

**UNIVERSIDADE REGIONAL INTEGRADA DO ALTO URUGUAI E DAS
MISSÕES – URI *CAMPUS* DE SANTO ÂNGELO – RS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – DCSA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO – *STRICTO SENSU*
MESTRADO EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE ORGANIZAÇÕES - PPGGEO**

MAGNA LIANE BERGMANN

**PERSPECTIVAS SOCIOECONÔMICAS E CULTURAIS DO PRATO CULINÁRIO
PIEROGI PARA O DESENVOLVIMENTO DE GUARANI DAS
MISSÕES/RS**

SANTO ÂNGELO – RS

2017

MAGNA LIANE BERGMANN

**PERSPECTIVAS SOCIOECONÔMICAS E CULTURAIS DO PRATO CULINÁRIO
PIEROGI PARA O DESENVOLVIMENTO DE GUARANI DAS MISSÕES/RS**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Gestão Estratégica de Organizações, Programa de Pós-Graduação *Strictu Sensu* da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões, URI, como requisito para obtenção do Título de Mestre em Gestão Estratégica de Organizações.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rut Maria Friedrich Marquetto
Coorientadora: Prof^a. Dr^a. Vanusa Andrea Casarin

Santo Ângelo – RS

2017

B499p Bergmann, Magna Liane
Perspectivas socioeconômicas e culturais do prato
culinário Pierogi para o desenvolvimento de Guarani das
Missões-RS / Magna Liane Bergmann. – Santo Ângelo : URI,
2017.

103 f. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado) – Universidade Regional Integrada
do Alto Uruguai e das Missões – URI – Santo Ângelo. –
Programa de Pós-Graduação em Gestão Estratégica de
Organizações, 2017.

1. Gastronomia polonesa 2. Culinária polonesa - Pierogi 3.
Desenvolvimento socioeconômico I. Título.

CDU: 641

Responsável pela catalogação: Fernanda Ribeiro Paz - CRB 10 / 1720

MAGNA LIANE BERGMANN

PERSPECTIVAS SOCIOECONÔMICA E CULTURAL DO PRATO CULINÁRIO
PIEROGI PARA O DESENVOLVIMENTO DE GUARANI DAS MISSÕES/RS

Dissertação submetida à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Gestão Estratégica de Organizações – PPGGEO – Mestrado Profissional da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões – URI – Campus de Santo Ângelo – RS, como parte dos requisitos necessários à obtenção do Grau de Mestre em Gestão Estratégica de Organizações, Área de Concentração: Gestão de Organizações e Desenvolvimento; Linha de Pesquisa: Inovação, Organização Social e Desenvolvimento.

Banca Examinadora:



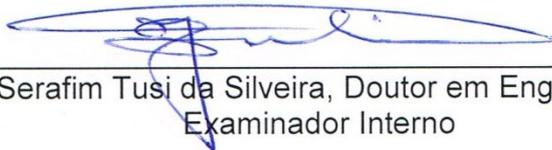
Profa. Dra. Rut Maria Friedrich Marquetto, Doutora em Desenvolvimento Regional
Orientadora/Presidente



Profa. Dra. Vanusa Andrea Casarin, Doutora em Engenharia de Minas, Metalúrgica
e de Materiais
Co-Orientadora



Profa. Dra. Carmen Regina Dorneles Nogueira, Doutora em Geografia
Examinadora Externa



Prof. Dr. João Serafim Tusi da Silveira, Doutor em Engenharia de Produção
Examinador Interno

Santo Ângelo (RS), 24 de Fevereiro de 2017.

Dedico este trabalho a minha família, a todos aqueles que de alguma forma colaboraram e/ou acreditaram neste trabalho e especialmente a você leitor.

AGRADECIMENTOS

Quantos momentos vividos ao trilhar o caminho da dissertação! Uma mescla de risos e choros! Decisões, atitudes, frustrações, escolhas, leituras, angústias, dedicação, isolamento, dificuldades. Porém, na vida não estamos sozinhos, e durante o percurso encontrei pessoas que sempre estiveram dispostas a me ajudar, compreender e amparar para que a superação e a vitória se fizessem presentes. Amizades sinceras surgiram e com toda certeza permanecerão!

Agradeço aos meus familiares, em especial ao meu companheiro e filha, que inúmeras vezes tiveram que suportar horas de falas empolgadas para discorrer sobre um aprendizado quando nem mesmo os interessava, horas de choro por não estar conseguindo entender ou realizar as tarefas, e dias de revoltas e angústias. Obrigada pelo incentivo, vocês são minha base.

Minhas lindas e amadas orientadora e coorientadora, jamais esquecerei os aprendizados, não só sobre os conteúdos, como também as trocas de experiências vividas, conversas, conselhos, orientações longas, porém imensamente produtivas. Impossível, em poucas linhas expressar a grandeza da gratidão. Obrigada por contribuírem no meu crescimento cultural, intelectual e pessoal, tenham certeza que as marcas deixadas estão eternizadas nas lembranças e no coração e se tornaram amizade verdadeira.

Quero agradecer ao município de Guarani das Missões, pela acolhida e apoio dispendido ao projeto. Tantas pessoas e instituições a agradecer que seria impossível nominar, até para ter o cuidado em não excluir ninguém, mas inicialmente meus sinceros e afáveis agradecimentos aos 17 entrevistados, que sem exceções me receberam com alegria e amabilidade, quero reforçar o entusiasmo e realização a cada entrevista e a importância das contribuições realizadas por cada

um na pesquisa. A Prefeitura Municipal, a Casa da Cultura, a Secretaria Municipal de Educação, a Sociedade Cultural Guaraniense-Casa Polonesa, a BRASPOL, a EMATER, a Escola Guaramano, através de seus representantes e funcionários, meus sinceros agradecimentos pela receptividade, disponibilidade de tempo e o apoio irrestrito, sem vocês não seria possível à concretização da pesquisa.

Agradeço e parabeno a Universidade Regional Integrada, em especial ao Programa de Pós-graduação em Gestão Estratégica de Organizações por proporcionar um curso de mestrado com padrão de excelência. Pelo profissionalismo, dedicação e conhecimento de sua coordenação, seu corpo docente e demais equipes.

Enfim, a todos aqueles que de alguma forma colaboraram e que talvez por um lapso tenha me esquecido de agradecer, sintam-se carinhosamente abraçados.

Externo minha retribuição e gratidão com estas páginas de reflexão, na esperança de que sejam úteis e tragam agradáveis sentimentos.

Oro a Deus, meu Pai Celestial bondoso que ilumine sempre a vida de cada um.

“A alimentação está assim intimamente vinculada a identidades, entendida como espaços privilegiados para apreender determinados processos, através dos quais os grupos sociais marcam sua distinção, se reconhecem e se veem reconhecidos”.

Magalhães, 2012

RESUMO

O município de Guarani das Missões/RS é conhecido como a “Capital Polonesa dos Gaúchos”, sobretudo por ter sido colonizado por descendentes de imigrantes poloneses que trouxeram consigo sua história, usos e costumes. É uma cultura expressada pela língua falada, arquitetura, religiosidade, danças, músicas, trajes típicos e gastronomia, as quais contribuem na perpetuação cultural por meio do conhecimento empírico passado entre gerações. A presente dissertação visa investigar socioeconomicamente e culturalmente a participação do prato culinário pierogi, espécie de pastéis da culinária polonesa, no desenvolvimento de Guarani das Missões/RS, RS. Ela contribui para resgatar e divulgar a cultura polonesa presente neste município. A metodologia caracteriza-se pela pesquisa qualitativa exploratória e utiliza o método de estudo de caso, por meio da observação participante, entrevistas semiestruturadas e individuais compostas por questões abertas e aplicadas através do método *snowball* (Bola de Neve), pesquisa bibliográfica em publicações, livros, teses e artigos de origem nacional e internet, documental em registros, documentos históricos, cadernos de receitas, manuscritos, revistas e jornais. Os resultados obtidos são: o pierogi participa da vida do município nas festividades; está presente na alimentação das famílias descendentes de poloneses do município; sua produção tornou-se conhecimento empírico; utiliza ingredientes endógenos na sua confecção; tem potencialidade de matéria-prima para ampliação do mercado consumidor interno e externo. Assim, conclui-se que o prato culinário pierogi representa a cultura polonesa com forte potencialidade para auxiliar no desenvolvimento do município que, externados em um documentário audiovisual e do presente relatório, evidenciam-se aspectos do contexto socioeconômico e culturais abordando a produção, o consumo e a comercialização do pierogi.

Palavras-chave: Pierogi. Gastronomia típica polonesa. Desenvolvimento.

