localidade turística, ou não, a realização de eventos gastronômicos é uma representação da cultura de uma determinada localidade.

2.3 Eventos sustentáveis

Os eventos com responsabilidade socioambiental surgem da ideia da sustentabilidade na sua organização. Esta preocupação se fortalece na medida em que as pessoas estão mais atentas à necessidade de mudanças para fazer do mundo um lugar saudável e justo. Isto se constrói não só por grandes ações, projetos e políticas, mas também pela articulação de todos os fatores que fazem que um cenário seja sustentável.

A sustentabilidade também pode ser alcançada em diferentes níveis:

Um evento que, além de tratar dos resíduos gerados pelo serviço de alimentação, seleciona a origem do alimento e os responsáveis por seu beneficiamento, preocupando-se com a qualidade ambiental e os benefícios sociais, estará atuando de forma mais ampla e, eventualmente, mais cuidadosa do que aquele que se atem apenas aos resíduos da atividade (FONTES, 2008, p.6).

O tema da sustentabilidade vem ganhando espaço na mídia como forte aliado da responsabilidade socioambiental empresarial, de forma que a organização de um evento sustentável se apresenta hoje como um importante mercado, atraindo diferentes grupos. Essa pode ser também, uma oportunidade para difundir melhores práticas.

2.3.1 Desafios para fazer um evento sustentável

A noção de sustentabilidade é entendida não apenas sob a ótica ecológica, da preservação e conservação do meio ambiente, mas também sob o ponto de vista da viabilidade das relações econômicas, políticas, sociais e culturais numa abordagem inclusiva e a longo prazo.

Segundo Fontes (2008) para ser sustentável um evento tem que estar voltado à reflexão de conceitos e práticas que implicam, necessariamente, em incorporar à estrutura organizadora do evento os princípios de sustentabilidade em sua organização.

É preciso levar em conta a infraestrutura existente:

[...] como o local de realização, seleção e forma de uso de materiais e tipos de serviços, empreendimentos e grupos culturais envolvidos. Assim, além de promover conferências e debates, oferece aos participantes à oportunidade de vivenciar a sustentabilidade, ao menos em parte, em ações que envolvem o cotidiano do evento. (FONTES 2008 p.34).

Construir cenários sustentáveis exige mudanças de padrões, valores e comportamentos, para os quais são necessárias a motivação e envolvimento dos participantes.

2.3.2 Identidade do evento: princípios e ações

Os princípios e ações principais do evento devem ser facilitados pelo grupo que está envolvido na sua organização em seus diferentes ambientes de trabalho e convívio. “A proposta deve ser tratada sempre no coletivo, em reuniões. Provavelmente, a afinidade e coesão da equipe organizadora serão os fatores que mais favoreceram os bons resultados do Evento” (FONTES, 2008 p. 36).

Assim, deve-se manter a clareza das intenções, os acordos coletivos conjuntamente com o diálogo como prioridade para tornar o evento mais sustentável, favorecendo a participação do grupo, mantendo a afinidade e coerência mesmo diante das responsabilidades e escolhas individuais, que são mantidas inclusive na solução de imprevistos (FONTES, 2008).

2.3.3 Encontros culturais

De acordo com Fontes (2008) Os encontros culturais do evento são compreendidos e trabalhados como meio de valorização de produções locais na área da música, teatro, cinema e a culinária, com base, sobretudo, em alimentos naturais. Nesses encontros, os participantes, particularmente de outras regiões do país ou de outros países, apreciam iniciativas de grupos da cidade-sede do evento e da região contribuindo para a manutenção e construção de um ambiente e de uma cultura pautados, sobretudo, em princípios de solidariedade e diversidade.

2.3.4 Cadeias de produção e de consumo do evento

O primeiro passo para minimizar os impactos negativos nas cadeias produtivas e de consumo envolvidos no evento é identificar quais são essas cadeias e os elementos que as compõem (Fontes, 2008). O mapeamento de cadeias produtivas é tarefa relativamente complexa e existem ferramentas de análises construídas especificamente para esse processo. Para verificar os impactos de uma cadeia é necessário observar quais são as entradas e saídas em cada ponto do sistema, desde a geração da matéria-prima até a destinação e o tratamento dos resíduos pós-consumo. Os impactos a observar nessas cadeias podem não se restringir a aspectos ecológicos e incluir análises sobre benefícios socioeconômico-culturais.

A análise dos pontos que devem ser tratados começa pela identificação dos principais elementos de consumo no evento conforme cita Fontes (2008, p. 48) são:

- Material de divulgação (cartazes, folhetos e cadernos).
- Uniformes para as equipes organizadoras.
- *Kits* de apoio para os participantes (sacolas, pastas, blocos de papel, crachás etc.).
- Alimentação (cafés, almoços).

2.3.5 Medidas para diminuir impactos socioambientais

- Confecção de camisetas, bolsas e cordões de crachá com fibras naturais, minimizando o uso de sintéticos derivados do petróleo.
- Impressão artesanal de *silkscreen* nas bolsas e camisetas.
- Serviços de alimentação priorizando a oferta de alimentos naturais e de produção orgânica. (FONTES, 2008, p.50)

2.3.6 Medidas para economia local, distribuição de renda e equidade de oportunidades

Uma das formas para incrementar a economia local, fomentar melhor distribuição de renda e equidade de oportunidades é contratar serviços de pequenas empresas, cooperativas e outras formas de associação/produção locais que privilegiam uma economia mais solidaria.

- Confecção das bolsas por uma cooperativa de costura do município.
- Compra das resmas de papel reciclado de uma indústria regional e preferencialmente, que também se preocupe com a sustentabilidade.
- Contratação de cooperativas, microempresas e outras iniciativas familiares ou individuais para serviços de alimentação.

2.4 O Festival Gastronômico “Mistura” de Lima (Peru)

O termo “Evento de marca” é usado para descrever um evento periódico que possui um significado tal, em termos de tradição, apelo, imagem ou publicidades, que proporciona ao local, à comunidade ou ao destino anfitrião uma vantagem competitiva como: o tempo, o evento e o destino se tornam inseparáveis. (GETZ, 1997, apud ALLEN, 2003, p.7)

Faz dez mil anos desde a chegada dos primeiros povoadores nas terras em que hoje moram os peruanos e desde então, começou-se a tecer a história do Peru. Nesse tempo decorrido não faltaram momentos de apogeu, mas, apesar de variantes ocasionais, algo se manteve inalterável nos peruanos de ontem e hoje: suas aprimoradas maneiras nas artes culinárias.

O fato de contar com 84 das 104 zonas climáticas do planeta também permitiu a expansão da exploração agrícola em diferentes níveis. A combinação dos elementos fez do território peruano não só o berço da civilização no mundo, mas também um dos cinco centros de produção de alimentos.

Se alguém se pergunta de onde vem a vocação dos peruanos pelo bom comer podemos responder que sua origem se confunde entre a lenda e a história, e permaneceu entre nós como um legado e um rasgo típico de nossa idiossincrasia como povo.

A agricultura peruana alcançou alto desenvolvimento graças ao engenho do homem andino, que dominou a geografia agreste dos Andes através da construção de *andenes*¹ conseguindo incrementar as terras cultiváveis. Este êxito se traduz nos excedentes de alimentos que serviram para os tempos de seca ou para guardar em depósitos.

Durante a época do vice-reinado espanhol, o encontro de culturas teve implicações em muitos aspectos da vida no Peru. Um deles foi no âmbito culinário e alimentar, com o enriquecimento mútuo que se deu através do intercâmbio de produtos e espécies animais entre a Europa e a América. Este fato redefiniu, sem dúvida alguma, os hábitos alimentares em ambos continentes.

O intercâmbio não parou. Ao contrário, cresceu, enriquecendo a disponibilidade alimentar dos nativos e, muitas vezes, mudou os cultivos tradicionais com as novidades trazidas da Europa, já os colonizadores priorizavam reproduzir as espécies trazidas do Velho Continente. Assim, os produtos originários do Novo Mundo navegavam os mares para fixar-se na Península Ibérica e, posteriormente, em outras regiões do mundo.

Ao final do século XVI, Lima havia sido fundada e pouco a pouco acrescentava sua condição de capital do vice-reinado e centro do poder Espanhol na América. Em seu porto principal Callao atracavam com freqüência barcos cheios de produtos da Europa e da América do Norte. Isso explica a diversidade de produtos alimentícios que se podia encontrar na cidade, além da proverbial fertilidade do Vale de Lima proporcionando aos habitantes diferentes alternativas para sua alimentação e também a possibilidade de criar novos pratos.

¹Andenes: são terraços agrícolas, construídas em ladeiras dos morros.

A tradição doceira de Lima demonstra como se têm conservado as tradições espanholas, inclusive as de origem árabe, que permanecem entre os peruanos até hoje.

O uso de temperos nas carnes é uns dos aportes dos africanos à gastronomia peruana. Quando os escravos negros foram libertados, seus aromas culinários ganharam as ruas, além do uso dos órgãos internos do gado como coração, fígado, intestinos, buchos e outras partes dos animais. Hoje em dia se demonstra com fatos que as comidas feitas com estes órgãos são parte da imagem de muitos bairros populosos de Lima.

Para entender a cozinha peruana de hoje é necessário voltar ao passado. É a única maneira de compreender uma realidade que aos peruanos já não chama atenção porque têm assumido como parte de sua identidade cultural, aquela que nos faz lembrar que somos um povo heterogêneo e diverso.

No século XIX chegaram ao Peru diferentes imigrantes de diversas partes do mundo, como os italianos que contribuíram com diferentes hortaliças.

Entre os anos 1850 e 1853 começou a imigração chinesa ao Peru para trabalhos agrícolas. Rapidamente chegou o reconhecimento por seu bom gosto na cozinha, ganhando seu lugar em diferentes cozinhas onde se criariam pratos que hoje em dia têm boa aceitação pelos peruanos. São conhecidos como *chifas*, os locais de comida chinesa que são muito populares em Lima e em outras cidades do Peru.

Também do oriente chegaram os japoneses ao final do século XIX, que vieram para trabalhar nas fazendas de cana de açúcar e algodão, criando assim uma gastronomia *Nikkei*, que funde elementos do Peru e Japão. Os japoneses aproveitaram a riqueza do mar peruano, o que lhes proporcionou fazer pratos baseados em pescados e mariscos e a estes se adicionaram o arroz e legumes: dessa maneira se deu um passo para outra variante da gastronomia peruana.

2.4.1 Cocina Novoandina (*Cozinha Novo Andina*)

Essa Escola permite o resgate de produtos nativos das diferentes regiões do país, os quais permaneciam afastados da cozinha peruana. Com esta gastronomia se procura achar o diferente sem renunciar às técnicas tradicionais nativas.

Uns dos méritos da *cocina novoandina* foi ter feito um possível resgate de inumeráveis produtos tradicionais cujo uso era realmente limitado entre nós ou que simplesmente haviam sido esquecidos na prática.

A *cocina novoandina* quer mostrar ao mundo uma versão renovada da gastronomia peruana, como uma mostra de cultura viva, em permanente mudança e aberta às exigências da alta cozinha.

O súbito interesse pela gastronomia novoandina tem um sadio efeito colateral já que agora nos mercados da capital se acham insumos que só se conheciam em províncias. Insumos, cujo uso estava circunscrito às zonas andinas, mas o novoandino tem facilitado conhecer também frutos amazônicos e variedades de *ajjes*².

O numeroso incremento de centros dedicados a formar cozinheiros ajuda a difundir as maravilhas da gastronomia peruana. Acordar nos visitantes o gosto e a curiosidade por nossa gastronomia é uma maneira de aumentar uma larga lista de atrativos turísticos que temos. Fazer agora do Peru também um destino gastronômico é uma brilhante mostra ao mundo da riqueza da cultura peruana.

Graças à sua geografia o Peru possui um clima propício para adaptação e o desenvolvimento de diferentes cultivos, com matéria prima disponível o ano todo.

A crescente popularidade da cozinha peruana no exterior é um passo positivo não só no campo da gastronomia, mas também para projetar uma nova imagem do Peru. No mundo existem mais de quinhentos restaurantes de gastronomia peruana.

Para Denise Pozzi-Escot (2012), diretora do Santuário de *Pachacámac*, os antigos peruanos tiveram ao longo de nove mil anos um processo de seleção e descarte de produtos, melhorando-os para benefício de seu povo. Era só questão de tempo para que, com estes antecedentes, a comida peruana alcançasse a reputação que tem hoje. São os anos que proporcionaram o conhecimento. É como

² *Aji Capsicum* é um gênero de plantas, cujos frutos mais conhecidos são as variedades de pimentas cultivadas no Peru e México.

o milho, que no princípio tinha um tamanho e com o tempo foi melhorando. Foram cultivando e selecionando o que servia e desta forma conseguiram os produtos que hoje em dia podemos adquirir em qualquer mercado.

Com a chegada dos espanhóis, os produtos autóctones entraram em séria concorrência com os europeus e “competiram exitosamente”, porque não só sobreviveram e ainda hoje os seguimos comendo, mas deram um toque de originalidade à comida peruana. Uma originalidade que não foi fácil, pois para chegar até aqui foi um longo caminho. Agora depende de todos os peruanos seguir trabalhando para que sua gastronomia obtenha um maior posicionamento, pois contamos com diversos insumos e vontade de fazê-la cada dia melhor.

O Peru é reconhecido no mundo por suas riquezas naturais e arqueológicas. Talvez, num futuro em curto prazo, o país venha a ser, também sinônimo de alta cozinha. Criada numa rica tradição de vários séculos tem logrado um diferencial desde que todos os peruanos concordam que a gastronomia é o que melhor nos representa. Hoje seus pratos tradicionais e as novas cozinhas como a *novoandinase* mostram ao mundo como testemunhas da ancestral criatividade do homem peruano.

2.4.2 Origem do Mistura

O *Festival Gastronômico Mistura* é um projeto da Sociedade Peruana de Gastronomia (APEGA), uma associação cultural sem fins lucrativos reconhecida pelo Ministério de Cultura do Peru e formada por gastrônomos, nutricionistas, donos de restaurantes, cozinheiros, pesquisadores, enólogos e jornalistas, além de centros de formação de cozinha e universidades.

APEGA nasceu no ano de 2007 com a finalidade de reunir os principais autores da gastronomia nacional para promover o desenvolvimento sustentável, a inclusão e a identidade cultural através da gastronomia peruana.

O objetivo principal do *Mistura* é celebrar e colocar diante dos olhos do mundo o bom trabalho que vem realizando os mais importantes representantes da cadeia gastronômica peruana: agricultores, cozinheiros, vendedores de comida de rua, gastrônomos, donos de restaurantes, garçons e estudantes de cozinha. A Feira Gastronômica nasceu precisamente da aliança de seus associados para promover o desenvolvimento sustentável através da gastronomia.

Inicialmente essa exposição culinária foi denominada *Peru, muchogusto*. Após um ano passou a chamar-se de *Mistura*, mostrando uma imagem muito mais renovada e didática, disposta a captar a atenção pública. Desta maneira, com poucos anos, o *Mistura* se consolidou como a Feira Gastronômica mais tradicional da América Latina e está adquirindo uma crescente notoriedade internacional.

Faz-se necessário explicar o significado simbólico do *Mistura* e o nome que se concede a esse festejo culinário. A raiz deste peculiar termo remonta à época do vice-reinado e se refere a um pequeno ramo de flores de diversos tipos e cores que as damas de antigamente repartiam entre os assistentes das atividades importantes, como as feiras, que se realizavam em praças e outros lugares de grande concentração de público colonial. É uma referência, sem dúvida, a uma tradição limenha de enorme valor devido ao seu caráter integrador cultural, social e familiar.

O êxito obtido em nível pátrio e internacional da Feira se deve, em grande parte, ao ímpeto e a tenacidade atribuída a um experto da gastronomia, um personagem peruano destacado por seu valioso talento e desejo de fazer prosperar o seu país, Gastón Acurio. A excelente iniciativa deste ilustre cozinheiro que conseguiu que o Peru se divulgasse perante aos olhos do mundo, e que o peruano aprendesse a valorizar as diversas riquezas que o país conserva.

Mistura significa também a reunião de cozinheiros e pessoas talentosas no âmbito gastronômico das diferentes regiões do país, cada qual com um atrativo culinário que, somados todos, converteram esta feira em um dos eventos mais divulgados do ano. Esta destacada exibição culinária proporciona ao visitante peruano e estrangeiro novas sensações, pois, ali é possível encontrar todo tipo de pratos típicos de cada região em um só lugar, sem ter que viajar pelo país para degustar seus singulares sabores.

Mistura é parte de um projeto muito mais ambicioso, que tem por objetivo fazer de Lima a Capital Gastronômica da América Latina visando o ano de 2021, ano em que os peruanos celebrarão o bicentenário de sua independência. Agora, quando se pergunta a um peruano as razões pelas quais sente orgulho de sua nacionalidade, uma de suas primeiras respostas é a comida. *Mistura* é parte importante dessa mudança.

A Feira *Mistura* foi criada em julho de 2008 e sua celebração se faz a cada na cidade de Lima/Peru. Em pouco tempo essa feira gastronômica passou a ser a umas

das mais importantes da América Latina e aportou o desenvolvimento do chamado *boom* da gastronomia peruana.

Dos grupos de trabalho participa um núcleo de 250 associados da Apega. Além disso há empresas e profissionais contratados que apoiam as diferentes tarefas da organização do *Mistura*.

A Feira está dividida em diversas áreas que mostram a diversidade dos produtos peruanos. Estas áreas são:

✓ **Grande Mercado:** O coração da feira e onde se exibem e vendem os produtos nativos de todas partes do Peru. Nesta última edição 2012o grande mercado reuniu 350 produtores distribuídos 164 *stands*, 70 % dos quais de origem andina.

✓ **Restaurantes e Cozinhas Regionais:** Nesta área se desenvolvem as propostas culinárias do interior do Peru e se promove a identidade gastronômica das diferentes regiões.

✓ **Huariques:** restaurantes de bairro que não têm mais que 10 mesas. Seu serviço, que se propõe a ser extraordinário, com bom sabor e preço justo, fez com que rapidamente ocupasse um lugar no paladar dos peruanos.

✓ **Cozinhas Tradicionais:** Nessa área se agrupam os vendedores de comida de rua, verdadeiros mestres da comida "para levar" . Têm grande aceitação e formam parte da tradição do Peru.

✓ **Cozinhas Rústicas:** Na área das cozinhas rústicas se vende a cerimonial *Pachamanca*, prato herdado dos Incas. Esse espaço é o favorito dos visitantes.

✓ **Salão do Chocolate:** Nesta área estão os produtores de cacau e fabricantes de chocolate. Esse salão também conta com produtores das tribos *ashaninka* e *shipiba*³ que chegam da selva peruana e mostram com orgulho seus produtos.

✓ **Salão do Café:** Nesta área se encontram as variedades mais seletas das regiões produtoras de café. Aqui também se pode achar ao "melhor café orgânico do mundo" dominado *Tunki*.

³Ashaninkas e shipibas são duas tribos da Amazônia Peruana.

✓ **Salão do Pisco:** Área que mostra a principal bebida alcoólica dos peruanos, o pisco. Ali pode-se perceber aromas e ter aulas para aprender a reconhecer as características das variedades de uvas *pisqueras*, assim como a história do pisco.

✓ **Salão do Pão:** Nesta área se elabora a maior padaria do Peru. Aqui se reúnem padeiros de todas as regiões, para elaborar mais de 50 variedades de pão.

✓ **Salão de Conferência:** Aqui os cozinheiros internacionais e nacionais apresentam diferentes técnicas de cozinha e a importância da gastronomia no mundo. Nesse salão já se lançaram políticas de estado em favor da população peruana.

✓ **Concursos:** mediante esta iniciativa a Feira promove a criatividade dos cozinheiros peruanos dinamizando assim novos pratos da gastronomia peruana.

A cada ano o formato muda dado que os organizadores tentam explorar os diversos produtos nativos produzidos em qualquer parte das regiões do Peru.

3 SUSTENTABILIDADE

Segundo Swarbrooke (2000, p.3) quer dizer: “Desenvolvimento que satisfaz nossas necessidades hoje, sem comprometer a capacidade das pessoas satisfazerem as suas no futuro”.

O conceito de sustentabilidade, cuja origem remete às relações entre os seres humanos e o meio ambiente pode ser focado sob três diferentes aspectos, segundo Mangel *et. al.*, (1993):

- ✓ Uso sustentável, que ocorre quando os seres humanos utilizam os recursos renováveis, permitindo que os processos naturais de reposição ocorram e assim o sistema pode renovar-se indefinidamente.

- ✓ Crescimento sustentável, onde a questão básica que se impõe é se o crescimento econômico leva ou não em consideração a limitação de recursos, sem o que ocorrerá degradação do ambiente, pois não pode haver crescimento que seja sustentável sem o controle do crescimento populacional e do consumo *per capita* de recursos.

- ✓ Desenvolvimento sustentável: o termo mais usado e o de mais difícil definição. De acordo com Mangel (1993), o desenvolvimento sustentável torna-se uma tarefa impossível quando sinônimo de crescimento sustentável que envolva crescimento da população e do consumo de recursos, mas não quando tenha o significado de uso sustentável. O crescimento descontrolado mina as possibilidades de promoção da melhoria social e econômica da população do planeta, que poderia ser promovida pelo uso sustentável de recursos renováveis.

O conceito de sustentabilidade engloba claramente o meio ambiente, as pessoas e os sistemas econômicos. As formas de turismo que satisfaçam hoje as necessidades dos turistas, da *indústria* do turismo e das comunidades locais, sem comprometer a capacidade das futuras gerações de satisfazerem suas próprias necessidades constituirão o turismo sustentável. Significarão turismo economicamente viável, que não destrói o meio ambiente físico nem o tecido social da comunidade.

A ideia de sustentabilidade surgiu em meio à crise ecológica, nas décadas de 1960 e 1970 do Século XX, associando conceitos de Biologia e Economia (FONTES, 2008).

Do ponto de vista da Biologia, a “durabilidade” e “sustentação” dos ecossistemas ocorrem em função de sua “capacidade de suporte” que é a relação entre as condições de luz, temperatura, água, solo, nutrientes e os tipos e o número máximo de indivíduos que podem sobreviver permanentemente neste sistema, mantendo-se em “equilíbrio dinâmico” (FONTES, 2008, p.12).

O conceito de sustentabilidade e, conseqüentemente, o de capacidade de suporte sustentável passam a ser difundidos para alertar a sociedade de que é preciso crescer com controle, respeitando a capacidade e o ritmo de recuperação da natureza. Parte do princípio de que é possível manter um nível saudável de crescimento e consumo, por meio de escolhas que gerem menos impactos negativos a natureza (FONTES, 2008 p.12-13).

Em 1979, foi escrita uma primeira definição de sociedade sustentável e segundo o professor J. Coomer da universidade de Oxford afirmou:

A sociedade sustentável é aquela que vive dentro dos limites de auto-perpetuação de seu ambiente. Esta sociedade não é uma sociedade sem crescimento, é uma sociedade que reconhece os limites do crescimento e procura os caminhos de crescimento mediante fontes alternativas. (COOMER apud FONTES, 2008, p.13).

Quando se pensa em sustentabilidade, em qualquer circunstância, pensa-se na necessidade de o ser humano fazer escolhas conscientes e fundamentadas em valores de cooperação, solidariedade, justiça e conservação.

É comum que as pessoas quando pensam no que seja sustentabilidade automaticamente lhes chegue à memória a questão ecológica, mas o conceito de sustentabilidade vai além da conservação do meio ambiente.

A sustentabilidade não pode ser tratada como um postulado científico ou um referencial definitivo, mas sim como um processo de reflexões e ações que cuidam do relacionamento entre as opções humanas e o meio envoltório, em circunstancias específicas. (FONTES, 2008, p.16)

A procura pela sustentabilidade deve passar por encontrar soluções e fazer intervenções no sentido de melhoria da qualidade de vida do ser humano em seus aspectos sociais, culturais e econômicos, levando sempre em conta o cuidado com os recursos naturais disponíveis.

Os princípios e dimensões da sustentabilidade são determinados pela diversidade de pessoas, culturas, paisagens, natureza e economia. Isto demonstra que não existem soluções de um lugar que possam ser aplicadas exatamente da mesma forma em outro, esperando os mesmos resultados. Por outro lado, as ações locais impactam direta ou indiretamente por todo o globo, pois as comunidades, as cidades, os estados e as nações vivem interligados. (FONTES, 2008 p.17).

O Quadro 1 identifica os princípios gerais da sustentabilidade, os impactos que serão identificados na Feira *Mistura* no decorrer do trabalho.

Quadro 1 - Princípios gerais da sustentabilidade

| Princípios gerais da sustentabilidade |
|--|
| Direito fundamental /elementar de todos os seres humanos a um ambiente adequado a saúde e bem-estar. |
| Paz (resolução de sem uso da violência). |
| Soberania das nações e relações internacionais. |
| Integração das dimensões da sustentabilidade. |
| Uso adequado dos recursos naturais (conservação e ciclagem), preservando a diversidade biológica. |
| Solidariedade entre gerações. |
| Equidade (atendimento das necessidades básicas de todos). |
| Geração de renda (trabalho e segurança social). |
| Cooperação e participação. |
| Contextualização e valorização Local (inclusive cultural). |
| Avaliação de impactos sociais e ambientais. |
| Precaução (agir com precaução diante da incerteza). |
| Prevenção e Compensação. |
| Usuário/poluidor pagador (quem usa ou polui assume as consequências). |

Fonte: Adaptado de Milanez (2002)

Para trabalhar esses princípios existem estratégias que podem ser entendidas como micro-objetivos. Essas estratégias podem ser organizadas em dimensões da sustentabilidade que se referem aos grandes temas do desenvolvimento amplo da sociedade que estão além do fator financeiro, abrangendo cultura, educação, lazer, saúde e religião, por exemplo.

O Quadro 2 sintetiza as dimensões e as estratégias para o alcance de ações sustentáveis.

Quadro 2 - Dimensões e estratégias gerais da sustentabilidade

| |
|--|
| <p>Ecológica: Manter a integridade ecológica por meio da prevenção de poluição, da prudência no uso de recursos naturais, da preservação da diversidade da vida e do respeito a capacidade dos ecossistemas.</p> |
| <p>Econômica: Desenvolver o potencial econômico contemplando a distribuição de renda e a redução das externalidades socioambientais, buscando resultados macrossociais positivos.</p> |
| <p>Social: Buscar maior igualdade de oportunidades, combatendo as práticas de exclusão, a discriminação e a reprodução da pobreza, mantendo o respeito pela diversidade social em todas suas formas.</p> |
| <p>Cultural: Promover a diversidade e identidade cultural em todas suas formas, especialmente aquelas que identificam as raízes locais, possibilitando também a conservação do patrimônio urbanístico, paisagístico e ambiental que fazem referência a história e memórias das comunidades.</p> |
| <p>Política: Criar mecanismos para ampliar a participação da sociedade nas tomadas de decisões, reconhecendo e respeitando os direitos de todos, superando as práticas e políticas de exclusão, promovendo o desenvolvimento da cidadania ativa.</p> |

Fonte: Fontes (2008, *apud* SILVA, 2000)

A prática das estratégias da sustentabilidade devem estar de acordo com as necessidades dos moradores locais que apontarão para novas alternativas de desenvolvimento. O processo para encaminhar as estratégias é complexo e deve ser atingido em médio e longo prazo já que exige o trabalho conjunto da comunidade, do governo e de profissionais das diversas áreas que estão ligadas à sustentabilidade.

A sustentabilidade é um processo, uma busca, uma construção, um sentido para o desenvolvimento que é revisto continuamente adequando-se às novas necessidades e demandas. Assim, a sustentabilidade é vista como uma tendência e não como uma forma acabada, de maneira que, em vez de definir-se um padrão “sustentável”, é preferível entendê-lo como um padrão “mais sustentável” em relação a outros “menos sustentáveis”. (FONTES, 2008, p.22).

Segundo Fontes (2008 p. 23); “A sustentabilidade é uma ideia genérica. As definições mais precisas são locais. E qual o caminho para encontrar essas soluções locais?”.

- ✓ Definir coletivamente interesses e objetivos comuns.
- ✓ Identificar os meios para alcançá-los, metas de trabalho e as condições que vão interferir na qualidade dos resultados.
- ✓ Realizar a observação e controle do trabalho, das condições que interferem e dos resultados, em curto, médio e longo prazo.
- ✓ Dependendo dos resultados obtidos, refazer coletivamente as metas e até mesmo os objetivos, em busca de melhores caminhos (FONTES, 2008, p. 23).

4 AGRICULTURA

Há 12.000 anos, após centenas de milhares de anos de evolução biológica e cultural, as sociedades humanas haviam chegado a fabricar utensílios cada vez mais variados, aperfeiçoados e especializados, graças aos quais tinham desenvolvido modos de predação (caça, pesca e coleta) diferenciados, adaptados aos meios mais diversos. Essa especialização foi acentuada no neolítico e foi ao longo desse último período da Pré-história, menos de 10.000 anos depois, que várias dessas sociedades, entre as mais avançadas do momento, iniciaram a transição da predação à agricultura (MAZOYER & RAUDART 2009, p.79).

A agricultura como se pode observar imprimiu por diversas razões sua marca indelével na história da humanidade aparece em princípio como um objeto ecológico e econômico complexo, composto de um meio cultivado e de um conjunto de estabelecimentos agrícolas, que entretêm e que exploram a fertilidade desse meio. Levando mais longe o olhar, podem-se observar os variados processos sociais que emergiram desta e que no mundo atual continuam estas transformações que exigem posicionamentos sociais e novas interpretações.

As comunidades humanas têm utilizado sempre os serviços e produtos da natureza. Ao fazê-lo os seres humanos manipulam e influem sobre ela para que proporcione os alimentos de que precisam. Durante um tempo a caça e a colheita constituíram as principais atividades da humanidade para sua subsistência, mas ao desenvolver a agricultura, a humanidade começou a alterar seu meio de uma maneira mais radical, assim a cultura e a agricultura das comunidades refletiram no contexto geográfico específico cujos rastros se mantêm vivos no setor camponês de muitos países como no Peru.

No Peru, o meio natural apresenta de leste a oeste três grandes zonas: a planície costeira pacífica, o maciço montanhoso dos Andes e a planície amazônica. A planície costeira é um deserto, semeado de oásis que se situam na desembocadura das torrentes andinas. O maciço montanhoso dos Andes é composto de duas cordilheiras de orientação nordeste/sudeste. Essas cordilheiras de elevada altitude emolduram um conjunto contrastado de planaltos de altitude frios e secos, com vales incrustados cujas encostas são mais ou menos abruptas, e com planícies aluviais de altitude que constituem o *altiplano* (MAZOYER & RAUDART 2009, p.228).

Assim, no Peru, seja na costa desértica, nos Andes, seja na Amazônia, raras são as terras que reúnem todas as condições de temperatura, de abastecimento de água e de declividade para serem cultivadas. Conseqüentemente, o território agrícola torna-se muito fragmentado e disperso no seio de vastas extensões. Trata-se, portanto, de um universo agrário descontínuo, disperso ao longo da costa e dos cursos de água andinos e amazônicos. Enfim, esses territórios agrícolas, muito heterogêneos, são providos de climas contrastantes e de condições meteorológicas instáveis, que tornam os rendimentos dos cultivos muito aleatórios (MAZOYER & RAUDART 2009, p.228).

Nesse universo agrário desde o período pré-incaico, os povos agrícolas se adaptaram às dificuldades particulares do ambiente peruano. A fim de reduzir os riscos de colheitas, multiplicavam as parcelas cultivadas nas condições mais variadas e diversificavam os cultivos e as variedades em uma mesma parcela muitas delas no declive das montanhas *andén*. Sendo os *ayllus*⁴ os que exploravam vários territórios situados em diferentes níveis de altitude de modo a tirar partido de suas possibilidades de produção.