ABSTRACT

The municipality of Guarani das Missões/RS / RS is known as the "Polish Capital of the Gauchos", mainly because descendants of Polish immigrants who brought with them their history, customs and customs, colonized it. It is a culture expressed by spoken language, architecture, religiosity, dances, music, typical costumes and gastronomy, which contribute to cultural perpetuation through empirical knowledge passed between generations. The present dissertation aims to investigate socioeconomically and culturally the participation of the culinary plate pierogi, species of pastry of the Polish cooking, in the development of Guarani das Missões/RS, RS. It contributes to rescue and spread the Polish culture present in this municipality. The methodology is characterized by exploratory qualitative research and uses the case study method, through participant observation, semi-structured and individual interviews composed of open questions and applied through the snowball method, bibliographical research in publications, books, Theses and articles of national and international origin, documentary records, historical documents, recipe books, manuscripts, magazines and newspapers. The results obtained are: the pierogi participates in the life of the municipality in the festivities; Is present in the food of families descended from Poles of the municipality; Its production became empirical knowledge; Uses endogenous ingredients in their preparation; Has the potential of raw material for expansion of the internal and external consumer market. Thus, it is concluded that the culinary dish pierogi represents the Polish culture with strong potential to assist in the development of the municipality that, externalized in an audiovisual documentary and the present report, evidence of aspects of the socioeconomic and cultural context addressing the production, consumption And the marketing of pierogi.

Keywords: Pierogi. Typical Polish cuisine. Development.

LISTA DE SIGLAS

ATER –	Assistência Técnica e Extensão Rural
BRASPOL –	Comunidade Brasileira Polonesa no Brasil
DVD -	Digital Versatile Disc,
EMATER –	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
FEE –	Fundação de Economia e Estatística
IBGE –	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH –	Índice de Desenvolvimento Humano
IDHM –	Índices de Desenvolvimento Humano Municipal
IPHAE -	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado
MDIC –	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
PIB –	Produto Interno Bruto
PNUD –	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
POLFEST –	Festa Típica Polonesa
UF –	Unidade Federativa
WHA –	World Health Association

LISTA DE FIGURAS E GRAFICOS

Figura 1 –	Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)	22
Figura 2 –	Mapa - Localização do município de Guarani das Missões/RS	26
Figura 3 –	Cadeia produtiva dos produtos endógenos – leite, ovos e requeijão – Pierogi frito	78
Figura 4 –	Subcadeia da bacia leiteira	79
Figura 5 –	Subcadeia avícola.....	79
Gráfico 01 –	Evolução Populacional do Município de Guarani das Missões/RS, 2005 a 2015	29
Gráfico 02 –	Pirâmide etária - Guarani das Missões/RS. Distribuição por Sexo, segundo os grupos de idade.....	31
Gráfico 3 –	Evolução dos ingredientes endógenos da produção total de Guarani das Missões/RS, 2005 a 2014	87

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 – Falas distribuídas em categorias: Sociedade Civil e Representantes Institucionais da BRASPOL e Casa Polonesa (2016)	53
Quadro 2 – Falas da residente na Polônia.....	62
Tabela 01 – Índice de Desenvolvimento Humano Municipal e seus componentes – Município de Guarani das Missões/RS/RS (1991 a 2010).	31
Tabela 2 – Demonstrativo dos ingredientes endógenos da receita do pierogi doce frito	76
Tabela 3 – Quantidade de ovos/dúzias e leite/litros produzidos em Guarani das Missões/RS, entre o período de 1996 a 2014	77
Tabela 4 – Produção do pierogi doce frito Clube de Mães (2015/2016).	80
Tabela 5 – Produção do pierogi doce frito Casa Polonesa (2015/2016).....	81
Tabela 6 – Produção do pierogi doce frito BRASPOL (2015/2016).	81
Tabela 7 – Produção do pierogi doce frito residências de descendentes (2015/2016).....	83
Tabela 8 – Total da produção do pierogi doce frito (2015/2016).....	83
Tabela 9 – Ingredientes endógenos da produção do pierogi doce frito (2015/2016).....	84
Tabela 10 – Prospecção e Projeções da quantidade de ingredientes endógenos leite, requeijão e ovos no período de 2005 a 2014	85
Tabela 11 – Variação Populacional de Guarani das Missões/RS (2005 a 2014).....	86

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1 REFERENCIAL TEÓRICO	18
1.1 DESENVOLVIMENTO	18
1.1.1 Desenvolvimento econômico.....	18
1.1.2 Desenvolvimento socioeconômico e cultural.....	19
1.1.3 Desenvolvimento endógeno.....	23
1.2 GUARANI DAS MISSÕES/RS	26
1.2.1 Localização, histórico e aspectos geográficos	26
1.2.2 Perfil Socioeconômico.....	29
1.2.3 Imigração polonesa no Brasil	36
1.3 GASTRONOMIA	38
1.3.1 Gastronomia emblemática.....	39
1.3.2 Gastronomia polonesa.....	40
1.4 O PRATO CULINÁRIO PIEROGI	41
2 METODOLOGIA	44
2.1 MÉTODO DE PROCEDIMENTO	44
2.2 MÉTODO DE ABORDAGEM	44
2.3 DELINEAMENTO DO UNIVERSO	47
2.4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	49
3 ANÁLISE DE CONTEÚDO	52
3.1 APLICAÇÃO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO	52
3.1.1 Categoria “Fatos Sociais” e “Econômicos”	63
3.1.2 Categoria Cadeia produtiva e produção endógena.....	67
3.1.3 Categoria Legado Cultural Gastronômico	70
3.1.4 Categoria Desenvolvimento	73
3.2 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS INGREDIENTES DA RECEITA DO PIEROGI... 76	
3.3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DA CADEIA PRODUTIVA DOS INGREDIENTES ENDÓGENOS DO PIEROGI FRITO	78
3.4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DA PRODUÇÃO DO PIEROGI DOCE FRITO	80
3.5 PROSPECÇÃO E PROJEÇÕES DOS INGREDIENTES ENDÓGENOS	84
3.6 COMENTÁRIOS DO CAPÍTULO	88
CONCLUSÃO	94

REFERÊNCIAS.....	98
APÊNDICES	104
ANEXOS	109

INTRODUÇÃO

Entre os municípios que constituem a Região Missioneira do Rio Grande do Sul/RS, o município de Guarani das Missões mantém, em sua essência gastronômica, o legado trazido pelos imigrantes durante a chamada febre migratória, o que confere ao município ser conhecido como a “Capital Polonesa dos Gaúchos”, desde o ano de 1996.

Com o período imigratório juntamente com o sonho pela “Terra prometida”, os imigrantes poloneses trouxeram consigo seus costumes, seu dialeto, sua religiosidade, suas manifestações culturais, seu folclore, seus trajes, sua gastronomia. Esses signos culturais poloneses difundiram fortes vínculos com a cultura guaraniense, desenvolveram laços de pertencimento, criaram sentimento de identidade cultural e formaram significativas relações de família e comunidade.

Suas origens culturais se expressam fortemente na gastronomia local. Claval (1999 *apud* SLODKOWSKI, 2011) afirma que os códigos culturais são responsáveis pela materialização da cultura no espaço, através de simbologias específicas e são responsáveis pela caracterização dos grupos sociais. Os códigos culturais dividem-se em materiais e imateriais, sendo que os materiais envolvem o vestuário, a gastronomia, o estilo arquitetônico das residências, a religião, a música e o folclore. E os códigos imateriais, mesmo não sendo visíveis no espaço, representam o modo de pensar de cada grupo social por meio da oralidade, das ideologias, valores e convenções.

Dessa forma, o código cultural material gastronômico favorece a solidificação e caracterização da cultura e dos grupos locais. Apesar da alimentação ser uma necessidade básica de sobrevivência do ser humano, extrapola tal conceito, pois, os hábitos e as práticas alimentares relacionadas ao ato de comer, são fenômenos socioculturais historicamente construídos e variam conforme as condições

geográficas, a cultura, as convenções sociais e acúmulos de experiências pela humanidade. Enquanto aspectos culturais, os hábitos alimentares, podem revelar costumes e identidades presentes no cotidiano social demarcado no tempo e no espaço (BARBOSA, 2012).

Faz sentido ao pensar que a gastronomia satisfaz as necessidades básicas humanas de nutrição, de cultura, de convívio, de conhecimento além de proporcionar experiências que requerem fazeres e saberes bem como, prazeres palatáveis à mesa. Conforme Henriques e Custódio (2010), a cultura e identidade gastronômica, representada pelos produtos e pratos típicos, pelos hábitos alimentares e pela cultura dos povos, promovem o desenvolvimento local.

Nesse contexto, o tema do presente trabalho é a perspectiva socioeconômica e cultural da gastronomia polonesa representada pelo prato típico pierogi, para o desenvolvimento do Município de Guarani da Missões/RS. A gastronomia polonesa guaraniense compõe-se de diversos pratos culinários, porém o prato típico estudado é o mais representativo, uma vez que ele está sempre presente em eventos sociais, festas familiares e na mesa do dia a dia dos polonos.

Para o termo desenvolvimento, Brum (2012) entende que, seu principal objetivo é melhorar o bem-estar da comunidade local por meio do relacionamento dos aspectos sociais, econômicos ou culturais. Surge um novo paradigma em torno desse pensamento, concentrado nas características essenciais e diferenciadas de cada grupo social, comunidade, município ou região, para que as necessidades da realidade local sejam identificadas e trabalhadas, visando engendrar seu desenvolvimento.