O sistema agrário inca apoiou-se fortemente na herança das civilizações antigas e reativou a organização da produção e do comércio agrícola. Desde suas primeiras conquistas, o Estado inca possuía grandes vantagens controlando a zona mais extensa e fácil de cultivar situada nos altos vales andinos, tirando vantagem, a partir deles, de várias zonas andinas complementares relativamente próximas: o fundo do vale, irrigado e cultivado com milho, a zona da batata, a zona pastoril de altitude por onde passavam os rebanhos de lhamas e alpacas e a vertente amazônica que lhe dava acesso à coca, ao milho de entressafra (MAZOYER & RAUDART 2009, p.232)

⁴ Nome com que se designa cada grupo familiar de uma comunidade indígena da Região Andina.

4.1 Agricultura Familiar

O processo de exclusão de trabalhadores e pequenos produtores rurais não pode ser compreendido apenas pelo estudo dos condicionantes tecnológicos, econômicos e sociais determinados pela natureza de processo de modernização tecnológica, mas, também deve ser referenciado na análise do processo de desenvolvimento em sua dimensão política e territorial- regional e local, já que estas disparidades percebidas com relação as pessoas excluídas do processo de desenvolvimento econômico e da modernização da agricultura traz muitas vezes uma conotação negativa desta relação é responsável ,freqüentemente ,por decisões de migração (ALBUQUERQUE e WILKINSON, 2002, p.27).

A atividade agrícola precisa de uma dinâmica econômica e social integradora para seu devido desenvolvimento e já que a parceria com o turismo gastronômico é cada vez maior é necessário que as duas atividades mantenham um equilíbrio harmonioso. Como cita Krippendorf (2003, p. 144):

Se quisermos que o turismo seja mais humano, devemos, antes de tudo, estar seguros de que ele se fundamentará numa transação econômica equitativa que não prejudicará a ninguém, e que as vantagens e os inconvenientes estarão na mesma proporção dos dois lados. É preciso, pois, encontrar formas de colaboração fundamentadas na reciprocidade, na igualdade de direitos e na solidariedade. (KRIPPENDORF, 2003, p. 144)

Os agricultores familiares do Peru compartilham algumas características: vivem em zonas rurais, sem acesso a meios de transporte e infra-estrutura assim como a novos mercados, recursos financeiros, o que agrava as carências quanto à saúde, educação e informação. Frequentemente são camponeses pobres vulneráveis à seca, pragas, doenças, que podem ter efeitos devastadores sobre suas comunidades. Muitas vezes é comum que dependam de atividades não agrícolas para aumentar sua renda o que traz outras conseqüências como o alto índice de migração. Por outro lado se evidenciam características muito positivas na comunidade como fortes laços entre a cultura e o sistema agrícola.

Cabe ressaltar que os camponeses têm um conhecimento valioso de seu meio natural e de suas práticas agrícolas tradicionais, mostrando muita engenhosidade, adaptabilidade a difíceis condições socioeconômicas, políticas e

ambiental sendo seu trabalho importantíssimo para o desenvolvimento não só do setor agrícola como do equilíbrio da sociedade peruana.

A agricultura é fonte de emprego de terça parte da população peruana, abastece a agroindústria e o agro exportação. Portanto, os pequenos agricultores cuidam dos recursos naturais e da biodiversidade, uma das riquezas nacionais mais prezadas do país.

Das quase 1.8 milhões de unidades agropecuárias que existem no Peru, menos dos 8% possui mais de 20 hectares. Pelo geral, essas unidades são consideradas como parte da agricultura empresarial do país. No polo oposto se encontra a economia camponesa, caracterizada por produzir basicamente para o autoconsumo e porque diversifica suas atividades para gerar ingressos de subsistência. Entre estes dois extremos se encontra a agricultura familiar, conformada por unidades que baseiam sua produção fundamentalmente na mão de obra familiar e que encaminha uma parte importante de ela ao mercado (TRIVELLI, ESCOBAL, REVESZ, 2006, p.13).

Até pouco tempo poucos ressaltavam que a agricultura familiar era parte importante do sucesso que agora vivencia a gastronomia peruana. Mas não só a gastronomia se beneficia desta agricultura. Também é fato que as exportações de produtos produzidos pela agricultura familiar em que o número um é o café, representa cerca de 30% do valor das exportações agrárias.

De acordo com o INEI, a população rural no Peru em 2007 ascendia a 6.6 milhões de pessoas, o que representa o 24% da população total do país. Esta cifra estaria subestimando a importância da população rural no Peru, pois, usando um critério mais amplo da definição do rural (multidimensional), o Centro Peruano de estudos Sociais-CEPES afirma que a população rural representa por volta de 40% do total (TRIVELLI, ESCOBAL, REVESZ, 2006, p.13).

O problema de se reportar uma população rural menor que a real resulta em menor impacto das políticas dirigidas a este setor. Esta minimização da área rural se vê refletida nas políticas oficiais de governo que impedem os espaços rurais e, especificamente, a atividade agrária, ignorando suas conexões com outros setores econômicos, seu papel estratégico no abastecimento e na segurança alimentar, assim como na conservação dos recursos naturais, indispensáveis para o desenvolvimento sustentável.

A maioria dos lares rurais do Peru são pobres. Segundo o Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), sete de cada dez lares rurais no Peru são pobres, ainda que a pobreza não está distribuída por igual em todas as regiões. Assim que, no litoral rural seis de cada dez lares são pobres, mas na serra rural, oito de cada dez são pobres. No ano de 2006 a taxa de pobreza rural do Peru passou de 60.3%, cifra que chega aos 70% nos departamentos de serra. (TRIVELLI, ESCOBAL, REVESZ, 2006, p.52).

Mas os pequenos produtores, em geral, têm grande confiança em que ante um evento inesperado de extrema magnitude, o Estado possa os apoiar. Se há um mau clima, e com ela problemas produtivos, os produtores esperam que o Estado os apoie diretamente pro meio de doações, perdão de dívidas, programas sociais, especiais de algum ministério, por exemplo. Em alguns casos, inclusive, se o preço cai, esperam que o Estado os ajude comprando-lhes diretamente, por exemplo, através do Programa Nacional de Assistência Alimentaria (PRONAA).

Existem diversos canais através dos quais o indivíduo obtém benefícios por pertencer a uma rede ou estrutura social. A bibliografia identificada, como os mais relevantes, o acesso a informação a menor custo; a toma conjunta de decisões que permita rendimentos a escala; a redução do comportamento oportunista mediante uma apropriada estrutura de incentivos na coordenação de atividades; e o acesso a uma série de recursos mediante as obrigações geradas ao haver aceitado um favor previamente, de acordo com a dinâmica da reciprocidade e a redistribuição própria das sociedades andinas. (TRIVELLI, ESCOBAL, REVESZ, 2006, p.54).

O principal impacto da iniciativa do movimento gastronômico passa por estabelecer cadeias produtivas agropecuárias que aumentam o volume real das compras de produtos emblemáticos por parte dos restaurantes líderes, resultando em grande aceitação por parte da opinião pública. Além disso, eleva a autoestima dos produtores e ajuda a criar novos empreendimentos.

O capital social desenvolve um papel primordial nas estratégias do pequeno agricultor para melhorar sua eficiência econômica, assim como para enfrentar os impactos negativos. Para isso, distinguimos entre o capital social relacional (as redes entre pares homogêneos) e o capital social vinculante (as redes entre atores heterogêneos). Consideramos o capital social relacionado às organizações de irrigação, associações produtivas e outras associações por territorialidade, mostram que o capital social vinculante alude à relação com os provedores e clientes finais (seja ou não formais), através do estabelecimento de cadeias produtivas, assim como a relação entre os agricultores e as ONGs (TRIVELLI, ESCOBAL, REVESZ, 2006, p.56).

As ONGs, que formam parte do capital social, desenvolvem um papel fundamental, não só ao proporcionar um crédito oportuno senão também ao fortalecer os grupos que assessoram, de modo que se obtenham melhores rendimentos ao negociar maiores quantidades, diminuindo os preços de compra e aumentando os de venda. Sem embargo, sem as influências dessas organizações os agricultores não sabem negociar conjuntamente os preços, mas obtêm benefícios do capital social relacional graças à difusão de informação entre vizinhos, familiares e amigos sobre um melhor preço e qualidade dos produtos.

Em particular, o capital social se beneficia ao aceder a um mercado mais rentável, como a exportação, devido à informação e promoção que outorga o Estado. Incluso, se um grupo de produtores logra

formar uma associação, junto com o apoio de outras instituições e dependendo da demanda do mercado global, pode lograr vender no mercado justo e receber uma prima extra que lhe permita investir em obras que beneficiem ao conjunto de agricultores (TRIVELLI, ESCOBAL, REVESZ, 2006, p.57).

A criação de cadeias produtivas permite, ainda, que o agricultor receba uma renda semanal estável. Em geral, as economias que permitem melhorias na eficiência econômica passam despercebidas, dado que praticamente todos os agricultores são obrigados a trabalhar de maneira conjunta (sobretudo para ter acesso à irrigação e maquinário e para compartilhar informação), devido ao minifúndio que gerou a reforma agrária. Esta é a regra geral.

O Estado é um ator central na definição de oportunidades e alternativas para a pequena agricultura. Pode ser um grande sócio, um seguro, um competidor, uma fonte de recursos a baixo custo ou um provedor de serviços. O Estado atua em diversos espaços, como um seguro para alguns (sobre todo para os produtores), para outros como um provedor de serviços (maquinaria, informação, etc.), em alguns casos como fonte de fundos. Sem embargo, tanto os roles do setor público como o tipo de capital político e a maneira em que os produtores o aproveitam, parece ter uma lógica de rentabilidade de curto prazo e não geram condições para o desenvolvimento da pequena agricultura, dado que não promovem o desenvolvimento de capacidades nos produtores que permitam um desenvolvimento sustentável (TRIVELLI, ESCOBAL, REVESZ, 2006, p.58)

O Estado deveria desempenhar um papel de promotor na transformação produtiva. Por meio de incentivos, informação, recursos e acordos claros e consistentes, o setor agrícola e os governos regionais deveriam ter como tarefa central a promoção de programas que levem a melhores sistemas de produção (mais rentáveis, mais eficientes e mais amigáveis com o meio ambiente), resultando em uma melhor comercialização dos produtos.

Assim, a agricultura familiar e a gastronomia têm como objetivo tomar o ponto de vista dos pequenos produtores e a partir disso demonstrar que a procura da inclusão social não é só um desejo mas, sim, uma realidade possível que parte por utilizar-se de melhores ferramentas para superar a pobreza, consolidando a integração entre o campo e a cidade e preservando a biodiversidade que os peruanos possuem.

4.1.1 Aliança Cozinheiro – Agricultor (APEGA)

A Aliança Cozinheiro-Agricultor é um fenômeno antropossocial que precisa ser estudado para se entender sua complexidade como fenômeno integrador da cidade com o campo.

Finalmente, viu-se que o caminho não é uma substância, mas um fenômeno de auto eco-organização extraordinariamente complexo que produz autonomia. Em função disso, é evidente que os fenômenos antropossociais não poderiam responder a princípios de inteligibilidade menos complexos do que estes requeridos desde então para os fenômenos Naturais. Precisamos enfrentar a complexidade antropossocial, e não dissolvê-la ou ocultá-la. (MORIN, 2005, p.14).

Durante a feira Mistura 2009 a APEGA assinou um convênio de cooperação de apoio mútuo com duas entidades representativas do agronegócio nacional: a Associação Nacional de produtores Ecológicos (ANPE) e a Convenção Nacional do Agronegócio Peruano (CONVEAGRO), para adotar uma visão comum de desenvolvimento como tarefa de todos e não só como responsabilidade do Estado ou dos grupos empresariais.

No interior do Peru especialmente na serra e selva a dispersão dos campos de cultivo faz com que a distribuição da divulgação da produção agropecuária formada por centenas de milhares de pequenos proprietários de campos muitas vezes seja difícil.

O Peru é uns dos países como menor índice de terra cultivável *per capita* no mundo, ou seja, para cada peruano há pouca terra utilizável para a agricultura. Diante disso, existe uma infinidade de pequenos proprietários que buscam organizar-se para inserir-se nas cadeias de produção que atendem aos mercados nacionais e estrangeiros. É uma reunião entre pequeno e o diverso procurando atingir os mercados globais. A pequena produção agrícola representa 70% dos alimentos que as mesas peruanas recebem diariamente. Ao conectar-se com as cidades, os pequenos produtores dinamizam as economias e sociedades rurais, criando empregos e valores, gerando espaços para que se originem outras atividades associadas à pequena produção como artesanato, comércio e turismo. (GINOCCHIO, 2012, p.17)

A Aliança ajuda a formação de novas redes produtivas onde o grande ganhador foi agricultura familiar dado que o sucesso do *Mistura* e posteriormente a aceitação da população de “novas” espécies na dieta alimentar dos peruanos incrementou seu consumo nas principais capitais do país e deu dinamicidade para o ingresso da gastronomia peruana ao mundo.

4.1.2 Mulheres agricultoras

A participação das mulheres na produção agrícola, num país de quase 30 milhões de habitantes é de grande importância, pois o abastecimento interno de alimentos nos mercados é proporcionado graças ao trabalho feito pelas mulheres anônimas que trabalham incansavelmente a terra desde o nascer até o por do sol. Esse labor tem importância econômica não só no curto prazo como no crescimento e desenvolvimento a médio e longo prazos da agricultura no Peru.

As mulheres camponesas têm um importantíssimo papel, com uma participação direta no trabalho produtivo que fica entre 40% e 80% da força laboral familiar. Além disso, as mulheres cumprem um papel significativo na tomada de decisões, administração da economia familiar, execução de tarefas doméstico-produtivo-reprodutivo-comunais que garantem a satisfação das necessidades básicas da família e da economia rural.

Essa participação econômica das mulheres na produção agrícola e na produção camponesa tem sido permanentemente ignorada e restringida ao âmbito doméstico. Por isso, as mulheres têm estado ausentes no desenho de políticas e programas destinados aos pequenos produtores, o que tem-se traduzido não só na sua marginalização como no pouco impacto dessas políticas e programas. Vazios na medição censal do trabalho feminino familiar não remunerado têm-se mantido até a atualidade.

As mulheres constituem um segmento economicamente ativo da população, tanto no campo como na cidade, já que as condições de pobreza e marginalidade as obrigam a multiplicar seus desempenhos, fazendo uma quebra patriarcal que confina muitas mulheres ao trabalho doméstico reservando ao homem o trabalho de provedor. Esta importante participação econômico-produtiva das mulheres tem, sem

embargo, uma larga trajetória a nível rural e forte laço cultural na cosmovisão andina.



Figura 1: Mulher campesina produtora de oca da Comunidade de Huayllacayan

Fonte: Arquivo pessoal do pesquisador (2014)



Figura 2: Mulher campesina com netos na colheita de feijão na Comunidade de Malpaso

Fonte: Arquivo pessoal do pesquisador (2014)

A Organização das Nações Unidas para Alimentação e a Agricultura (FAO) considera a igualdade de gênero como um elemento central que lhe permite cumprir com seu objetivo de alcançar a segurança alimentar para todos e todas através de melhorias nos níveis de nutrição, aperfeiçoar a produtividade agrícola e o direcionamento de recursos naturais, assim como melhorar os níveis de vida da população rural.

Segundo a FAO é necessário redobrar os esforços para fechar a brecha de gênero em todas suas áreas de trabalho. Reconhece além disso, que a produção agrícola depende em grande medida da interdependência, colaboração entre mulheres e homens na esfera familiar. Por enquanto, é importante enfatizar que os esforços para fechar a brecha de gênero devem cuidar desta complementaridade e colaboração.

A política de igualdade de gênero da FAO tem como meta alcançar a igualdade entre homens e mulheres em matéria de produção agrícola sustentável e desenvolvimento rural, para apagar a fome e a pobreza.

5 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Todas as ciências caracterizam-se pela utilização de métodos científicos; em contrapartida, nem todos os ramos de estudo que empregam esses métodos são ciências. Dessas afirmações, podemos concluir que a utilização de métodos científicos não é da alçada exclusiva da ciência, mas não há ciência sem o emprego de métodos científicos (MARCONE e LAKATOS, 2000, p.44).

Segundo Hegenberg (1976) *apud* Marconi e Lakatos (2000, p.45):

Método é uma forma de selecionar técnicas, forma de avaliar alternativas para ação científica. Assim, enquanto as técnicas utilizadas por um cientista são fruto de suas decisões, o modo pelo qual tais decisões são tomadas depende de suas regras de decisão. Métodos são regras de escolha; técnicas são as próprias escolhas. (HEGENBERG, 1976 *apud* MARCONI E LAKATOS, 2000, p.45).

A pesquisa utilizada neste projeto consiste em um estudo de tipo descritivo e analítico dos aspectos das dimensões sócio-econômico e cultural da sustentabilidade presentes no Festival Gastronômico *Mistura* visando sua possível contribuição para o desenvolvimento de comunidades de agricultores familiares e seus reflexos no turismo. Este objetivo foi alcançado por meio de revisão literária e da coleta de dados através de questionários, entrevistas e registro fotográfico.

As pesquisas descritivas possuem como objetivo a descrição das características de uma população, fenômeno ou de uma experiência. São inúmeros os estudos que podem ser classificadas como descritivos e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. (GIL 2008, p.44).

O método descritivo consiste em realizar uma exposição narrativa, numérica ou gráfica, o mais detalhado e exaustivo possível da realidade que se pesquisa. O objetivo deste método é dispor de um primeiro conhecimento da realidade. Baseia-se na observação direta que o analista realiza e do conhecimento adquirido pelo estudo das informações aportadas por outros autores.

As pesquisas descritivas geralmente assumem a forma de levantamentos. Quando o aprofundamento da pesquisa descritiva permite estabelecer relações de dependência entre variáveis, é possível generalizar resultados.

O objeto de estudo desta pesquisa foi o analisar as dimensões socioeconômico e cultural da sustentabilidade presentes no Festival Gastronômico *Mistura* visando sua possível contribuição para o desenvolvimento de comunidades de agricultores familiares e seus reflexos no turismo.

5.1 População e amostra

A técnica utilizada na pesquisa consistiu na elaboração de questionários e entrevistas com perguntas abertas e semi-abertas visando medir os impactos socioeconômicos e culturais porventura trazidos pelo *Mistura*. O instrumento foi utilizado com 50 pessoas pertencentes às comunidades alto andinas de Hayllacayan

e Malpaso da região Huanuco do Peru e que vêm vendendo seus produtos na Feira desde sua criação..

De maneira mais detalhada, a amostra dessa pesquisa é de 50 pessoas que se beneficiam diretamente da agricultura familiar no Peru. Foram selecionadas pelo pesquisador por sugestão dos organizadores do evento.

5.2 Caracterização dos instrumentos de pesquisa

Pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por um número de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas, etc. (GIL, 2007 p.123)

A técnica utilizada na pesquisa consistiu na elaboração de um questionário. O instrumento de medição foi dirigido a 50 pessoas pertencentes a duas comunidades de Huayllacayan e Malpaso localizadas na região de Huanucodo Peru.

O questionário aplicado aos moradores das comunidades de Huayllacayan e Malpaso que participam da Feira, contou de 16 perguntas entre abertas e fechadas (Apêndice 1).

5.3 Procedimentos de coleta e de análise de dados

A coleta dos dados foi realizada pelo autor do trabalho nos dias 17 a 20 de julho de 2014, dois meses antes da sétima abertura da edição 2014 do *Mistura*.

As informações foram obtidas, presencialmente, nas comunidades de Huayllacayan y Malpaso ambas localizadas na região Andina de Huanuco do Peru.

Os 50 questionários foram tabulados e analisados para poder identificar os impactos para o quais foram elaborados.

Em seguida analisam-se os resultados alcançados e identificam-se os dados obtidos.

6. ANALISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

O panorama que vivencia a gastronomia no Peru é mais que alentador. Cada dia a culinária recebe diferentes reconhecimentos e distinções. O mais recente foi a obtenção de uns dos mais importantes prêmios na área turística: a prestigiosa *World Travel Awards* que reconheceu o Peru como o melhor destino gastronômico da America do Sul em 2012, 2013 e 2014.

De acordo a pesquisa levantada conseguiu-se afirmar a importância da Feira *Mistura* para o desenvolvimento socioeconômico e cultural de comunidades que participam do evento com a venda de seus produtos . Isso pode ser observado nas respostas à pergunta 11 do questionário: "Você considera que *Mistura* contribuiu para o desenvolvimento socioeconômico de sua comunidade?" em que se obteve um contundente *sim* de 48 dos 50 visitantes que constituíram a amostra (96%). As principais razões apresentadas pelos respondentes foram que a Feira difunde sua produção nativa, valoriza seus produtos e isto faz com que se abram novas janelas de vendas no mercado nacional e, em algumas ocasiões, no exterior.

O reconhecimento da Feira pelos peruanos tem um caráter cultural dado que resgata e valoriza as tradições gastronômicas de todas as regiões do Peru. Este reconhecimento fica claro na resposta da questão 15 do questionário onde se perguntou: "Em sua opinião você acredita que o peruano aprendeu a valorizar a importância do trabalho das comunidades campesinas dado o impacto ocasionado pelo êxito da feira *Mistura* na sociedade?" Responderam que *sim* 80% da amostra. Este apoio se deve, segundo os camponeses, ao fato de que a Feira resgata o valor dos produtos nativos promovendo a diversidade gastronômica. Isto identifica as pessoas com suas origens, promove o consumo de produtos nativos ou de origem e, por último, valoriza e resgata pratos que estavam esquecidos renascendo no inconsciente dos peruanos a auto-valorização.

Por outro lado, destaca-se o importante indicador social, dimensão com que mais trabalham os organizadores da Feira, já que uns dos principais objetivos do evento é que os benefícios cheguem aos produtores por muito tempo esquecidos. Esses agricultores são os protetores da biodiversidade, e é graças a eles que os peruanos têm na sua mesa o alimento de cada dia. A Feira reconhece esse esforço e por isso no ano de 2009 assinou a Aliança Cozinheiro – Agricultor, acordo que

favorece milhares de pequenos agricultores com benefício econômico advindo do êxito da gastronomia.

O sucesso da Feira influenciou de maneira direta o poder executivo de maneira que, através de projetos promovidos pelo evento, chegou a comprometer-se em ações políticas que depois foram ratificadas por decretos. Um exemplo claro disso, foi o lançamento da *dieta andina*, iniciativa lançada pelo Estado e a APEGA na Feira *Mistura 2012*.

Outra política adotada pelo governo por intermédio do *MINCETUR* é a promoção da descentralização da Feira para outras cidades do Peru, incentivando o consumo de produtos peruanos e, conseqüentemente, do turismo já que essas feiras originam uma grande movimentação de pessoas. A iniciativa de governos locais dos estados fronteiriços de Tacna (Chile) e Tumbes (Equador) de realizar a feira em suas cidades para promover a movimentação de turistas equatorianos e chilenos foi um êxito. Segundo o *MINCETUR* o turismo gastronômico movimentou U\$120 milhões de dólares em 2008 entre os dois estados.

Outro indicador estudado nesta pesquisa foi o Econômico. A Feira gera grandes recursos para sua organização e execução. Contudo, os benefícios econômicos se fazem sentir sobre toda a cadeia produtiva que gera, ao final, esse movimento gastronômico. Segundo dados do estudo da Arellano, empresa encarregada pela APEGA para medir esse tipo de impacto do evento, a gastronomia gera uma cadeia de valor que produz mais de S.40.000 milhões de *Nuevos Soles*, que seriam equivalentes a 11,2% do PBI projetado para o 2009.

A gastronomia influencia diretamente várias atividades econômicas como o turismo, gerando o desenvolvimento do segmento de turismo gastronômico no Peru, cada vez mais representativo, criando agências de viagens especializadas em roteiros gastronômicos, com a inclusão e promoção da feira *Mistura*. (APEGA, 2009)

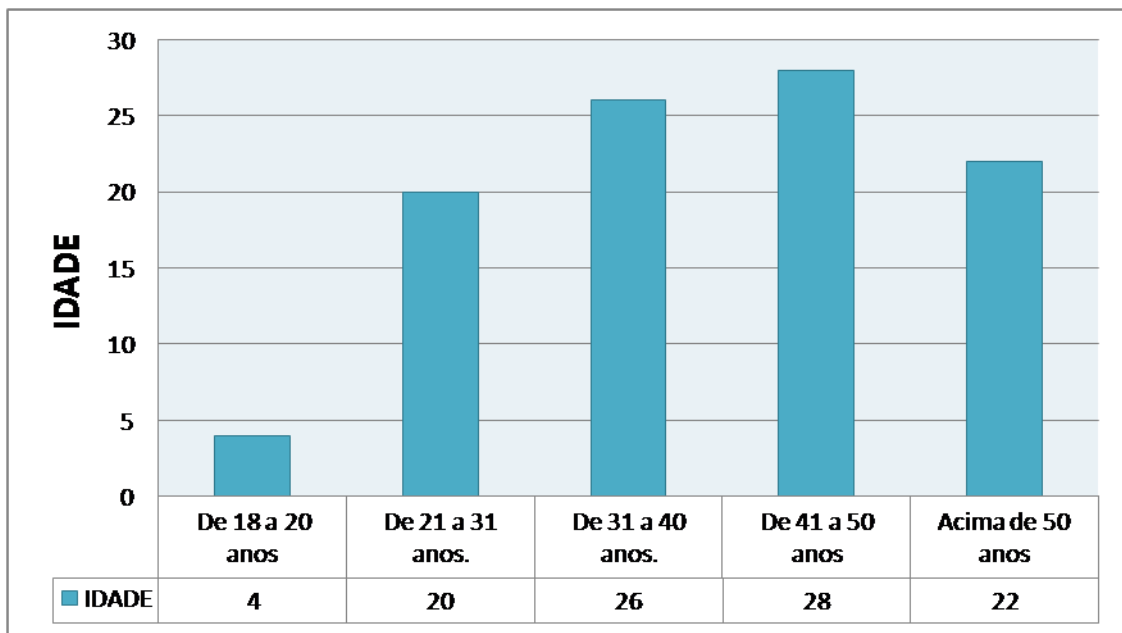
Segundo o *MINCETUR* 42 % dos turistas asseguraram que a gastronomia foi uns dos aspectos que influenciaram na eleição do Peru como destino turístico.

Em seguida analisam-se os resultados alcançados e identificam-se os dados obtidos pela amostra.

Pergunta 1 – Faixa Etária

Buscou-se conhecer a faixa etária dos camponeses da Feira, para se estabelecer a idade dos produtores que participam da Feira.

Gráfico 1 – Faixa etária



Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

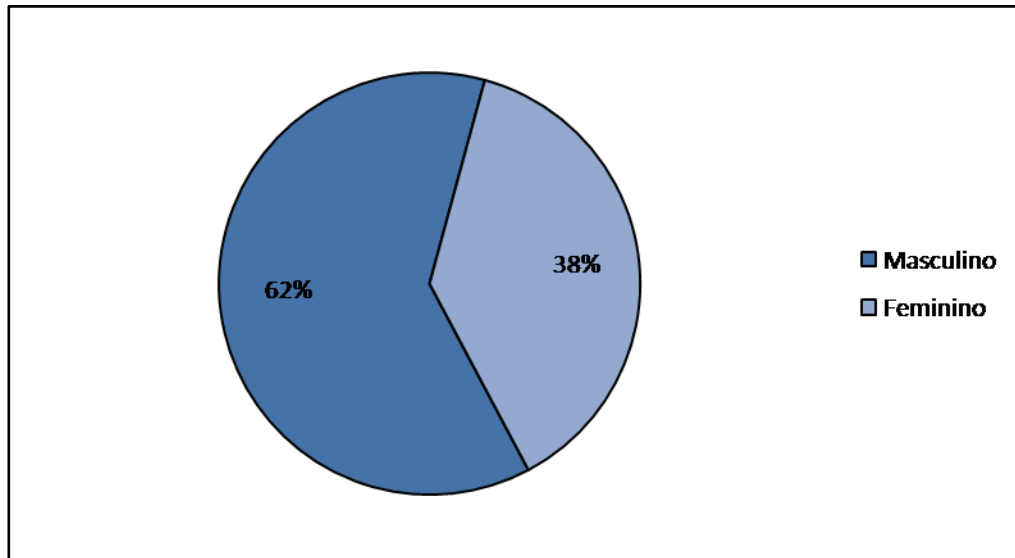
Os resultados da amostra revelam que os camponeses que mais participam da Feira estão entre as idades de 41 a 50 (28%) seguidos dos de 31 a 40 anos (26%) e em terceiro lugar estão os de acima de 50 anos. Em quarto lugar estão as pessoas entre 21 e 31 anos (20%) e por último com 4% ficaram as idades entre 18 a 20 anos.

Esta leitura reflete que ainda existe uma migração do campo para a cidade por falta de oportunidades para as novas gerações. Por sua vez também se pode enxergar que pouco o pouco os jovens estão ficando no campo pelas oportunidades que oferece atualmente o desenvolvimento da agricultura familiar. Cabe ressaltar que ainda a notoriedade pela produção nativa está começando e construindo uma base sólida que sustente o ansiado desenvolvimento.

Pergunta 2 - Sexo

Esses dados contribuiriam para conhecer o gênero dos camponeses que participam do *Mistura*. A amostra mostrou que os homens participam em maior número na Feira 62% contra 38% do sexo feminino.

Gráfico 2 – Sexo



Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

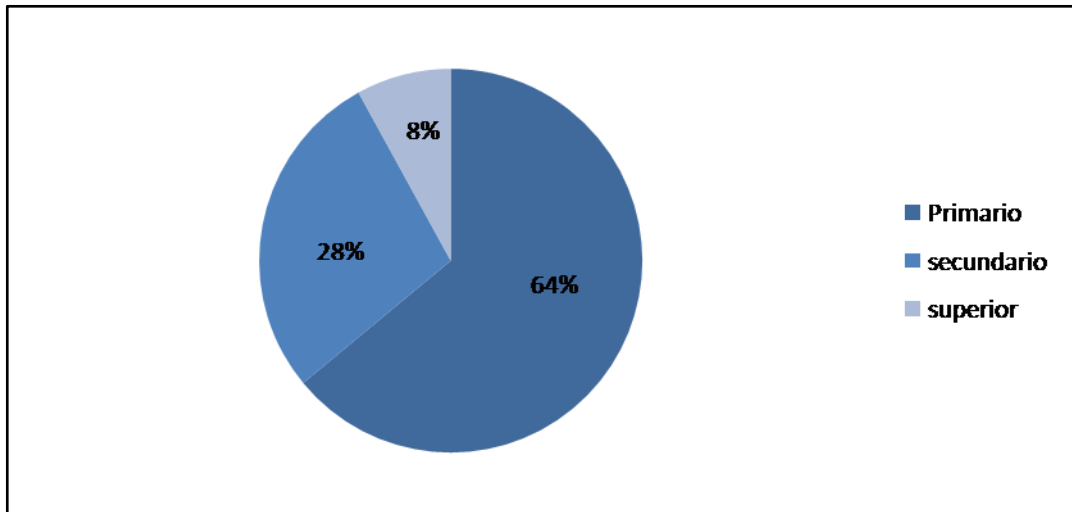
Pergunta 3 - Grau de Escolaridade

Conhecer o grau de escolaridade dos camponeses que participam da Feira poderia trazer contribuição para a compreensão do nível de sua formação e desempenho, por exemplo, quanto à produção e produtos apresentados, conforme o Gráfico 3 a seguir.

Dentre os 50 camponeses consultados foi possíveis determinar que o maior número de participantes da Feira possui nível primário (64%), seguido do nível secundário (28%) e ensino superior (8%).

Cabe dizer que as autoridades educativas no Peru vêm desenvolvendo diferentes políticas para diminuir o os altos índices de analfabetismo existentes nos Andes peruanos. Estas políticas incentivam aos agricultores enviarem seus filhos para a escola sem importar o sexo já que até faz alguns anos este era privilégio dos filhos homens.