A toda e qualquer comunidade, pressupõe-se que haja anseio de impulso ao desenvolvimento cuja visão e concepção mais primitiva está atrelada ao crescimento. É, portanto, em um primeiro momento, um fenômeno amplamente desejado para alcançar o progresso e a melhoria na qualidade de vida.

Para que esse fenômeno aconteça de forma real e efetiva deve-se considerar a necessidade da comunidade em organizar-se a fim de realizar atividades que contemplem tal objetivo. Geralmente, o caminho a ser seguido é por meio da participação ativa da comunidade envolvida, com vistas a atingir o bem-estar cultural, social e econômico local a médio e longo prazo. Utilizando-se dos potenciais locais e com ações estratégicas estabelecidas, a comunidade amplia os horizontes e aproxima-se da efetivação do desenvolvimento endógeno

(VASCONCELLOS e GARCIA, 1998; SEN, 2010; BARQUERO, 2001; BUARQUE, 2006).

Para que o desenvolvimento aconteça esta pesquisa busca responder à questão: Como o desenvolvimento socioeconômico e cultural de Guarani das Missões/RS pode ser impulsionado por meio da gastronomia polonesa representada pelo prato culinário pierogi?

O objetivo central da pesquisa é avaliar socioeconomicamente e culturalmente a participação do prato culinário pierogi no desenvolvimento de Guarani das Missões/RS. Para tanto, fez-se necessário identificar fatos sociais e econômicos que sinalizam o caminho ao desenvolvimento na comunidade Guaraniense; delinear a cadeia produtiva do prato culinário; demonstrar sua participação no legado cultural gastronômico como forma de desenvolvimento; e construir um documentário a fim de resgatar e divulgar a cultura gastronômica polonesa da região e sua importância socioeconômica e cultural.

A metodologia baseia-se em pesquisa de caráter qualitativa exploratória, por meio do estudo de caso e da observação participante, entrevistas semiestruturadas e individuais compostas por questões abertas e aplicadas através do método *snowball* (Bola de Neve), pesquisa bibliográfica e para o entendimento dos dados utilizou-se a análise de conteúdo.

Esta pesquisa se justifica prioritariamente devido ao conteúdo inédito, relacionado à abordagem ao contexto da gastronomia do prato culinário pierogi na região. Sua importância reveste-se social e academicamente pela identificação cultural desse prato típico, cujos estudos e registros são incipientes, sobretudo no período de colonização da região. Sua relevância cultural é devido às marcas e traços profundos que continuam presentes nas famílias, nas comunidades distritais, enfim, nas instituições. Nota-se a deficiência em registros e publicações relacionados ao assunto em destaque, fato que impulsiona e torna mais relevante a efetivação da pesquisa. Salienta-se também, que esta pesquisa despertou interesse na comunidade pesquisada em aprofundar continuamente os estudos e registros acerca do pierogi.

Finalizando sua justificativa, destaca-se a elevação da autoestima dos descendentes poloneses e demais pessoas da região; a valorização e o reconhecimento do legado cultural, bem como, a reafirmação da importância dos

imigrantes que, em terras missioneiras, plantaram as sementes de sua identidade e origem.

Para melhor situar o leitor em relação às fundamentações, demonstrações, análises e avaliações desta dissertação, ela está estruturada da seguinte forma: Parte inicial, constituída pela introdução, na qual são apresentados os objetivos geral e específicos, a problematização e a justificativa; na sequência, tem-se os capítulos que compõem o estudo.

Dessa forma, os capítulos iniciam com a fundamentação teórica, em que são observados os conceitos e posições de autores ligados aos temas abordados, dando embasamento ao estudo. Salienta-se que esse capítulo possui um subcapítulo que se encontra a caracterização do município de Guarani das Missões/RS, com seus aspectos, históricos, geográficos, socioeconômicos e culturais.

No segundo capítulo, são apresentados os procedimentos e as metodologias utilizadas e aplicadas na coleta de dados e o tratamento a eles dispensado. O capítulo seguinte, contém a apresentação dos resultados e as discussões acerca das informações apuradas pela pesquisa.

Na última parte, foram expostas as conclusões, recomendações, indicações e limitações percebidas na pesquisa, como também as sugestões para trabalhos futuros.

Esta dissertação tem como produto: o documentário intitulado Os “Polono Brasileiros” e o legado gastronômico do prato culinário Pierogi em Guarani das Missões/RS/RS, composto por dois volumes e em formato de DVD (Digital Versatile Disc); e o registro do prato culinário Pierogi no IPHAE (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado) como Patrimônio Cultural Imaterial.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico apresentado busca dar suporte às abordagens cujos temas são relacionados ao desenvolvimento, aspectos socioeconômicos e culturais, bem como de breve contextualização acerca do município de Guarani das Missões, seguido da gastronomia emblemática e polonesa e Prato Culinário Pierogi.

1.1 DESENVOLVIMENTO

Como verbo desenvolver é sinônimo de fazer crescer, progredir, aumentar, melhorar, adiantar, dar origem, gerar, produzir, tornar forte, expandir, estender, prolongar. Também significa tirar do invólucro, desenrolar, desembulhar (DICIONÁRIO INFORMAL, 2016).

O desenvolvimento é o efeito de desenvolver-se que também pode ser confundido como sinônimo de crescimento, aumento e progresso; caracteriza o estágio econômico, social ou político de uma comunidade de altos índices de rendimento dos fatores de produção: recursos naturais, capital e trabalho.

1.1.1 Desenvolvimento econômico

Sob o prisma econômico, “desenvolvimento é, basicamente, aumento do fluxo de renda real, isto é, incremento na quantidade de bens e serviços por unidade de tempo à disposição de determinada coletividade” (FURTADO *apud* OLIVEIRA, 2002, p. 39).

As conceitualizações mais usuais de desenvolvimento podem dividir-se em duas correntes: a que identifica desenvolvimento com crescimento econômico, em que a ausência de crescimento econômico é o que caracteriza o subdesenvolvimento; e a corrente que distingue desenvolvimento de crescimento, na qual o crescimento é percebido como um processo de expansão quantitativa, ao passo que desenvolvimento é encarado como um processo de transformações qualitativas dos sistemas econômicos prevalentes nos países subdesenvolvidos.

Assim pode-se definir o crescimento econômico como a expansão do produto real de uma economia durante determinado período de tempo, representando condição indispensável para o desenvolvimento, mas não como suficiente, devendo

considerar e incluir no processo o desenvolvimento como fonte de relacionamento com a melhoria de vida dos indivíduos e com o fortalecimento de suas liberdades (SINGER, 1982).

De acordo com Colman e Nixon (1981 *apud* MONTORO FILHO, 1998), desenvolvimento econômico é um processo de aprimoramento em relação a um conjunto de valores almejavéis pela coletividade. É um conceito normativo avaliado de forma distinta pelas pessoas de uma mesma sociedade.

1.1.2 Desenvolvimento socioeconômico e cultural

O desenvolvimento socioeconômico pode ser definido genericamente como um processo de crescimento e evolução econômica, social e humana, interligados em uma relação de dependência, cabendo aqui destacar algumas concepções acerca do mesmo.

De acordo com Caiden e Caravantes (1988), o desenvolvimento socioeconômico de um país ou região está atrelado ao seu nível de investimentos ao crescimento econômico, à infraestrutura e à formação social do cidadão. São assim considerados porque tanto o crescimento quanto o desenvolvimento ocorrem juntamente com a ocorrência de inovações em tecnologia e conhecimento.

Para Furtado (1988), as origens da noção de desenvolvimento podem ser detectadas em três diferentes correntes: a primeira surgiu com a filosofia do Iluminismo em direção a supremacia da razão; a segunda, com a ideia de acumulação de riquezas e com a promessa de um futuro melhor e a terceira, com a expansão geográfica ocidental, que demonstrava superioridade em relação aos demais povos.

Martins (2004), relata que o desenvolvimento é o efeito de desenvolver-se e que também pode ser confundido como sinônimo de crescimento, aumento e progresso; caracteriza o estágio econômico, social ou político de uma comunidade de altos índices de rendimento dos fatores de produção como os recursos naturais, capital e trabalho. Na mesma direção, Verhelst (1992), complementa a ideia de que o termo desenvolvimento tem sido associado à noção de progresso material e de modernização tecnológica. Sua promoção, mediante o desrespeito e a desconsideração de diferenças culturais, da existência de outros valores e concepções, já teria funcionado como “Cavalo de Tróia” que, vestido da sedução do

progresso, teria carregado em seu interior o domínio e a imposição cultural que desequilibra e abala sociedades.

Portuguez, Seabra e Queiroz (2012), relatam que desenvolvimento é um processo multidimensional, territorial, ambiental, econômico, social e cultural. É uma forma de percepção que tem modelado a realidade, produzindo mitos, fantasias, paixões, violências e políticas. Portanto, para tratar da realidade é preciso deixar explícitos os elementos e os nexos principais que conduzem a lógica do desenvolvimento hegemônico e de qual desenvolvimento se pretende alcançar, desde que fuja do proposto pela economia clássica, reduzido ao crescimento econômico.

O desenvolvimento, em qualquer concepção, deve resultar do crescimento econômico acompanhado de melhoria na qualidade de vida, ou seja, deve incluir

[...] as alterações da composição do produto e a alocação de recursos pelos diferentes setores da economia, de forma a melhorar os indicadores de bem-estar econômico e social (pobreza, desemprego, desigualdade, condições de saúde, alimentação, educação e moradia) (VASCONCELLOS; GARCIA, 1998, p. 205).

A transformação social passa pelas questões de economia e com ela o desenvolver adquire maior estabilidade e diversificação. Assim, conforme Souza (1993, p. 17), poderá alcançar benefícios como:

[...] redução dos bolsões de pobreza absoluta, elevação dos níveis dos salários e da renda em seu conjunto, incluindo maior consumo de produtos e serviços básicos para a população, mais alimentação, melhor atendimento médico e odontológico, educação mais qualificada, maior nível de segurança e melhor qualidade do meio ambiente.

Oliveira (2002), ressalta que o desenvolvimento deve ser encarado como um processo complexo de mudanças e transformações de ordem econômica, política e, principalmente, humana e social. Desenvolvimento caracteriza o crescimento, incrementos positivos no produto e na renda, transformado para satisfazer as mais diversificadas necessidades do ser humano, tais como: saúde, educação, habitação, transporte, alimentação, lazer, dentre outras.

Para Nazzari, Reule e Lazzarotto (2005), o desenvolvimento socioeconômico se tornou um fenômeno amplamente desejado por toda a população, visto que a

humanidade deseja qualidade de vida, que só é possível quando as necessidades e desejos passam a ser atendidos adequadamente.

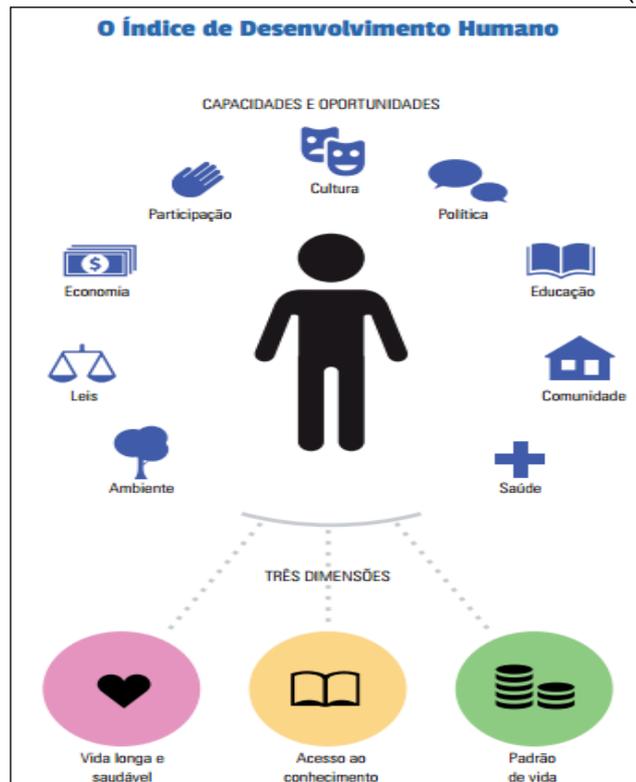
Uma variável importante dos índices de desenvolvimento socioeconômico atual está relacionada à melhora da qualidade de vida das pessoas. Contata-se que, nesta direção, o capital social é produtivo para o desenvolvimento socioeconômico e para a vitalidade das instituições democráticas. As formas e os exemplos de capital social são: congregações baseadas na organização comunitária relacionada à participação cívica em questões de meio ambiente; educação e problemas da comunidade de extensões municipais, e cooperativas de auxílio mútuo, entre outras (NAZZARI, 2003).

De maneira mais holística e humanística, Sen (2010) situa o desenvolvimento em uma perspectiva ampla e irrestrita aos fatores como crescimento do Produto Interno Bruto, industrialização, rendas pessoais, inovações tecnológicas ou modernização social. Para o autor, desenvolver-se é ser livre e o crescimento econômico não pode ser considerado um fim em si mesmo, de modo que o desenvolvimento tem que estar relacionado, sobretudo, com a melhora da vida dos indivíduos e com o fortalecimento de suas liberdades.

Assim, a Teoria do Desenvolvimento como Liberdade surge para avaliar o êxito de uma sociedade através das liberdades substantivas que os indivíduos dessa determinada sociedade desfrutam. Tais liberdades, fruto do desenvolvimento, são realizadas pelas pessoas sob a influência de fatores “[...] econômicos, liberdades políticas, poderes sociais e por condições habilitadoras, como boa saúde, educação básica, incentivo e aperfeiçoamento de iniciativas” (SEN, 2010, p. 18). A liberdade oriunda destas disposições institucionais é ainda influenciada pelos próprios atos livres dos agentes, como uma via de mão dupla, ou seja, conforme o autor acima, “mediante a liberdade de participar da escolha social e da tomada de decisões públicas que impelem o progresso dessas oportunidades”, podendo ampliar ainda mais sua própria liberdade.

Inspirado neste pensamento que o economista paquistanês Mahbub ul Haq idealizou que o Índice de Desenvolvimento (IDH) o qual reúne três dos requisitos mais importantes para a expansão das liberdades das pessoas: a oportunidade de se levar uma vida longa e saudável (saúde), ter acesso ao conhecimento (educação) e desfrutar de um padrão de vida digno (renda), conforme demonstrado na Figura 1.

Figura 1 - Índice de Desenvolvimento Humano (IDH).



Fonte: Índice de Desenvolvimento Humano Municipal Brasileiro (2013, p. 25).

O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento adotou e aprimorou essa metodologia para fundamentar os Índices de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) e levou em conta os indicadores de Longevidade, Educação (conhecimento) e Renda (padrão de vida).

Assim, o indicador “Longevidade” (vida longa e saudável) relaciona a expectativa de vida das pessoas ao nascerem, sintetiza o nível de mortalidade e os riscos de morte que podem atingir a população dos municípios e reflete suas condições socioeconômicas. Também contribui para avaliar a tendência da dinâmica demográfica. O aumento no IDHM Longevidade pode sugerir melhoria das condições de vida e de acesso a serviços de saúde da população. No Brasil, também está diretamente associado às substanciais quedas da fecundidade e da mortalidade infantil (ATLAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL, 2013).

No entanto, o desenvolvimento consiste em uma série de transformações da sociedade, que se realizam em cadeia de forma sustentada. Na visão de Clemente (1994, p.119):

[...] o processo de desenvolvimento, uma vez desencadeado, apresenta uma sequência de fases, cada uma criando as condições necessárias para a fase subsequente. Portanto, os indicadores típicos de desenvolvimento precisam representar um processo duradouro de transformação da sociedade.

1.1.3 Desenvolvimento endógeno

Desenvolvimento endógeno é o desenvolvimento da comunidade local através da sua organização. Pois propondo atender às necessidades e demandas da população local através da participação ativa da comunidade envolvida. Mais do que obter ganhos em termos da posição ocupada pelo sistema produtivo local na divisão internacional ou nacional do trabalho, o objetivo é buscar o bem-estar econômico, social e cultural da comunidade local em seu conjunto (BARQUERO, 2001).

Para Barquero (2001, p. 39):

[...] além de influenciar os aspectos produtivos (agrícolas, industriais e de serviços), a estratégia de desenvolvimento procura atuar sobre as dimensões sociais e culturais que afetam o bem-estar da sociedade. Isto leva a diferentes caminhos de desenvolvimento, conforme as características e as capacidades de cada economia e sociedade locais.

Barquero (2001), afirma que para haver desenvolvimento endógeno a comunidade deve ampliar seus horizontes, estabelecendo ações estratégicas e desenvolvendo seus potenciais. Ainda segundo ele, o desenvolvimento endógeno é

[...] uma estratégia para ação. As comunidades locais têm uma identidade própria, que as leva a tomarem iniciativas visando assegurar o seu desenvolvimento. Quando conseguem fortalecer sua capacidade organizacional, têm condições de evitar que empresas e organizações externas limitem suas potencialidades de atuação. É a capacidade de liderar o próprio processo, aliada à mobilização do seu potencial, que torna possível falar de desenvolvimento endógeno (2001, p. 39).

Para Buarque (2006), o desenvolvimento local ocorre de dentro para fora na comunidade. É através do desenvolvimento das potencialidades e da organização da sociedade local que ocorrerão transformações necessárias a tal desenvolvimento. É necessário também que as ações da comunidade sejam sólidas e convertam a um objetivo comum.

Buarque (2006, p. 25) define desenvolvimento local como,

[...] um processo endógeno de mudança, que leva ao dinamismo econômico e à melhoria da qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos. Para ser consistente e sustentável, o desenvolvimento local deve mobilizar e explorar as potencialidades locais e contribuir para elevar as oportunidades sociais e a viabilidade e competitividade da economia local; ao mesmo tempo, deve assegurar a conservação dos recursos naturais locais, que são a base mesma das suas potencialidades e condições para a qualidade de vida da população local. Esse empreendimento endógeno demanda, normalmente, um movimento de organização e mobilização da sociedade local, explorando suas capacidades e potencialidades próprias, de modo a criar raízes efetivas na matriz socioeconômica e cultural da localidade.