Gráfico 3 – Grau de escolaridade



Fonte: Elaborado pelo autor (2015)



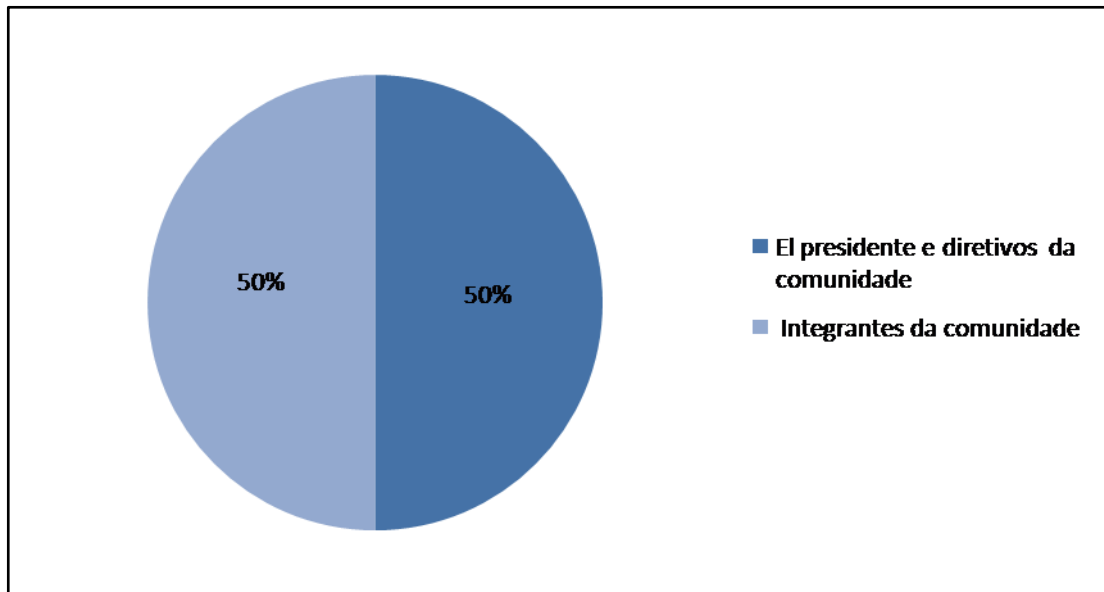
Figura 3: Meninas caminhando para a escola na Comunidade de Huayllacayan

Fonte: Arquivo pessoal do pesquisador (2014)

Pergunta 4 - Quem representa à comunidade em Mistura?

A intenção desse item era saber como é eleito o representante da comunidade na Feira e com isso seria possível, de certa forma, conhecer a organização da comunidade frente à participação no *Mistura*.

Gráfico 4 – Representação da comunidade



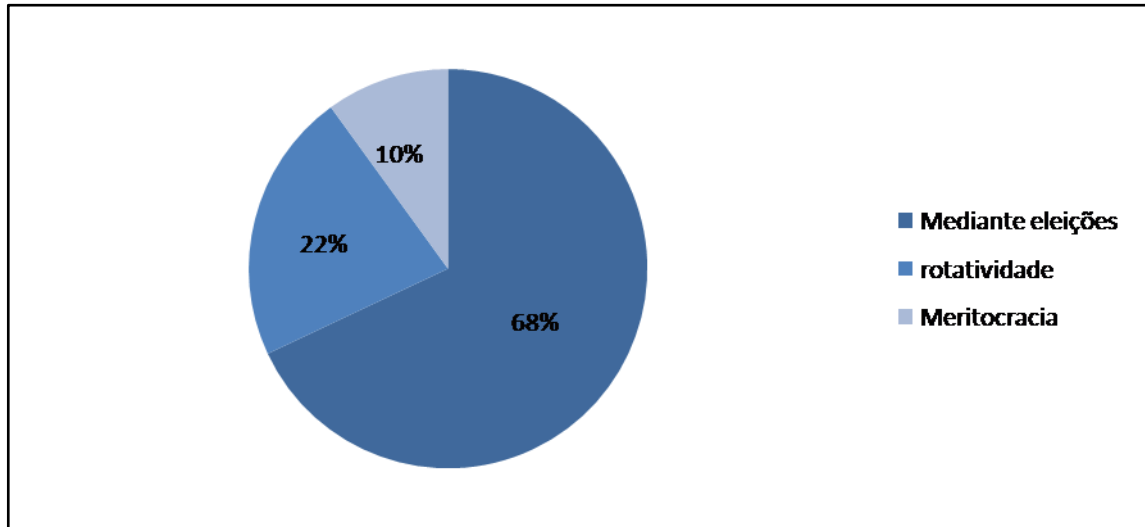
Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

A metade (50%) dos participantes na Feira se resume ao presidente e líderes da comunidade. Os outros 50% dos participantes são integrantes da comunidade.

Isto se deve ao caráter democrático que impera nestas comunidades e também ao princípio de rodízio dos participantes promovido pelos organizadores do *Mistura*.

Pergunta 4.1 – Como se escolhe ao representante?

A intenção desse item era saber como são escolhidos os camponeses que participam no *Mistura*. Com isso seria possível, de certa forma, conhecer a organização da comunidade frente à participação no *Mistura* e como se faz a rotatividade de agricultores presentes na Feira.

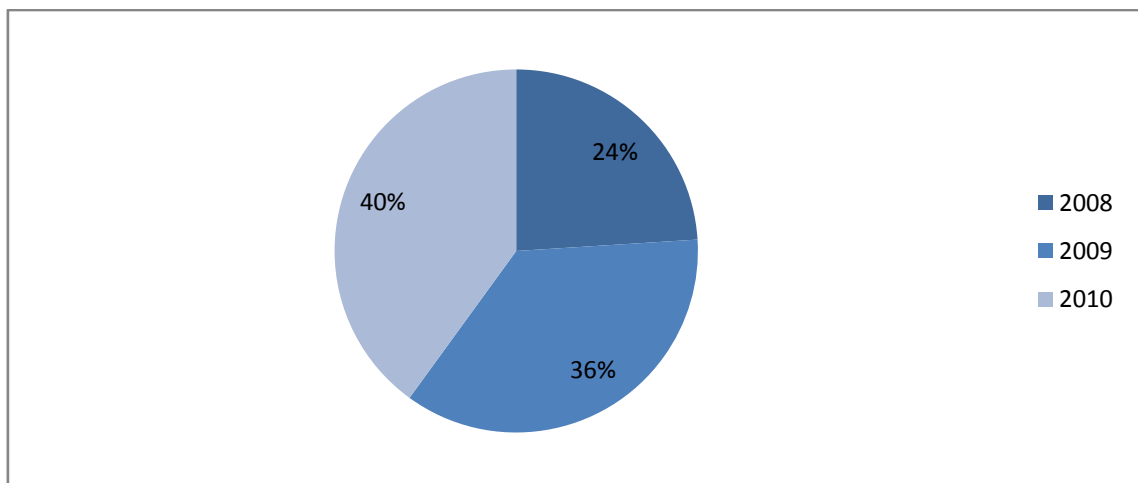
Gráfico 4.1 - Lista de Representantes

Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

De acordo com os dados obtidos o principal modo de escolha de um representante da comunidade é mediante eleições (68%); em segundo lugar os representantes da diretoria da comunidade são designados pelos antigos representantes (22%) e por ultimo o maior produtor da comunidade representa a comunidade (10%).

Pergunta 5 - Desde quando você frequenta a Feira Mistura?

A intenção desse item era saber há quanto tempo as comunidades vêm participando do Mistura.

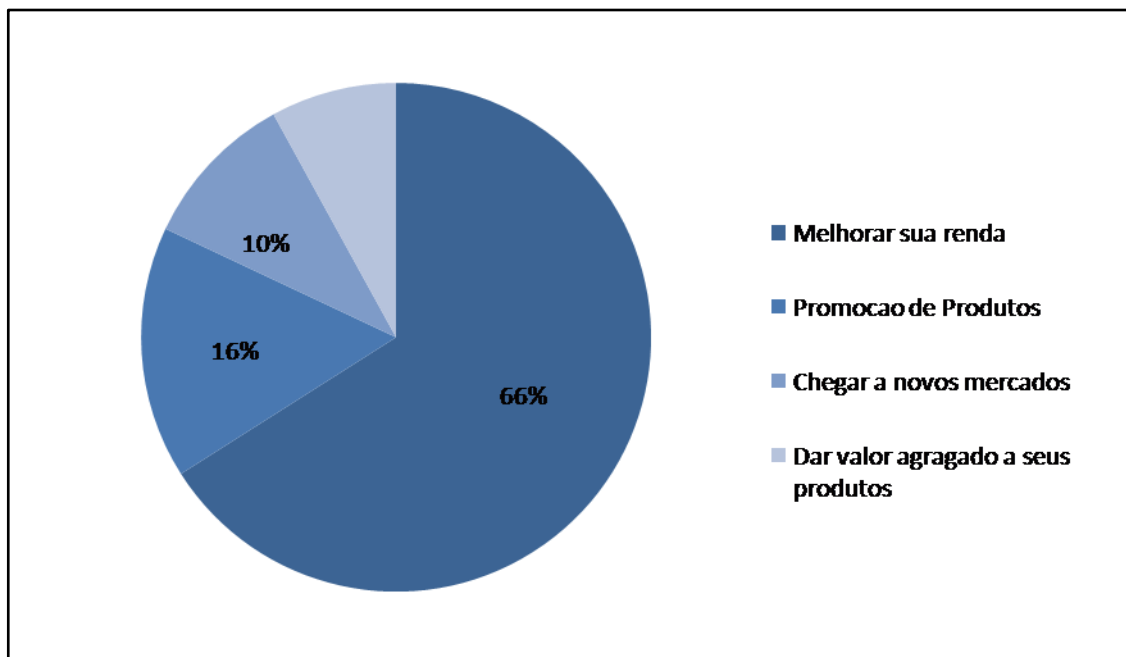
Gráfico 5 – Frequencia ao Mistura

Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

Os dados obtidos da amostra de 50 camponeses mostram a participação dos na Feira desde a primeira edição. Obteve-se o maior número de participantes na Feira de 2010 (40%). No ano de 2009, 36%, e a menor participação foi em 2008 com um (24%). Dos atuais participantes as duas comunidades pesquisadas têm participação ativa nas últimas edições de *Mistura*.

Este resultado faz sentido quando se observa a evolução da Feira no que diz respeito ao número de comunidades participantes, pois houve uma projeção de sucesso desde o início de sua apresentação. Também é importante esclarecer que o incremento de participantes se deve a dois aspectos específicos: o primeiro é o aumento de dias de duração da Feira e o segundo é que a cada ano os organizadores da Feira vêm procurando lugares com maior área para a realização do evento gastronômico dado ao crescente êxito (Apêndice 2).

Gráfica 6 – Principal motivo para participar do Mistura



Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

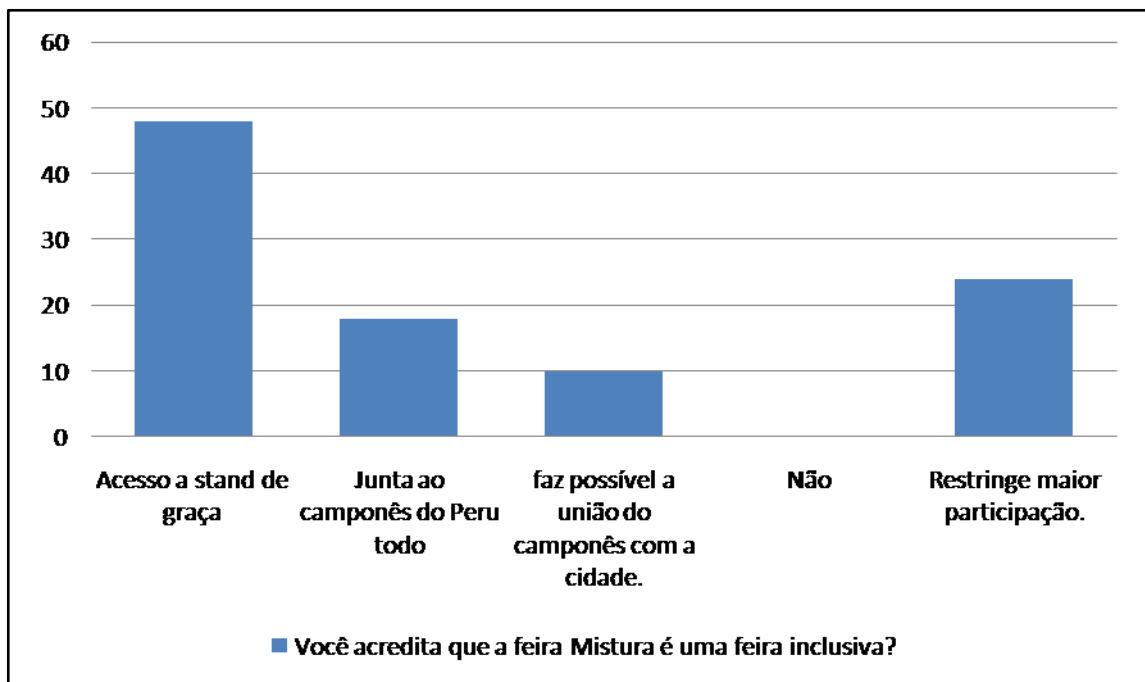
De acordo com os dados obtidos o principal motivo para os camponeses participarem do *Mistura* foi melhorar sua renda (66%), seguido de 16% que compareceram para promover seus produtos, 10% querem chegar a ter acesso a

novos mercados e finalmente 8% que participaram do evento para agregar valor a seus produtos.

Perguntar 7 - Você acredita que a feira Mistura é uma feira inclusiva?

Com esta pergunta procurou-se identificar se a Feira é inclusiva e se assim é percebida pelos participantes.

Gráfico 7 – O Mistura é uma feira inclusiva?



Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

Dentre os respondentes, 76% dos que responderam *sim* baseiam sua opinião no acesso a *stands* gratuitos; 48% porque os organizadores oferecem um número de *stands* livres para os membros da Aliança Cozinheiro – Camponês. Para 18% dos entrevistados, a Feira junta os pequenos agricultores do Peru todo dando oportunidade cada ano às comunidades para expor seus produtos. Por último, 10% consideram que o *Mistura* torna possível a união do camponês com os peruanos da capital juntando as duas classes que precisam uma da outra para o desenvolvimento do País.

Os que responderam *não* (24%) consideram que os *stands* de graça outorgados pelos organizadores são poucos, restringindo sua participação.

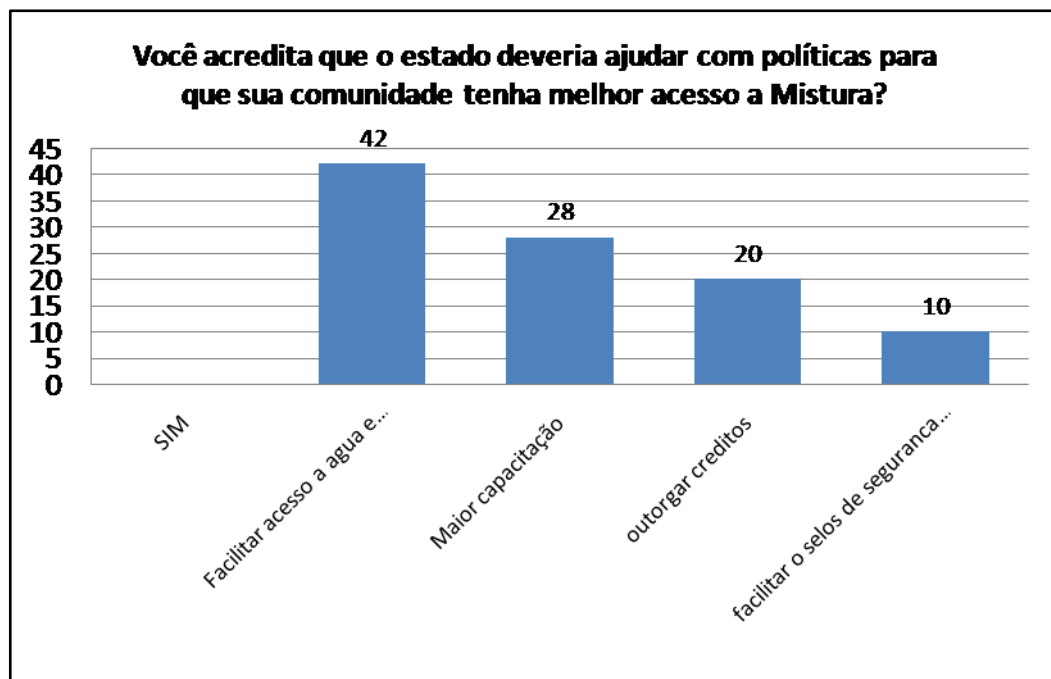
A envergadura da Feira extrapola muitas vezes a capacidade de recepção já

que a cada ano são mais os agricultores que querem dela participar devido a sua promoção no Peru todo. A cada ano os organizadores colocam padrões rígidos de controle de qualidade nos produtos que se vendem na Feira já que tentam preservar seu nível. Sendo impossível a participação de todos, promovem uma política de rodízio dos participantes para dar oportunidade a mais produtores.

Pergunta 8 - Você acredita que o Estado deveria ajudar com políticas para que sua comunidade tenha melhor acesso ao *Mistura*?

Visa-se identificar com esta pergunta a opinião dos camponeses a respeito da participação do Estado na viabilização de que suas comunidades sejam ajudadas na sua participação no *Mistura*. Essa questão só obteve respostas *sim*.

Gráfico 8 – Acesso ao Mistura



Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

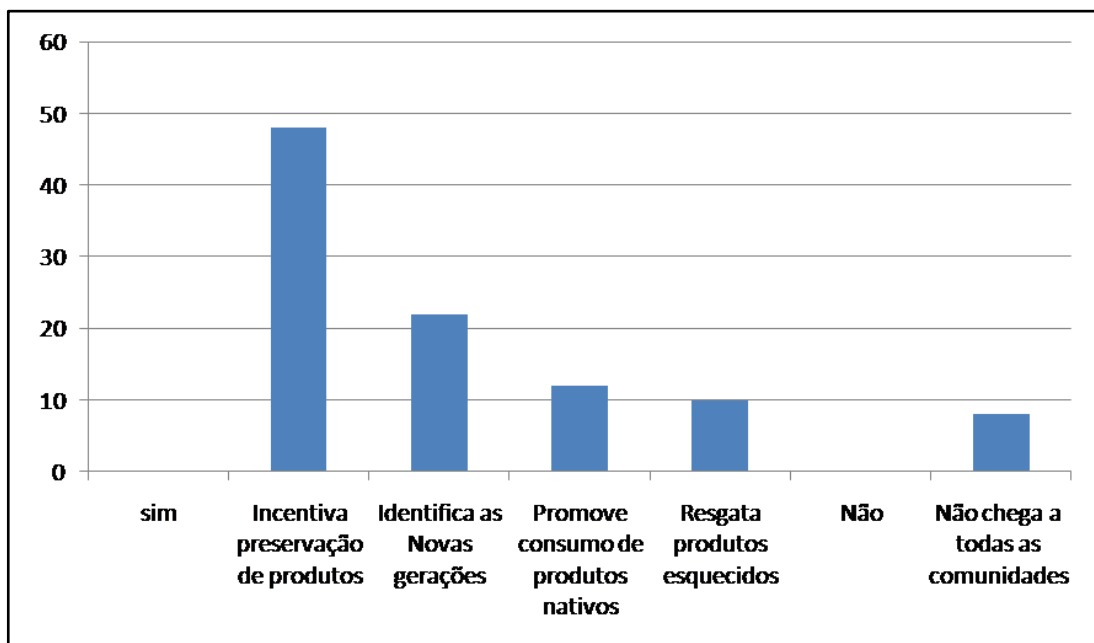
Os camponeses, em sua totalidade, responderam *sim* a essa pergunta do questionário. Para eles o Estado deveria desenvolver políticas para que os pequenos agricultores tenham maior acesso a água 42%. Para o 28% o Estado deveria dar maior capacitação e orientação para obter uma maior produtividade; para 20% dos participantes o Estado deveria outorgar créditos, e, por ultimo 10%

expressaram que o Estado deveria facilitar selos de segurança alimentar para suas comunidades.

Pergunta 9 - Em sua opinião a feira *Mistura* contribui com o resgate cultural da sua comunidade?

A pergunta serviu para levantar dados sobre a possível contribuição da Feira no resgate cultural das comunidades partícipes. Novamente, as pessoas poderiam responder *sim* ou *não* justificando suas respostas.

Gráfico 9 – Contribuição do Mistura para o resgate cultural



Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

Nesse caso, as 46 pessoas que responderam *sim* a esse questionamento corresponderam a 92% da amostra. Dessas, 48% assinalaram que a Feira promove e incentiva a sua comunidade na preservação de sua cultura mediante o respeito de seus produtos nativos; 22% expressaram que o evento identifica as novas gerações com suas origens. Por outro lado, 12% afirmaram que a Feira promove o consumo dos produtos de origem, chamados “nativos”, das diferentes regiões do Peru. Por último, 10% expressaram que o *Mistura* resgata produtos nativos esquecidos, especialmente os que se utilizam em pratos regionais que não têm muita difusão nas cidades, ajudando assim a sua promoção durante a Feira.

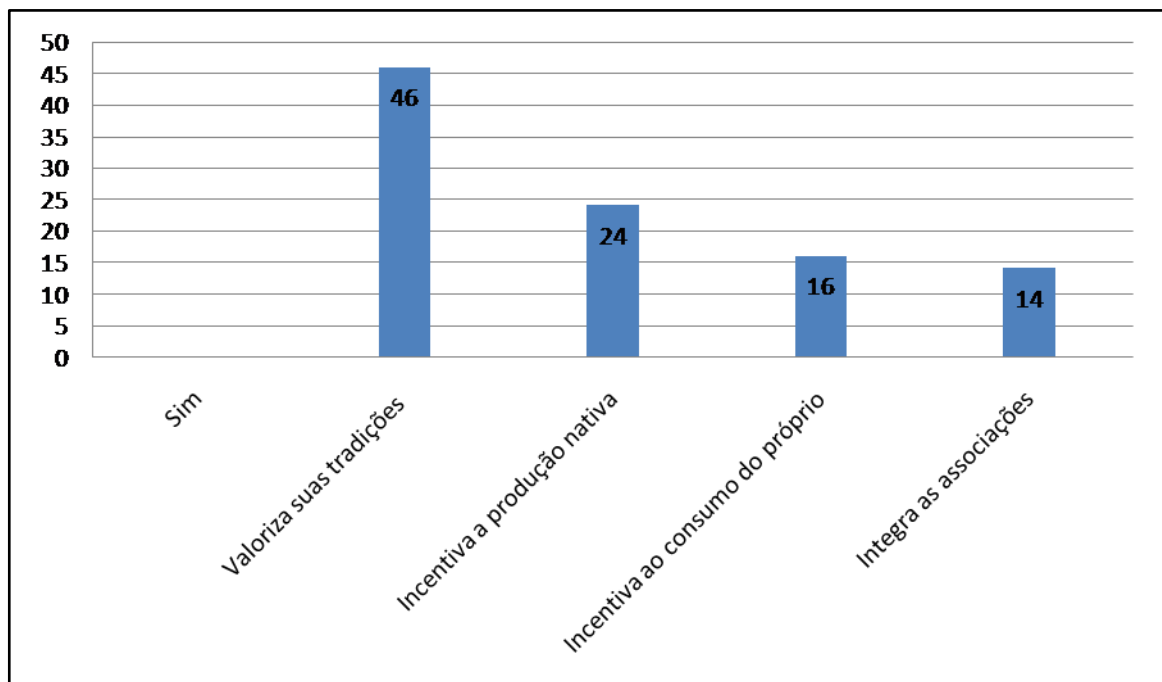
Quatro pessoas (8%) responderam *não* a essa pergunta. Para esses 8% dos camponeses o *Mistura* não contribui para o resgate cultural da gastronomia já que o evento não chega a todas as comunidades.

A valorização dos produtos nativos nas grandes cidades do Peru e do mundo faz que seja visível o trabalho dos pequenos agricultores enxergando-se o desenvolvimento progressivo das comunidades partícipes do *Mistura*.

Pergunta 10 - Em sua opinião a feira *Mistura* respeita a tradição social de sua comunidade?

Essa questão buscou identificar a percepção dos camponeses quanto à dimensão social presente em suas comunidades. Sim ou não eram as possibilidades de resposta, com suas justificativas, sendo a alternativa sim escolhida pela massa.

Gráfico 10 – Respeito à tradição social



Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

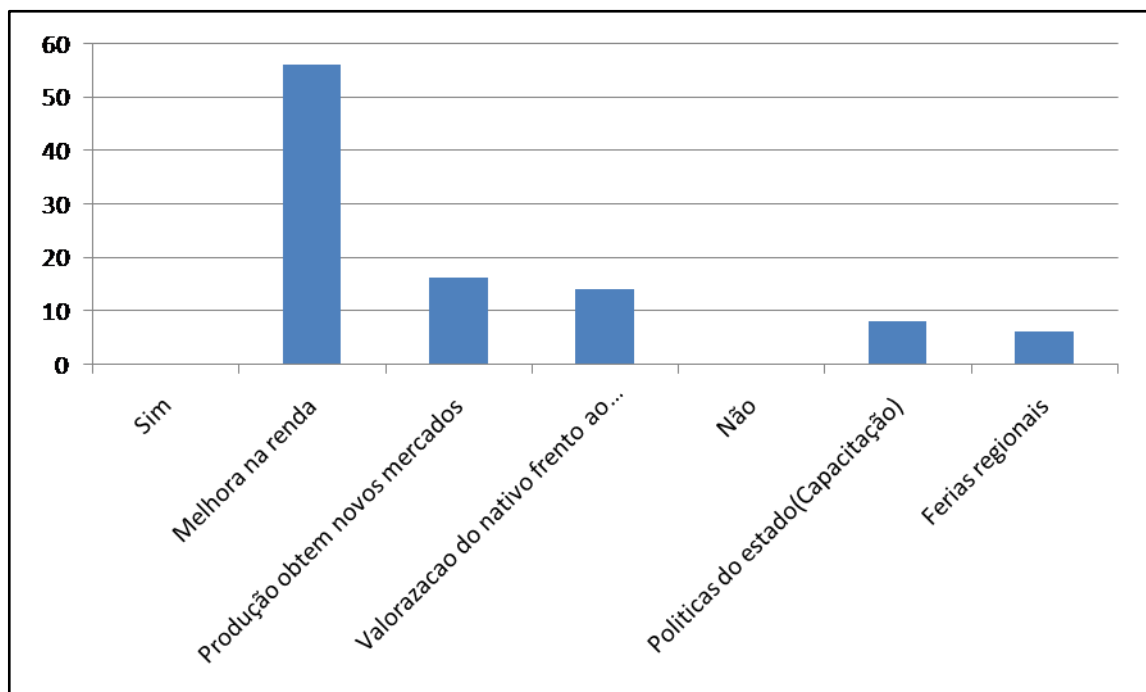
De acordo com os números obtidos, 100 % da amostra afirmaram que *sim*, pois a Feira respeita as tradições sociais nas comunidades já que valoriza suas tradições (46%); 24% expressaram que a Feira incentiva a produção nativa e conscientiza os camponeses para o uso sustentável de seus recursos; já para 16%

dos camponeses a Feira incentiva o consumo dos próprios produtos orgânicos na comunidade valorizando-os sobre os de fora e por último, mas não menos importante, com 14% a Feira incentiva as comunidades a se organizarem e formarem associações mantendo as tradições sociais vivas. Há relatos de camponeses que perderam familiares na época do terrorismo (1980-1990) criando brechas especialmente nestas comunidades alto andinas que, através do *Mistura* e do sucesso gastronômico que vivencia o Peru estão ajudando a fechar o vazio entre o campo e a cidade através de uma inclusão verdadeira ao país.

Gráfico 11 – Você acredita que o *Mistura* contribuiu para o desenvolvimento socioeconômico de sua comunidade ?

Procurou-se identificar aqui, se a Feira *Mistura* contribuiu para o desenvolvimento das comunidades entrevistadas. O Gráfico 11 mostra os resultados obtidos para as respostas *sim* ou *não* dadas pelos respondentes.

Gráfico 11 – Desenvolvimento socioeconômico



Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

De acordo com os resultados obtidos os visitantes que acreditam que *sim*, que o *Mistura* contribuiu para o desenvolvimento socioeconômico das comunidades entrevistadas representam 86% da amostra. Para eles, o evento trouxe uma melhoria na renda das famílias promovendo variedades de produtos que estavam esquecidos nos grandes mercados das cidades; 68% concordaram que a Feira difunde a gastronomia peruana ao mundo; 14% têm novos mercados para sua produção nativa no mundo; e 10% afirmaram que os produtos nativos foram valorizados diante de produtos internacionais que durante muito tempo predominaram nos cardápios dos restaurantes.

Os camponeses entrevistados que responderam *não* a essa pergunta acreditam que o *Mistura* não contribuiu para o desenvolvimento socioeconômico de suas comunidades (14%) e as razões para suas respostas foram as seguintes: o desenvolvimento de suas comunidades se deu graças a políticas de Estado de capacitação e promoção de serviços básicos (8%); o desenvolvimento se deu antes já que se estabeleceu uma Feira nos finais de semana na capital de Huánuco e foi quem deu início a esse crescimento (6%).

Um caso visível, é o do senhor Victoriano Fernandez Morales, produtor de batata nativa da comunidade Huayllacayan que, graças ao esforço de sua comunidade e desempenho no *Mistura*, fez que sua produção venha sendo reconhecida nos grandes mercados e utilizada na gastronomia peruana desenvolvendo diretamente o turismo gastronômico que a cada ano abarca percentuais significativos no Turismo do Peru.



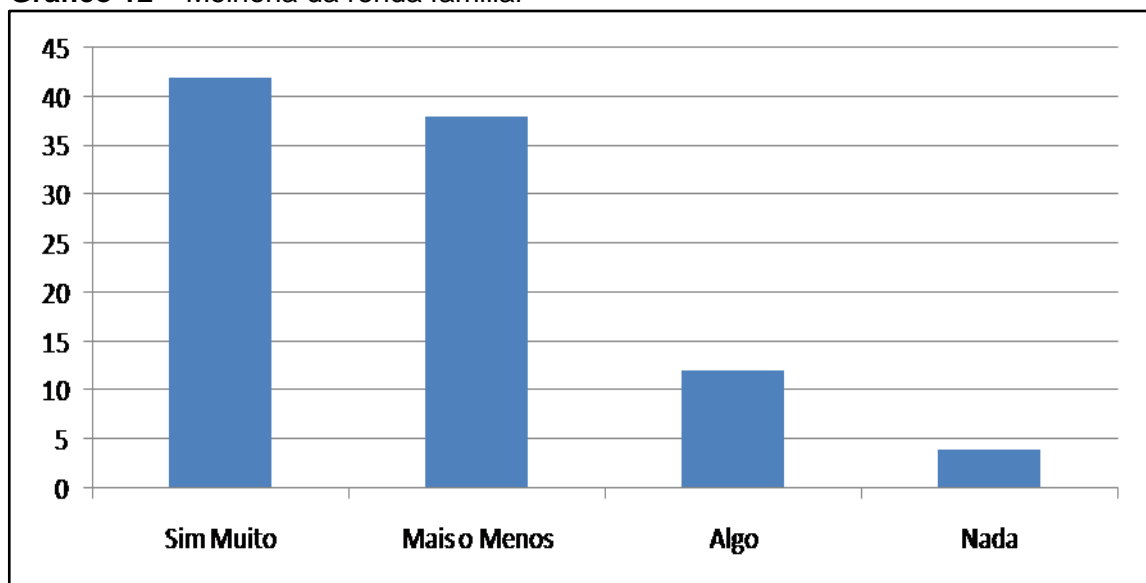
Figura 4: Pequeno Produtor de batata nativa da Comunidade de Huayllacayan

Fonte: Arquivo pessoal do pesquisador (2014)

Pergunta 12 – A feira Mistura ajudou a melhorar sua renda familiar?