Nesse sentido, Buarque (2006), entende que a conservação dos recursos naturais e dos ecossistemas como sendo o fundamento das potencialidades da comunidade local é essencial para o seu desenvolvimento. Assim, o meio ambiente ganha relevância, pois concretiza-se como uma reserva de desenvolvimento para a sociedade local e, portanto, deve ser explorado cuidadosamente para que não sejam desperdiçadas as oportunidades decorrentes e que não sofra com as consequências ambientais advindas.

De acordo com Barquero (2001, p. 42) existe três dimensões de conceito de desenvolvimento:

[...] uma econômica, caracterizada por um sistema específico de produção capaz de assegurar aos empresários locais o uso eficiente dos fatores produtivos e a melhoria dos níveis de produtividade que lhes garantem competitividade; uma outra sociocultural, na qual os atores econômicos e sociais se integram às instituições locais e formam um denso sistema de relações, que incorpora os valores da sociedade ao processo de desenvolvimento; e uma terceira, que é política e se materializa em iniciativas locais, possibilitando a criação de um entorno local que incentiva a produção e favorece o desenvolvimento sustentável.

Do ponto de vista regional, o conceito de desenvolvimento endógeno pode ser entendido como um processo de crescimento econômico, implicando numa contínua ampliação da capacidade de agregação de valor sobre a produção, bem como da capacidade de absorção da região, cujo desdobramento é a retenção do excedente econômico gerado na economia local e/ou a atração de excedentes provenientes de outras regiões. Este processo tem como resultado a ampliação do emprego, do produto e da renda do local ou da região (BARQUERO, 2001).

O papel do desenvolvimento endógeno, segundo Barquero (2001, p. 39), é:

O desenvolvimento endógeno propõe-se a atender às necessidades e demandas da população local através da participação ativa da

comunidade envolvida. Mais do que obter ganhos em termos da posição ocupada pelo sistema produtivo local na divisão internacional ou nacional do trabalho, o objetivo é buscar o bem-estar econômico, social e cultural da comunidade local em seu conjunto. Além de influenciar os aspectos produtivos (agrícolas, industriais e de serviços), a estratégia de desenvolvimento procura também atuar sobre as dimensões sociais e culturais que afetam o bem-estar da sociedade.

Barquero (2001), destaca as raízes teóricas do desenvolvimento endógeno: a grande teoria do desenvolvimento e os rendimentos crescentes; a teoria do crescimento dualista e a acumulação de capital; a teoria da dependência e o controle local do desenvolvimento; e a teoria territorial do desenvolvimento.

O desenvolvimento endógeno e o crescimento dualista assinalam que o processo de industrialização está frequentemente associado à existência de uma cultura protoindustrial, baseada em atividades artesanais e comerciais e na disponibilidade de poupança originária das atividades agrícolas e comerciais. Reconhecem que as forças dinamizadoras do processo de crescimento e de transformação estrutural das economias locais são os processos de acumulação de capital e a mudança tecnológica (BARQUERO, 2001).

Conforme enfatiza Barquero (2002), desenvolvimento endógeno são os atores sociais da própria localidade que, ao adotarem estratégias a partir do potencial de desenvolvimento existente em seu território, controlam o processo de transformação econômica e social visando aumentar o bem-estar da sociedade local. A acumulação de capital e o progresso tecnológico são tidos como fatores-chave nesse processo de mudança.

Os fatores determinantes dos processos de acumulação de capital são reconhecidos como “a criação e difusão de inovações no sistema produtivo, a organização flexível da produção, a geração de economias de aglomeração e de economias de diversidade nas cidades e o fortalecimento das instituições” (BARQUERO, 2002, p. 19).

Segundo Amaral Filho (2002), o desenvolvimento endógeno pode ser entendido como um processo de crescimento econômico que implica em uma contínua ampliação da capacidade de geração e agregação de valor sobre a produção, bem como da capacidade de absorção da região na retenção do excedente econômico gerado na economia local e na atração de excedentes provenientes de outras regiões. Esse processo tem como resultado a ampliação do

emprego, do produto e da renda local/regional gerada por uma determinada atividade econômica.

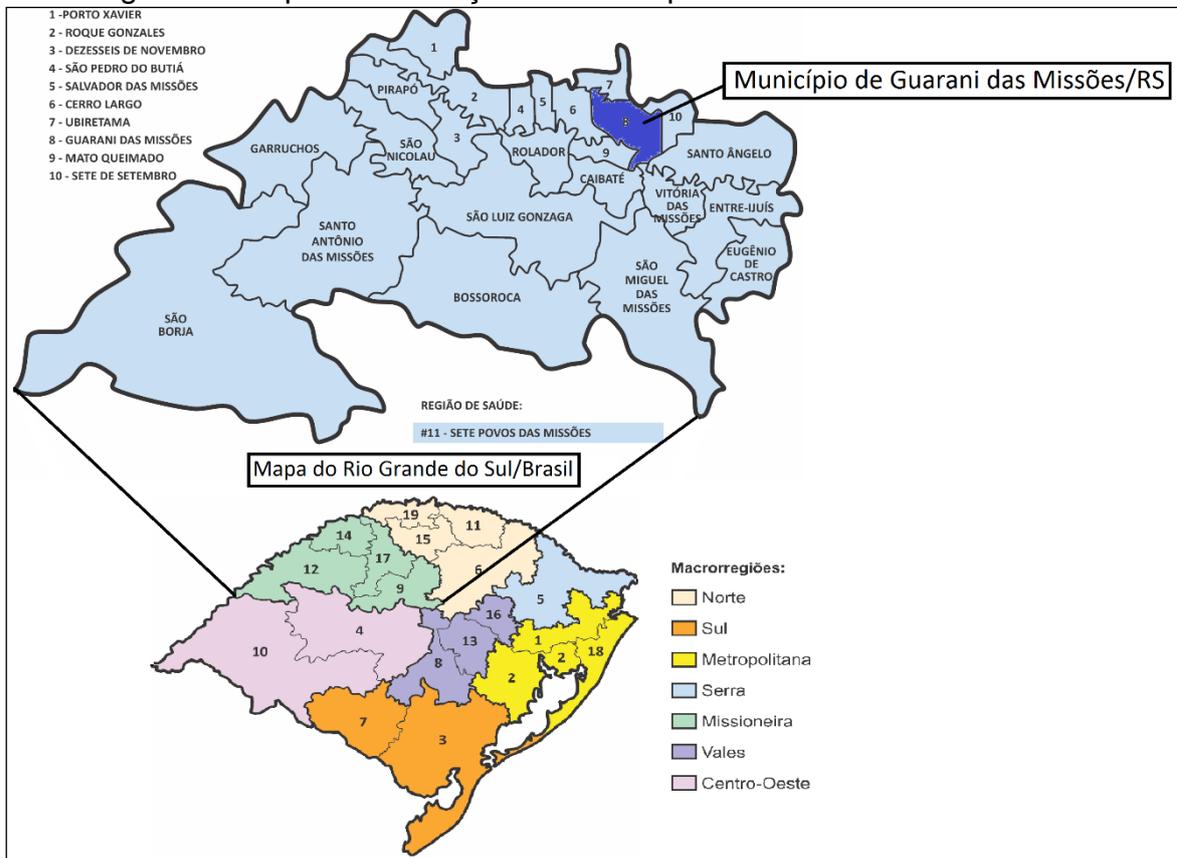
1.2 GUARANI DAS MISSÕES/RS

1.2.1 Localização, histórico e aspectos geográficos

Guarani das Missões, situa-se na região das Missões, Zona Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul e faz parte da Rota Turística Missões. Possui uma área de 290,50 km² com uma população total aproximada de 8.187 habitantes. A distância entre a cidade de Porto Alegre, capital do Estado e a cidade de Guarani das Missões é de 385,50 km.

Limita-se ao Norte, com os municípios de Ubiretama, Senador Salgado Filho e Sete de Setembro; ao Sul, com Caibaté; ao Leste, com Sete de Setembro; ao Oeste, com Cerro Largo; ao Sudeste, Vitória das Missões.

Figura 2 - Mapa - Localização do município de Guarani das Missões/RS.



Fonte: Secretaria Estadual da Saúde. Adaptado pela autora (2016).

A colonização do Município iniciou em 1891. Os primeiros colonizadores foram os Suecos. Depois vieram os Poloneses, Italianos, Alemães, Russos, Portugueses, Tchecoslovacos, Austríacos, Espanhóis, Ucrânicos entre outros. Fato que justifica a miscigenação étnica existente no Município atualmente.

O recorte espacial formado pelo município de Guarani das Missões constitui um núcleo de grande importância no Estado, por abrigar uma expressiva porcentagem de descendentes de imigrantes poloneses.

No que diz respeito aos primeiros colonizadores Marmilicz (1996, p. 69) salienta que:

Os primeiros colonizadores da colônia Guarani foram os imigrantes poloneses, alemães, húngaros, suecos e elementos nativos, predominou, porém, a corrente migratória polonesa, principalmente no decênio de 1890. Primeiramente atraídos pelas terras férteis, inúmeras famílias se deslocaram da antiga colônia de Ijuí, posteriormente, novas levas de poloneses das colônias de Santa Tereza, Santa Bárbara, Alfredo Chaves (Veranópolis), Antônio Prado entre outras, se deslocaram para Guarani das Missões. Em 1913, uma leva vinda diretamente da Polônia, também passou a habitar essa colônia.

A denominação “Guarani das Missões” foi assumida em 1950. É de origem indígena e se refere aos índios Guarani que ali habitavam. A criação oficial e legal do município foi pela Lei Estadual nº 3.699 de 31 de janeiro de 1959 e sua instalação ocorreu, no dia 27 de maio do mesmo ano, com a posse do primeiro prefeito e da Câmara de Vereadores, ficando essa a data comemorativa ao Dia do Município.

Desde 1996, a cidade de Guarani das Missões é conhecida como “Capital Polonesa dos Gaúchos”. Nesse ano ocorreu a 1ª POLFEST – Festa Típica Polonesa, um evento oficial realizado geralmente de dois em dois anos e criado com o intuito de celebrar, resgatar e divulgar os valores e cultura do povo polonês do município, tendo em vista que sua maioria populacional é de descendência polonesa e assim, é considerado o maior centro de colonização polonesa do Estado. Porém, após a edição da Lei Municipal nº 2.399 de 09 de novembro de 1999, passou a ser considerada oficialmente a “Capital Polonesa dos Gaúchos”.

No que se refere aos aspectos geomorfológicos o atual município de Guarani das Missões integra as Bacias e Coberturas Sedimentares Fanerozóicas.

O Planalto de Santo Ângelo é a unidade geomorfológica do Planalto das Missões e caracteriza-se por apresentar um relevo homogêneo dissecado, colinas suaves bem arredondadas e coxilhas.

A unidade geomorfológica Planalto Dissecado Rio Iguaçu - Rio Uruguai também integra o território do município por ocorrer em descontinuidade espacial. Apresenta-se em forma de manchas de maior energia do relevo, de dissecação mais intensa, o que justifica sua individualidade. Sua ocorrência está associada à dissecação do Rio Ijuí, em especial, e do Rio Comandai, ambos afluentes do Rio Uruguai.

O Planalto de Uruguiana é a unidade geomorfológica que compõe o relevo do município por apresentar generalizadamente uma morfologia plana, subhorizontalizada, com caimento suave para oeste, em direção ao Rio Uruguai. Essas formas de relevo planares se referem à superfície de aplanamento elaborada por processo de pediplanação sobre rochas efusivas da Formação Serra Geral e estão associadas à ocorrência de solos litólicos.

De acordo com o Estudo de Situação do município de Guarani das Missões realizado em outubro de 2015, pela EMATER – RS - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural, o município possui diferentes tipos de solos e suas associações possuiu a seguinte proporcionalidade: 65% latossolo, 20% neossolo regolítico, 10% solo neossolo litólico e 5% chemossolo. A maior parte das áreas geralmente é utilizada para o cultivo das lavouras temporárias como a de soja, milho e trigo. O uso do solo é destinado especificamente para a cultura da soja em rotação com o milho e com outras culturas relacionadas a esta: feijão, trigo, aveia, etc. (EMATER, 2015).

Quanto ao clima do município, é abrangido pelo clima subtropical e compreende médias térmicas anuais superiores a 18°. A temperatura oscila entre 16° a 22°, janeiro e fevereiro são os meses mais quentes com máximas entre 22° e 35°, porém, no inverno a temperatura cai drasticamente chegando entre 3° a 18°, algumas vezes com sensação térmica negativa, as causas de maior impacto são: as geadas fortes, estiagens e ventos que estão tornando-se mais frequentes (EMATER, 2015).

De acordo, com o Censo Demográfico do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2016), atualmente a área total do município de Guarani das Missões é de 290,50 km² e sua população totaliza em 8.187 habitantes e por isso é

um município de pequeno porte, com população abaixo de 10 mil habitantes (BERTÊ et al., 2016a).

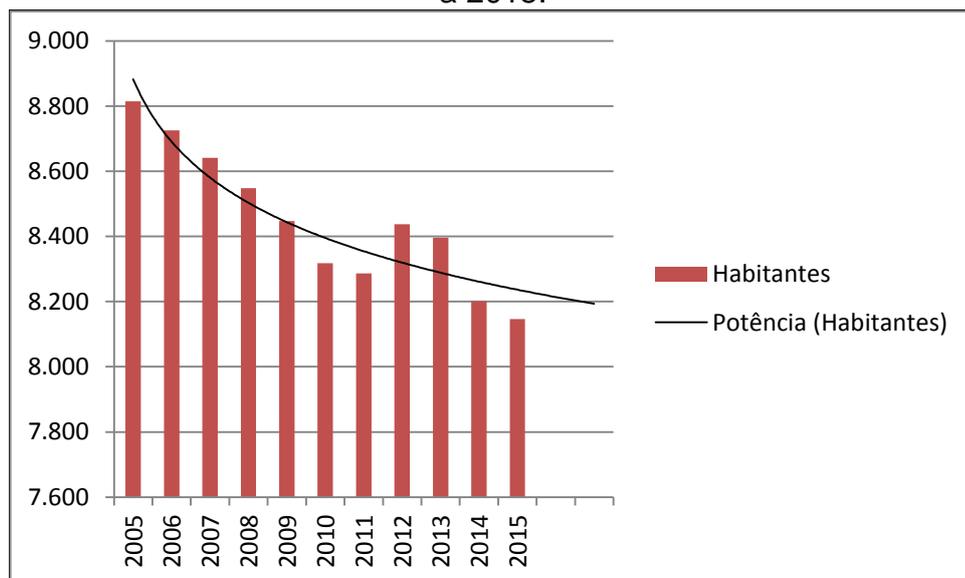
1.2.2 Perfil Socioeconômico

O município está em conformidade com o “RS: 2030” cuja perspectiva para a Região da Fronteira do RS é a redução populacional (RIO GRANDE DO SUL, s.a.). Já o Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (2013), sinaliza que Guarani das Missões/RS apresenta decréscimo sucessivo da população.

Entre 2000 e 2010, a população de Guarani das Missões cresceu a uma taxa média anual de -1,02%, enquanto no Brasil foi de 1,17%, no mesmo período. Nesta década, a taxa de urbanização do município passou de 55,44% para 61,98%. Em 2010 viviam, no município, 8.115 pessoas. Entre 1991 e 2000, a população do município cresceu a uma taxa média anual de -0,61%. Na UF, esta taxa foi de 1,21%, enquanto no Brasil foi de 1,63%, no mesmo período. Na década, a taxa de urbanização do município passou de 47,50% para 55,44% (ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL, 2013).

O gráfico 01 mostra a evolução populacional do município de Guarani das Missões/RS no período de 2005 a 2015.

Gráfico 01 - Evolução Populacional do Município de Guarani das Missões/RS, 2005 a 2015.



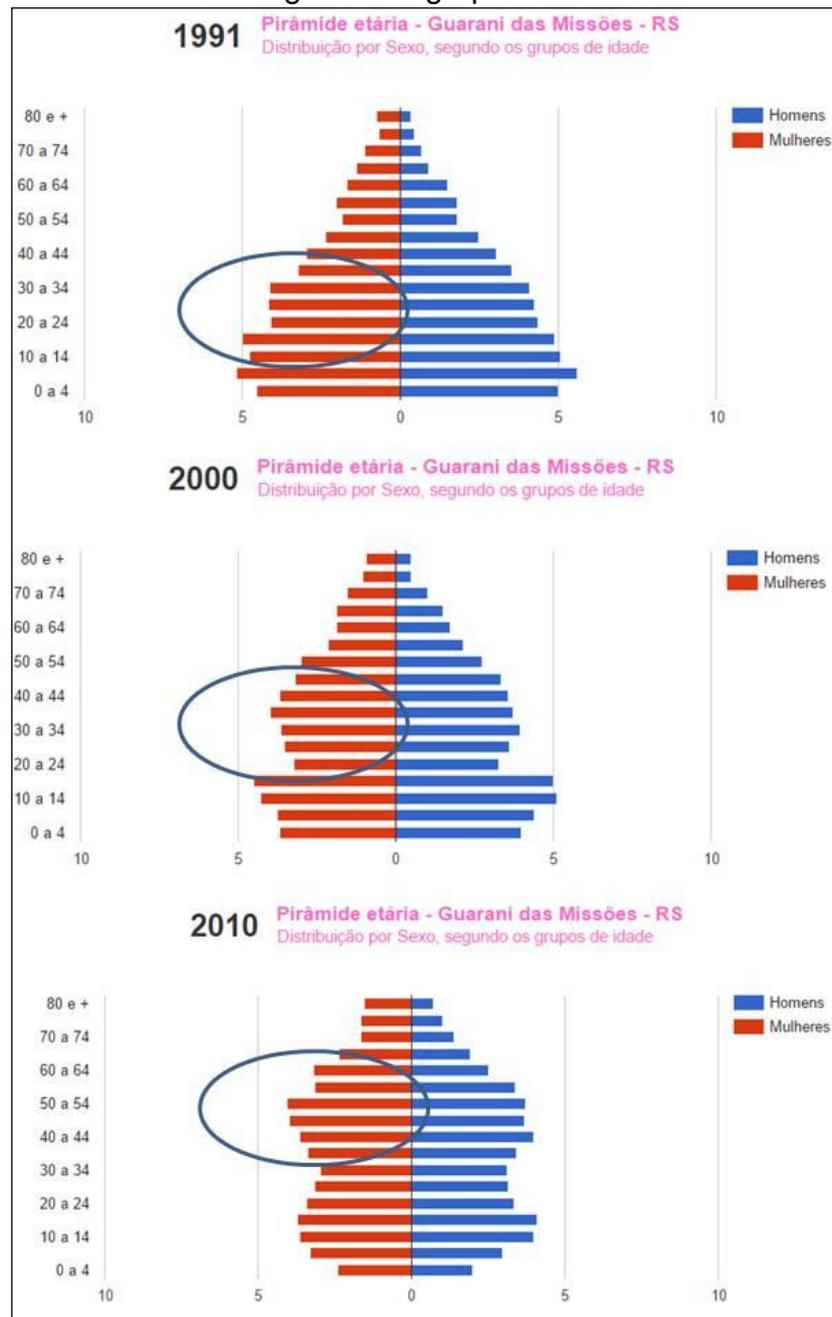
Fonte: IBGE (2016), adaptado pela autora (2016).