Procurou-se identificar o impacto do *Mistura* na melhoria da renda familiar das famílias camponesas que participam Feira.

Gráfico 12 – Melhoria da renda familiar



Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

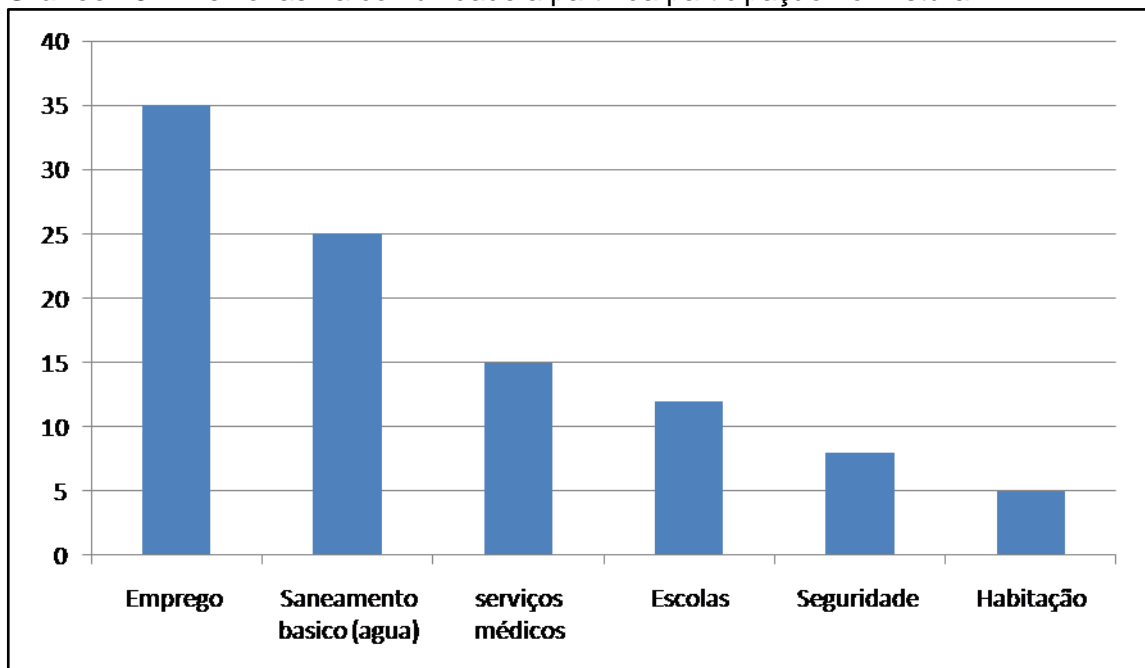
De acordo aos resultados obtidos, observa-se que 42% dos entrevistados responderam que *sim muito*; 38% da amostra se inclinaram mais pela idéia de que a Feira ajudou *mais o menos*; 12% disseram que o *Mistura* provavelmente contribuiu em *algo*; já 4% dos entrevistados afirmaram que a Feira não ajudou em *nada* na melhoria de sua renda familiar.

Consegue-se observar que a feira *Mistura* trouxe um nível de desenvolvimento às feiras no Peru, sendo reconhecida a importância destas, ajudando de certa forma ao desenvolvimento e notoriedade das feiras regionais. Estas iniciam a valorização dos produtos nativos esquecidos nos mercados, desenvolvendo pouco a pouco a renda dos pequenos agricultores, por isso os camponeses viram nesta pergunta que as feiras são importantes para o desenvolvimento de suas comunidades.

Pergunta 13 - Desde que sua comunidade participa na feira *Mistura* o que se criou?

Com esta pergunta procurou-se determinar que benefícios a participação das comunidades no *Mistura* trouxe, expressando-se em serviços para a comunidade.

Gráfico 13 – Melhorias na comunidade a partir da participação no *Mistura*



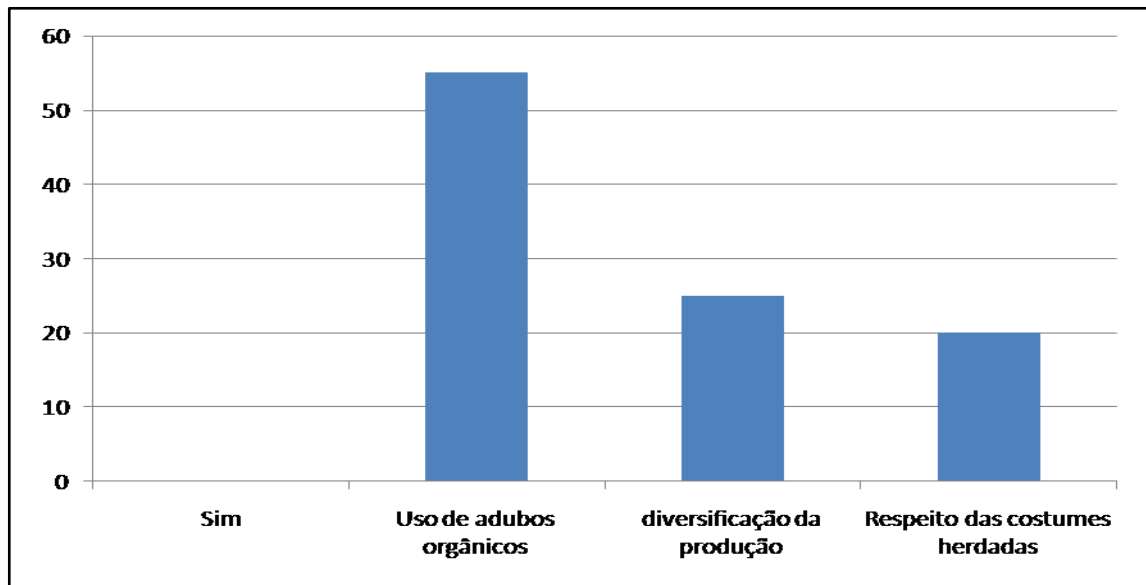
Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

As respostas obtidas dos 50 questionários mostraram que 35% dos camponeses declararam que se incrementou o *emprego*; em segundo lugar melhorou-se o *saneamento básico de água* (25%); em terceiro lugar, ficou o incremento de *serviços médicos* (15%) seguido das melhorias nas *escolas* com (12%). Pode-se ver neste item que as mulheres destas comunidades foram incluídas no sistema educativo, agora de caráter obrigatório. Em quinto lugar ficou a *segurança* (8 %) dado que há uma maior presença das autoridades policiais e por ultimo, com (5%) demonstra-se que pouco se fez no setor *habitação* - os entrevistados informaram que deram prioridade a outros fatores.

As comunidades pesquisadas sabem que ainda falta muito a atingir, mas já podem enxergar melhorias e valorizam o desenvolvimento advindo do seu esforço e as políticas que vêm acontecendo no país neste setor. Também ressaltam que a ajuda das organizações não governamentais vem servindo muito para seu desenvolvimento. Assim, valorizam o aporte das Feiras nas suas comunidades já que diretamente tornam visível seu trabalho.

Pergunta 14 - Na produção você respeita o meio ambiente?

Com esta pergunta procurou-se determinar se os camponeses respeitam o equilíbrio ecológico na produção de seus produtos em suas comunidades. O Gráfico 14 mostra os resultados obtidos para as respostas *sim* ou *não* dadas pelos respondentes.

Gráfico14 – Na produção o meio ambiente é respeitado

Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

As respostas obtidas dos 50 questionários mostraram que o *sim* obteve 100% das respostas por parte dos camponeses, afirmam respeitar o meio ambiente na produção. Declararam (65%) que o uso de adubos orgânicos na produção aumentou desde que obtiveram capacitação de ONGs e do governo; em segundo lugar responderam que respeitam as fases da lua para a produção (25%); em terceiro lugar os camponeses diversificaram sua produção dando origem a um equilíbrio natural da terra de modo a não sobre-explorá-la. Pode-se ver neste item que o trabalho das mulheres foi importantíssimo já que elas são fonte de conhecimento na produção direta da terra que se complementa com a força laboral dos homens. Como exemplo, pode-se citar o conhecimento do tempo de cocção de cada produto, conhecimento este ignorado pelos homens.

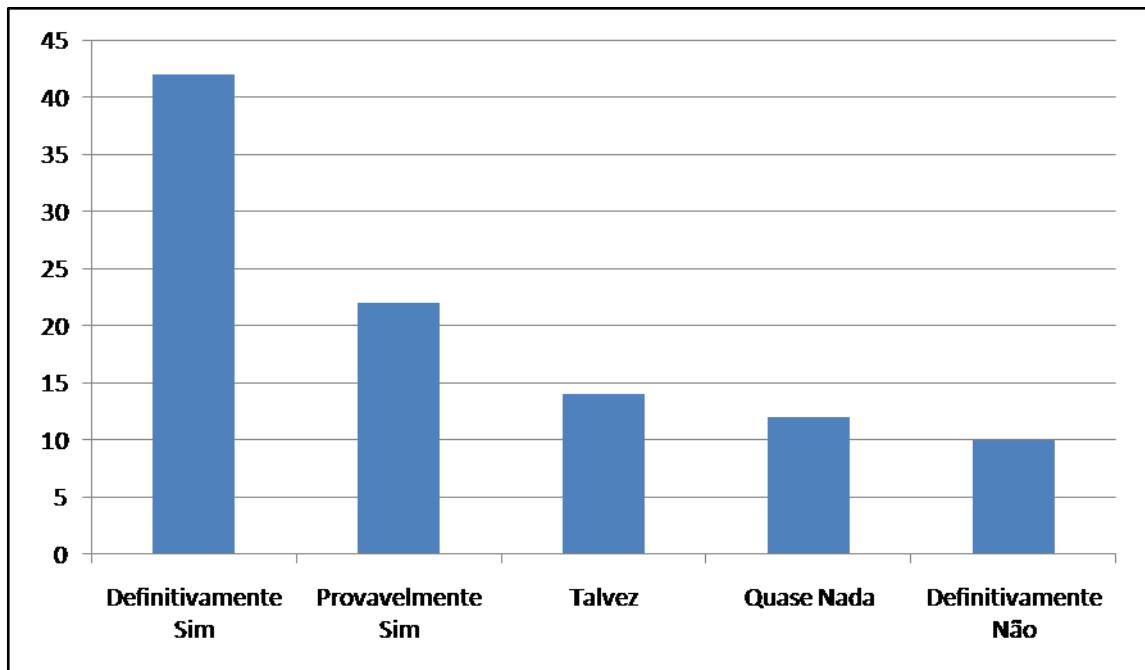


Figura 5: Pequena produtora de batatas e hortaliças da Comunidade de Malpaso

Fonte: Arquivo pessoal do pesquisador (2014)

Pergunta 15. Você acredita que o peruano da capital aprendeu a valorizar a importância de seu trabalho graças ao impacto da Feira na sociedade?

Com esta pergunta procurou-se determinar se os camponeses tinham a percepção de que seu trabalho é valorizado nas grandes capitais do Peru graças à sua participação no *Mistura*.

Gráfico 15 – Impacto da Feira na sociedade

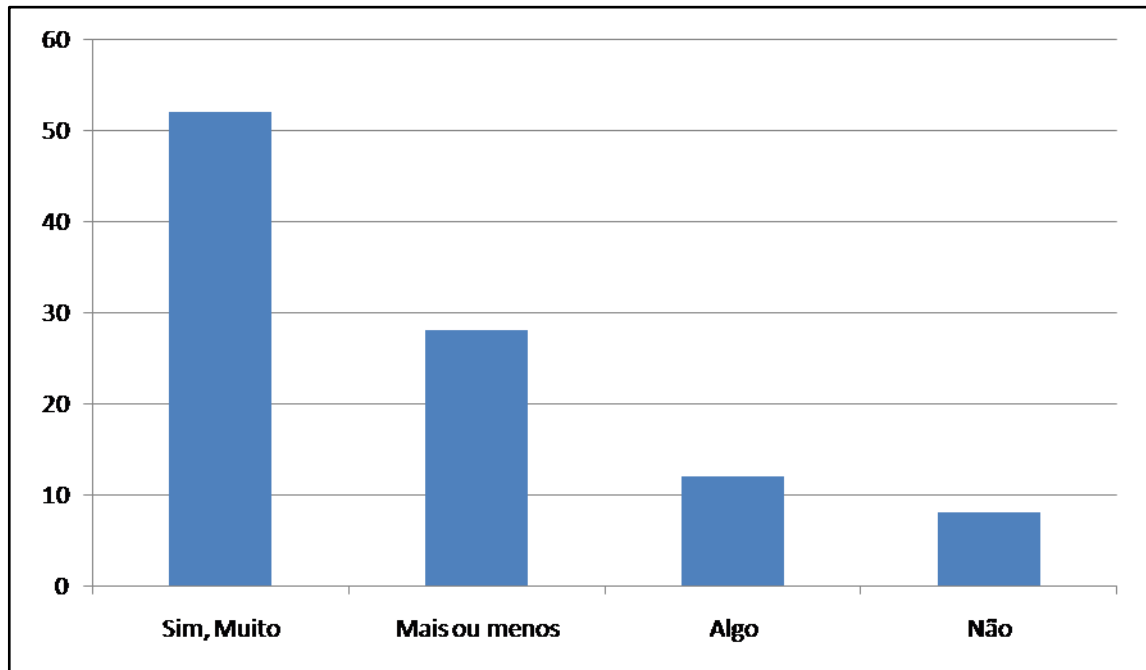
Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

As respostas obtidas dos 50 questionários mostraram que 42% dos camponeses declararam que *Definitivamente Sim*, valoriza seu trabalho; em segundo lugar (22%) responderam que *Provavelmente Sim*; em terceiro lugar o ficou o *Talvez* (14%), seguido de *Quase Nada* com (12%) e em quinto lugar, o *Definitivamente Não* (10%) dado que ainda existem alguns dos membros da comunidade que não enxergam esta valorização.

A valorização de produtos nativos nos últimos anos por parte da gastronomia fez com que apareçam novamente nos cardápios dos restaurantes mais famosos do Peru e do mundo. Assim, tem-se conseguido abrir novas janelas de oportunidades para estes produtos há muito tempo esquecidos da mesa dos peruanos.

Pergunta 16 Em conclusão. Você se sente mais orgulhoso de suas raízes e portanto mais identificado com o Peru?

Com esta pergunta procurou-se determinar se os camponeses se sentem orgulhosos de suas origens identificando-se mais como peruanos.

Gráfico 16 – Orgulho das raízes

Fonte: Elaborado pelo autor (2015)

As respostas obtidas dos 50 questionários mostraram que 52% dos camponeses declararam *Sim, Muito* e que se sentem mais orgulhosos de suas raízes quando vêem seus produtos tão valorizados nos mercados nacionais e internacionais, valorizando seu trabalho; em segundo lugar (28%) responderam *Mais o Menos*; em terceiro lugar *Algo* com 12%, seguido do quarto lugar *Não* (8%), evidenciando que este movimento inclusivo ainda tem longo caminho a percorrer pois existem alguns membros da comunidade que não se sentem valorizados.

O reconhecimento do trabalho dos pequenos agricultores por parte do resto da população, está originando um efeito positivo nos campos agrícolas já que motiva e faz sentir uma valorização real pelos produtos que desenvolvem. Esta atitude faz com que os camponeses sintam que são parte efetiva do Peru e não uma parte esquecida do país. Os organizadores do *Mistura* a cada ano reconhecem o trabalho dos camponeses e os colocam no patamar mais alto já que os consideram os guardiões da natureza porque preservam a memória alimentar de todos os peruanos.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atividade turística e a gastronomia vivenciam nos últimos anos um incrível reconhecimento no Peru. A idéia de criar o Festival Gastronômico *Mistura* aconteceu durante o *boom* que vive a gastronomia no Peru e a cada ano este movimento gastronômico cresce alcançando cada vez diferentes setores da sociedade chegando assim ao principal elo desta cadeia - os pequenos agricultores.