Assim como Guarani das Missões, a dinâmica demográfica no Brasil também vem apresentando uma diminuição no ritmo de crescimento populacional e

mudanças na sua estrutura etária. Da mesma maneira, a transição demográfica tem provocado uma variação na estrutura etária brasileira com redução de crianças e jovens, aumento de adulta e uma tendência de elevação de idosos. Isto configura um novo retrato da população que se reflete em mudanças nas demandas por políticas públicas específicas.

As pirâmides demonstradas no gráfico 02 evidenciam que a geração do gênero feminino do ano de 1991, na faixa etária de 10 anos até 44 anos diminuiu até o ano 2010, quando a mesma geração está na faixa de 40 a 74 anos. Mas, considerando que o crescimento do total da população é negativo, pode-se observar que tal geração se manteve no período de 2000 a 2010.

Gráfico 02 - Pirâmide etária - Guarani das Missões/RS. Distribuição por Sexo, segundo os grupos de idade.



Fonte: Adaptado do Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (2013).

É, portanto, na geração sinalizada com o arco azul que foram realizadas as entrevistas para esta pesquisa. Os dados das pirâmides também mostram que reduziu o número de crianças e adolescentes. Se o conhecimento empírico e a cultura de consumir o pierogi são passados de geração para geração e são as mulheres, donas de casa da atual faixa etária acima dos 30 anos que detém o saber fazer do pierogi, são elas as detentoras de tal conhecimento para transmitir às novas gerações. Assim, pode-se dizer que é necessária a implementação de políticas

públicas, tanto na esfera da educação, sobretudo no ensino técnico, como no incentivo à produção e comercialização para garantir a perpetuação dessa cultura.

Mas, para além da pirâmide etária, faz-se necessário repassar os dados de desenvolvimento humano, pois conforme o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o IDH – Índice de Desenvolvimento Humano, traduz com mais precisão os dados que auxiliam refletir acerca do desenvolvimento, distanciando-se dos reducionistas indicadores de crescimento, como por exemplo o Produto Interno Bruto (PIB).

Conforme publicação do Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil (2013), do PNUD, o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) de Guarani das Missões é 0,737, em 2010, o que situa esse município na faixa de Desenvolvimento Humano Alto (IDHM entre 0,700 e 0,799).

A dimensão que mais contribui para o IDHM do município é “Longevidade”, com índice de 0,863, seguida de “Renda”, com índice de 0,698, e de “Educação”, com índice de 0,665 conforme a tabela 01.

Tabela 01 - Índice de Desenvolvimento Humano Municipal e seus componentes – Município de Guarani das Missões/RS/RS (1991 a 2010).

IDHM e componentes	1991	2000	2010
IDHM Educação	0,257	0,446	0,665
% de 18 anos ou mais com fundamental completo	19,17	26,58	44,44
% de 5 a 6 anos na escola	27,97	65,25	88,23
% de 11 a 13 anos nos anos finais do fundamental REGULAR SERIADO ou com fundamental completo	49,35	79,42	95,48
% de 15 a 17 anos com fundamental completo	27,33	58,78	79,08
% de 18 a 20 anos com médio completo	14,53	27,48	62,89
IDHM Longevidade	0,727	0,771	0,863
Esperança de vida ao nascer	68,61	71,26	76,75
IDHM Renda	0,561	0,603	0,698
Renda per capita (em R\$)	262,96	341,17	615,87

Fonte: Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (2013).

Sua evolução no período de 1991 e 2010 passou de 0,471, em 1991, para 0,737, em 2010, enquanto o IDHM da Unidade Federativa (UF) passou de 0,493 para 0,727 (Longevidade: 0,863; Renda: 0,698; Educação: 0,665). Isso indica que o Desenvolvimento Humano é alto, porém os índices individuais de renda e educação estão abaixo do ideal.

A seguir expõem-se uma breve comparação dos indicadores que fundamentam o IDHM de Guarani das Missões com os do Estado do RS:

Longevidade: A mortalidade infantil (mortalidade de crianças com menos de um ano de idade) no município passou de 20,2 óbitos por mil nascidos vivos, em 2000, para 10,5 óbitos por mil nascidos vivos, em 2010. Em 1991, a taxa era de 22,3. Já na UF, a taxa era de 12,4, em 2010, de 16,7, em 2000 e 22,5, em 1991.

Educação: A proporção de crianças de 5 a 6 anos na escola é de 88,23%, em 2010. No mesmo ano, a proporção de crianças de 11 a 13 anos frequentando os anos finais do ensino fundamental é de 95,48%; a proporção de jovens de 15 a 17 anos com ensino fundamental completo é de 79,08%; e a proporção de jovens de 18 a 20 anos com ensino médio completo é de 62,89%. Entre 1991 e 2010, essas proporções aumentaram, respectivamente, em 60,26 pontos percentuais; 46,13 pontos percentuais; 51,75 pontos percentuais e 48,36 pontos percentuais.

Em 2010, 90,89% da população de 6 a 17 anos do município estavam cursando o ensino básico regular. Em 2000 eram 83,81% e, em 1991, 87,60%. Dos jovens adultos de 18 a 24 anos, 22,29% estavam cursando o ensino superior em 2010. Em 2000 eram 6,27% e, em 1991, 4,12%.

Renda: A renda per capita média de Guarani das Missões cresceu 134,21% nas últimas duas décadas equivalendo a uma taxa média anual de crescimento nesse período de 4,58%.

Da totalidade dos municípios, São Paulo das Missões, Caibaté, Bossoroca, Pirapó, Santo Antônio das Missões, São Nicolau, Garruchos, Dezesseis de Novembro e Guarani das Missões apresentaram perdas populacionais por migração de mais de 5% de sua população total. Esses dados, aliados aos de crescimento de população considerando a situação de domicílio, também indicam que uma parte da população rural está se dirigindo para um centro urbano local próximo, na própria Região (COREDE Missões, 2015).

No período 2000-2010, o COREDE Missões foi o COREDE com menor taxa de crescimento populacional no Estado, perdendo população. Isso parece estar relacionado à falta de dinamismo econômico da Região. O COREDE possui uma base econômica mais voltada à Agropecuária em relação à média estadual, com pouca participação da Indústria. Na Agropecuária, se destacam a criação de bovinos e suínos, além do cultivo do milho, do trigo e da mandioca. A Indústria, pouco significativa, está ligada ao beneficiamento de produtos primários. Outro importante ativo da Região é o turismo histórico e cultural (BERTÊ et al., 2016a).

Conforme registro no Perfil Socioeconômico do RS (BERTÊ et al., 2016a, p. 260) Guarani das Missões pertence aos “centros com atividades de gestão menos complexas, têm área de atuação mais reduzida, e seus relacionamentos com centros externos à sua própria rede dão-se, em geral, apenas com as metrópoles”. Observa-se, no território gaúcho, uma área que ocupa a fronteira norte, noroeste e parte do Sul que se caracteriza pelo esvaziamento populacional, principalmente do setor rural (BERTÊ et al., 2016a, p. 261).

Tal dado auxilia na compreensão de que a economia do município é baseada na agropecuária. Em termos de efetivo da pecuária de Guarani das Missões foi ocupado o segundo lugar até o ano de 1995 pelos bovinos, sendo que de acordo com dados da FEE - Fundação de Economia e Estatística, nos anos de 2006 e 2010 estes passaram a constituir o maior efetivo do município.