Os resultados da presente pesquisa alcançaram os objetivos formulados, quando foram identificadas as dimensões socioeconômicas e culturais da sustentabilidade nas comunidades de Hayllacayan e Malpaso não somente na proposta da Feira como em sua execução. Os impactos causados pelo evento levam o autor deste trabalho a considerar que a Feira se desenvolve sobre pelo menos cinco pilares da sustentabilidade: social, cultural, político, econômico e ecológico e enfatiza seu caráter socioeconômico e cultural . Por isso pode-se afirmar que a Feira abre janelas de oportunidades para os pequenos agricultores e reúne requisitos para ser efetivamente sustentável.

As dimensões culturais e socioeconômicas são o ponto forte desta Feira já que promove de uma maneira autêntica a união de todas as raças, valoriza a gastronomia nacional e resgata do esquecimento os produtos nativos do interior do Peru. A Feira reconhece o grande trabalho dos pequenos agricultores e valoriza o esforço daqueles homens e mulheres que lavram a terra com esforço para que o Peru todo possa se alimentar. Há que se destacar que 70% dos produtos que se vendem nos mercados peruanos são produzidos por pequenos agricultores e que eles representam um terço da população peruana.

Uma vez que esse movimento gastronômico amplia a oferta turística no Peru, trazendo aportes cada vez maiores de visitantes para o evento, deve-se considerar que este movimento gastronômico está promovendo o desenvolvimento de um turismo gastronômico no Peru, pois os turistas têm agora alternativas do porque deveriam visitar o Peru e alguns destes começam a incursionar-se ao campo para visitar a terra onde se produz estes formidáveis produtos iniciando um turismo rural que cada vez é movimentado pela notoriedade alcançada no âmbito nacional e internacional dos produtos nativos. Por outro lado, a Feira torna possível que os pequenos agricultores sejam visíveis para os peruanos da cidade. Peruanos e

turistas se deleitam com o melhor da sua gastronomia em um só celebrando, por meio da comida, a identidade cultural que é orgulho nacional do Peru.

A pesquisa demonstrou que a Feira *Mistura* tem visão social já que busca criar oportunidades de desenvolvimento para os pequenos agricultores e conta com a aliança cozinheiro – camponês que promove um comércio justo entre as partes evitando o intermediário. Esta aliança oferece novas oportunidades de comércio que antigamente essas comunidades não tinham por parte dos vendedores de comida, e incentivam a elaboração de pratos sem sobre-explorar os recursos naturais, especialmente os peixes e frutos do mar tão usados na gastronomia peruana. Além disso, incentiva o consumo de produtos orgânicos e produtos nativos que pouco a pouco estão se incluindo na dieta peruana.

O *Mistura* tem, a cada ano, superado as expectativas do ano anterior. A cada ano tem melhor estrutura, maior número de visitantes tanto nacionais como estrangeiros; cada vez é maior o número de jornalistas acreditados, cada ano se superam metas com resultados que impressionam em apenas oito anos de existência. O evento tem movimentado diferentes aspectos da vida dos peruanos e conseguido chamar a atenção de todo o povo. Além disso, a proposta do festival tem sido replicada em outras capitais peruanas, dando valor à função das feiras que se desenvolvem nas diferentes regiões do Peru. Esta notoriedade faz com que as comunidades que provêm produtos para as feiras pouco a pouco venham melhorando sua renda familiar. Por sua vez as autoridades fronteiriças vêm desenvolvendo feiras gastronômicas principalmente naquelas de fronteira com Chile e o Equador, atraindo grande número de turistas.

Apesar dos impactos positivos em diversos setores, existem ainda aspectos a serem melhorados como a participação mais ativa dos organizadores da aliança cozinheiro campesina com a distribuição dos produtos nativos para a cidade já que a pesquisa demonstrou que alguns estabelecimentos da capital Lima não conseguem comprar produtos nativos devido a uma falta de comunicação dos produtores com os cozinheiros. No campo observou-se que a organização da Feira também deveria elaborar padrões menos rígidos para produtos que ainda não foram submetidos a certificações de qualidades devido ao alto custo e falta de maquinária específica para cumprir com estes padrões já que isto limita a entrada dos camponeses de menos recursos.

Por conta do sucesso a cada ano, os organizadores da Feira têm procurado espaços cada vez maiores para a realização do evento. Neste ano de 2015 os organizadores voltam para o centro histórico de Lima. Já é um espaço conhecido pela população e de maior exposição e o *Mistura* procura atingir o máximo possível de participantes, tanto de produtores para atender a essa grande demanda que todos os anos aumenta como de visitantes.

Uma das medidas para reduzir os impactos ambientais ou ecológicos tem sido o incentivo da organização de valorizar os produtos orgânicos na .Feira. Assim, as comunidades interessadas em participar do *Mistura* utilizam adubos orgânicos no cultivo de suas espécies.sendo este um grande ganho para a população de agricultares já que cuidam de sua saúde e, por sua vez, enviam produtos mais saudáveis para as cidades. Deste modo, a organização termina por influenciar certos modos e hábitos alimentares modernos, de jeito saudável e sustentável.

REFERÊNCIAS

ALLEN, Johnny; O'TOOLE, William; MCDONNELL, Ian; HARRIS, Robert. **Organizacao e gestao de eventos**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

ASOCIACION PERUANA DE GASTRONOMIA. **El aporte económico y social de la gastronomía en el Peru**. Lima - Peru, 2009.

BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. São Paulo: Editora Papirus, 2008.

BRITTO, J.; FONTES, N. **Estratégias para eventos**. São Paulo: Aleph, 2002

CHICO, J. **Turismo gastronômico roteiros do sabor brasileiro**. Rio de Janeiro: Editora CJD, 2005.

DIARIO PERU 21. **Gaston Acurio critica lós transgênicos**. In: Jornal Diario Peru 21 de abril del 2011. Disponível em: <<http://peru21.pe/noticia/745711/gaston-acurio-critica-transgenicos>>. Acesso em: 8 set. 2012

FONTE, N. **Eventos mais sustentáveis**. São Paulo: Editora da Universidade Federal de São Carlos, 2008.

GASTRONOMIA & CIA. **I Feria gastronômica internacional “Peru mucho gusto”**. Disponível em: <<http://www.gastronomiaycia.com/2008/08/30/i-feria-gastronomica-internacional-peru-mucho-gusto/>> Acesso em: 8 set. 2012.

GASTRONOMIA SOSTENIBLE. **En la variedad está el gusto pesca del día: sabrosa, nutritiva y sostenible**. Lima – Peru, 2011. Disponível em: <<http://www.gastronomiasostenible.pe/novedades/%E2%80%9Cen-la-variedadest%C3%A1-el-gusto%E2%80%9D-pesca-del-d%C3%AD-sabrosa-nutritiva-y-sostenible>>. Acesso em: 5 jul. 2012.

GETZ, D. **Event management and event tourism**. New York: Editora Cognizant communication corp., 1997.

GIL, Carlos Antonio, **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2007.

GINOCCHIO, Luis, **Pequeña agricultura y gastronomía**. Lima: editora el comercio S.A, 2012.

GOBIERNO NACIONAL DE PERU. **Comisión de promoción del peru para la exportación y el turismo**. Promperu, 2008.

INFO REGION AGENCIA DE PRENSA AMBIENTAL. **Plataneros de Aguaytía participarán en feria gastronómica Mistura 2012**. Ucayali-Peru 2012. Disponível em: <<http://www.inforegion.pe/portada/140989/plataneros-de-aguaytia-participaran-en-feria-gastronomica-mistura-2012/>> Acesso em: 4 set. 2012.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA E INFORMATICA. PERU: **Perfil del productor agropecuario 2008**. Lima - Peru 2009. Disponível em: <<http://www.inei.gob.pe>>. Acesso em: 14 de set. 2012.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2001.

LEAL, Maria Leonor de Macedo. **A história da gastronomia**. São Paulo: SENAC, 1999.

LIMA, Dalmb M. de Albuquerque; WILKINSON, Hohn. **Inovação nas tradições da agricultura familiar**. Brasília: CNPq/Paralelo 15, 2002.

LIZARZABURU, Javier. En la competencia de los alimentos, ganó el sabor. In: **Diario El Comercio**. Disponível em: <http://elcomercio.pe/actualidad/1470416/noticia-competencia-alimentos-gano-sabor_1>. Acesso em: 16 set. 2012.

MARCONI, M.; LAKATOS, E. **Metodologia científica**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MARTINS C. **Turismo cultura e identidade**. São Paulo: Roca, 2003.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Manole, 2004.

MAZOYER, Marcelo; ROUDART, Laurence. **A história das agriculturas no mundo**: do neolítico a crise contemporânea. São Paulo: UNESP, 2010.

MISTURA APEGA. **El balance de la exitosa Mistura**. Lima-Peru 2012. Disponível em: <<http://www.mistura.pe/Noticias/Detalle/El-balance-de-la-exitosa-Mistura-2012>>. Acesso em: 8 set. 2012.

SCHLÜTER, Regina G. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

SWARBROOKE J. **Turismo sustentável meio ambiente e economia**. 2ed. São Paulo: Aleph, 2000.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Turismo**: Como aprender, como ensinar. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2001.

TRIVELLI, Carolina; ESCOBAL, Javier; REVESZ, Bruno. **Pequeña agricultura comercial: dinámica y retos en el Perú**. IEP, 2006.

UNIVERSIDAD PERUANA CAYETANO HEREDIA. Mistura reducirá su huella ecológica. In: **Centro para la sustentabilidad Ambiental Lima**, Peru 2011. Disponível em< <http://csa-upch.org/prensa/pagina/51>> Acesso em: 4 Ago. 2012.

VALDERRAMA M. **El boom de la gastronomía peruana**. Lima-Peru 2010. Disponible em: <http://apega.pe/contenido/el-boom-de-la-cocina-peruanaD22/prensa-y-difusionS25/noticiasC4.html>. Acesso em: 12 Set. 2012

VALDERRAMA M. **Gastronomía desarrollo e identidad cultural**, El caso peruano Lima – Peru 2010 Disponible em: www.culturande.org/Upload/2010721161434gastronomia_cultura.pdf. Acesso em: 2 Set. 2012.

VARGAS LLOSA, Mario. El sueño Del chef. In: **Diario el País**. Disponible em: http://elpais.com/diario/2009/03/22/opinion/1237676414_850215.html Acesso em: 12 Set. 2012.

VARGAS, Martín, PALOMINO, M. **Mistura memória 2011**. Lima: Editora el Comercio S.A., 2011.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Roteiro do Questionário Aplicado Aos Morador das Comunidades de Pequenos Agricultores

Rotero de cuestionario para ser aplicado al morador de las comunidades de pequeños agricultores

1. Edad:

- a. () de 18 hasta 30 años b. () de 31 hasta 40 años c. () de 41 hasta 50 años
d. () de 51 hasta 60 años e. () de 61 años a más.

2. Sexo:

- a. () Masculino b. () Femenino

3. Grado de instrucción:

- () Primario () Secundario () superior

4. ¿Quién representa a la comunidad en Mistura? ¿Cómo se escoge el representante?

5. ¿Desde cuándo usted frecuenta la feria Mistura/Perú Mucho Gusto?

6. ¿Cuál fue el principal motivo por el cual decidió participar a Mistura?

7. ¿Usted cree que Mistura es una feria inclusiva?

- Si () porque _____
No () porque _____

8. ¿Usted cree que el Estado debería ayudar con políticas para que su comunidad tenga mayor acceso a Mistura?

- Si () porque _____
No () porque _____

9. ¿En su opinión la Feria de Mistura contribuye en el rescate cultural de su comunidad?

- Si () porque _____ ¿Cuál?
No () porque _____ ¿Cuál?

10. ¿En su opinión en la organización de la Feria de Mistura se respeta la tradición social de su comunidad?

- Si () porque _____
No () porque _____

11. ¿Usted considera que Mistura contribuyo al desarrollo económico – social de su comunidad? (Señale la principal razón según su respuesta)

- () Sí () No

12. ¿La feria Mistura ayudo a mejorar su renda familiar?

- () Sí () mucho () Algo () Más o menos () No

13. Desde que su comunidad participa en la feria mistura se creó:

- () Empleo () Postas médicas () Acceso a las carreteras () Seguridad
() Saneamiento básico (agua) () Habitación () Escuelas

14. ¿En la producción de sus productos usted respeta al medio ambiente?

- () Si ¿de qué manera? () No

15. ¿Usted cree que el peruano ha aprendido a valorar la importancia del trabajo de las comunidades campesinas gracias al impacto que ha ocasionado el éxito de Mistura en la sociedad?

- () Definitivamente sí () Casi nada () Definitivamente no () Tal vez

16. En conclusión, ¿Se siente usted más orgulloso de sus raíces y por lo tanto se ha identificado más con el Perú?

- () Sí, mucho () Algo () Más o menos () No.

APÊNDICE B

Roteiro de Entrevista

Responsável da Associação das Comunidades de Pequenos Agricultores

Rotero de entrevista para ser aplicado al responsable de la asociación de las comunidades de pequeños agricultores

1. ¿Desde cuándo su organización se asoció a Mistura?
2. ¿Porque su asociación se unió a Mistura?
3. ¿Qué beneficios ha traído Mistura a su asociación?
4. ¿Mistura es un espacio de promoción para sus asociados? Como?
5. ¿Usted cree que Mistura ayuda a mantener la biodiversidad de los productos agrícolas?
6. ¿Usted cree que Mistura contribuye al crecimiento de cultivos orgánicos?
7. ¿Usted piensa que el Estado debería crear políticas para el mejor desarrollo de su actividad? Que tipo?
8. ¿Usted cree que Mistura contribuye en el fortalecimiento de la identidad cultural de las comunidades agrícolas? Como?
9. ¿De qué manera Mistura impulsa la actividad económica en las comunidades agrícolas?
10. ¿Usted cree que Mistura podrá atraer turistas para su comunidad? ¿Eso sería interesante?

APÊNDICE C

Roteiro de Entrevista Organizadores da Feira Mistura

**Rotero de entrevista para ser aplicado a los organizadores de la feria
Mistura**

1. ¿Cuál fue el motivo por el cual Apega creo Mistura?
2. ¿Cuál es el principal objetivo de Mistura?
3. ¿Cuál es la importancia social de Mistura?
4. ¿Cuáles son los beneficios sociales que alcanzan los pequeños agricultores a través de Mistura?
5. ¿En la organización de mistura de qué manera se incluyen a las comunidades campesinas?
6. ¿Que aporte cultural se desarrolla a través de Mistura?
7. ¿Tienen ayuda del Estado para el desarrollo de Mistura?
8. ¿Usted cree que Mistura dinamiza la oferta turística de Lima? ¿Cómo?
9. ¿Cree usted que Mistura de cierto modo influye en la economía del Perú?
¿Cómo?

APÊNDICE D

**Roteiro de Entrevista
Cozinheiros da Alianza Cocinero Campesino**

**Rotero de entrevista para ser aplicado a cocineros participes de la feria
mistura y alianza cocinero – campesino**

1. ¿Por qué se adhirió a Apega?
2. ¿Desde cuándo usted participa de Mistura?
3. ¿Qué significa para usted Mistura?
4. ¿Qué resultado social usted cree que el Festival Mistura trae?
5. ¿Qué importancia tiene la alianza cocinero –campesino en la realización de Mistura?
6. ¿Cree usted que la Feria Mistura ayuda en la inclusión de la agricultura familiar? ¿Cómo?
7. ¿Usted considera que la Feria Mistura, influye con su gastronomía en la identidad cultural de los peruanos? ¿Cómo?
8. ¿Usted considera que Mistura ayuda a impulsar políticas de estado en beneficio de la gastronomía peruana? ¿Cómo?
9. ¿Cree usted que Mistura de cierto modo influye en la economía? ¿Cómo?
10. ¿Piensa usted que el Festival Mistura ayuda al desarrollo del turismo gastronómico en Lima? ¿Cómo?