Há que se mencionar que nos censos agropecuários dos anos de 1970, 1975 e 1980, era fornecida a informação da finalidade dos rebanhos tendo, no município de Guarani das Missões, no caso do rebanho bovino, o predomínio dos bovinos de leite em relação aos de corte. Considerando os dados de 2006 e 2010, por sua vez, os bovinos de leite perderam essa prerrogativa. Um dado curioso sobre esse assunto é que, embora em anos anteriores os bovinos de leite superassem os de corte, essa produção não visava exclusivamente à comercialização.

Conforme dados fornecidos pela EMATER (2015), em relação à produção animal do município, no ano de 2015, o bovino de leite é constituído por 511 propriedades as quais produzem uma quantidade anual de 13.500.000 litros, sendo que 310.000 litros se destinam ao autoconsumo e os demais têm como principais destinos à comercialização e a transformação.

Ainda conforme dados da EMATER (2015), em relação à produção de ovos, o município apresenta 300 estabelecimentos, os quais produzem anualmente 110.000 dúzias, dessas 85.000 dúzias para autoconsumo e 25.000 dúzias para comercialização.

O agronegócio destaca-se no município, através de quatro agroindústrias legalizadas com produção anual de 18,5 toneladas, envolvendo quatro produtores, tendo como principais produtos queijo, ovos, carne, embutidos e frango.

Salienta-se ainda que o município possui dezesseis agroindústrias com ATER - Assistência Técnica e Extensão Rural para legalização, das quais duas do tipo de origem animal com produção de queijos e embutidos, dois produtores envolvidos e

produção anual de 2,5 toneladas, quatorze agroindústrias do tipo de origem vegetal, com produção de farináceos em geral, quatorze produtores envolvidos e produção anual de 16,8 toneladas.

Sendo a soja a principal cultura do município, pode-se afirmar que não é somente ela quem sustenta as famílias dos agricultores, pois, dentre as possibilidades de renda, destacam-se a produção de leite, as aposentadorias, a diversificação propiciada por alternativas de agroindústrias e hortifrutigranjeiros.

Com base na visão das famílias rurais, considerando a sua múltipla inserção na sociedade, no ambiente e na economia que se torna possível, segundo Carneiro e Maluf (2003), aproximar a abordagem multifuncional da agricultura à percepção desse agricultor como um camponês, ou seja, um ator social para quem o sentido de suas atitudes, incluindo o fazer agrícola, não se reduz à lógica econômica e não pode ser desvinculado de sua cultura e de sua maneira de se relacionar com o mundo social e natural.

As possibilidades de renda são as formas encontradas pelos agricultores familiares do município de garantir a sua reprodução socioeconômica. Assim, além da cultura agropecuária de produzir soja, leite e ovos entre outros, os guaranienses também se destacam quanto à diversidade de simbologias inerentes à cultura polonesa. As tradições oriundas da pátria mãe Polônia fizeram com que esses imigrantes se fixassem no território gaúcho e reconstruíssem suas vidas seguindo os ensinamentos transmitidos ao longo das gerações. É, portanto, significativa na organização do espaço e, nesse sentido, percebe-se que o pertencimento étnico polonês é motivo de orgulho e perpetuação cultural. Evidencia-se o fortalecimento de identidades locais por meio da manipulação de símbolos culturais.

A língua expressa através da oralidade constitui-se em importante código cultural, e é manifestada na comunidade, nas famílias, nas celebrações festivas e, também, nas escolas e faz parte do currículo escolar do Ensino Fundamental do Município.

As manifestações e códigos culturais poloneses, estão presentes na paisagem e nas crenças preconizadas por seus habitantes, a religião prevaiente é a católica e o Santuário de Nossa Senhora de Czestochowa, é a principal presença cultural polonesa religiosa do Município.

1.2.3 Imigração polonesa no Brasil

Os poloneses fizeram parte dos grupos de imigrantes que chegaram ao Brasil.

De acordo com Dill (2008, p. 13) a Polônia “[...] No século XIX enfrenta a questão "polaca" (partilhas entre Prússia, Áustria e Rússia). Veio o desemprego, desigualdade social, explosão demográfica e fome gerando precárias condições de vida [...]”. E muitos poloneses foram obrigados a deixar sua pátria. Atraídos pela propaganda de imigração, em que o Brasil era apresentado como a terra que corriam leite e mel e seria a continuação do paraíso divino, os poloneses descontentes com a situação do seu país, viam na imigração uma saída que outrora não lhes era possível.

Segundo Wenczenovicz (2002), entre as razões do movimento migratório polonês destacam-se: o excesso de mão de obra nas aldeias e vilas, o elevado crescimento demográfico, a falta de terra para as novas gerações do colonato, a deficitária e quase inexistente legislação agrária, o êxodo rural, devido à mecanização do campo, perseguições políticas e religiosas. Mas sem dúvidas um dos principais motivos que levou grandes levas de poloneses a migrarem, foi à possibilidade de encontrar uma nação onde fosse possível tornar-se proprietário da terra.

Os movimentos migratórios poloneses para o Brasil são caracterizados por dois períodos; entre os anos 1890 e início da I Guerra Mundial, conhecidos como a “febre brasileira”. O primeiro período abrange de 1890 a 1897, quando o governo brasileiro proporcionava o deslocamento gratuito dos imigrantes, através dos contratos com as companhias de navegação; e o segundo período iniciado em 1906.

No período compreendido entre 1897 até 1906, o número de imigrantes diminuiu significativamente. Os que ainda se destinavam para o Brasil eram atraídos por amigos e parentes que já residiam em solo brasileiro. Tal fato deve-se, principalmente, pelo governo cessar o pagamento das passagens aos imigrantes, no período da I Guerra Mundial o que resultou na diminuição do fluxo migratório.

Wenczenovicz (2002, p. 51-52) destaca que:

No período intitulado de “febre migratória”- 1889/90-1914-, aproximadamente noventa mil poloneses chegaram ao Brasil, fixando-se

45% no Rio Grande do Sul; 40% no Paraná e os 15% restantes em Santa Catarina, São Paulo, Espírito Santo e Minas Gerais.

Os primeiros imigrantes poloneses que desembarcaram no Brasil, dirigiram-se para os estados do Paraná e Rio Grande do Sul. São Paulo, Minas Gerais e Espírito Santo receberam menor número de imigrantes poloneses. A maior parte dos imigrantes foi destinada a trabalhar nas fazendas de café, ou acabaram por dispersar-se nos grandes centros urbanos.

Desse modo, os poloneses foram se distribuindo pelos Estados, formando núcleos coloniais isolados, aos poucos se desenvolvendo e hoje emancipados constituem municípios de destaque, principalmente no que tange a sua organização sócio espacial baseada na cultura polonesa.

Os colonos poloneses destinados as colônias gaúchas distribuíram-se por todo o território sulino, originando núcleos coloniais, utilizando-se das terras tão sonhadas que a Polônia não lhes ofereceu. De acordo com Dill (2008, p. 13) “[...] por sua vez o Brasil acenava com trabalho, terras e liberdade. Ele imigra. Chega às regiões do Rio Grande do Sul: Áurea, Guarani das Missões, Erechim, Dom Feliciano, Caxias, etc.[...]”.

A distribuição esparsa dos poloneses pelo território gaúcho também é enfatizada por Garcez (2003, p. 7-8), quando destaca que:

As colônias polonesas se disseminaram pelos mais diversos pontos do território gaúcho: na Serra do Sudeste, onde se implantou Dom Feliciano, até o noroeste, onde floresceu Guarani das Missões, passando pela Depressão Central, o Alto Uruguai e vários pontos do planalto, sempre em remotos distritos rurais.

A chegada de imigrantes nas colônias de Ijuí e Guarani das Missões, é citada por Wenczenovicz (2002, p. 54), “As colônias de Guarani das Missões e Ijuí receberam um expressivo número de imigrantes da Polônia. Ijuí foi criada para receber imigrantes de diversos países, numa tentativa de evitar “quistos étnicos”.

Ao chegar no território sulino, os poloneses trazem em sua bagagem todas as heranças culturais enraizadas pela sua pátria mãe Polônia, dentre as quais cita-se, a língua falada, a religião, os costumes, os trajes, as danças, as músicas e a gastronomia. Esses signos culturais poloneses difundiram fortes vínculos com a cultura guaraniense, desenvolveram laços de pertencimento, criaram sentimento de identidade cultural e formaram significativas relações de família e comunidade.

1.3 GASTRONOMIA

A palavra “gastronomia” tem origem grega e, conforme Franco (2001, p. 85), “gastronomia significa, etimologicamente, estudo ou observância das leis do estômago”. Representa o conhecimento de tudo o que se refere à cozinha, à arte de comer e beber, de apreciar os prazeres da mesa e de saboreá-los. É “o conhecimento de tudo o que se refere ao homem, na medida em que se alimenta. Seu objetivo é zelar pela conservação dos homens, por meio da melhor alimentação possível” (CHERINI, 2007, p. 85). Para a autora, (2007, p. 85):

[...] a gastronomia refere-se a tudo o que pode ser comido; seu objetivo é a conservação dos indivíduos e seus meios de execução abrangem a cultura que produz; o comércio que troca; a indústria que prepara; e a experiência que inventa os meios de dispor tudo para o melhor uso.

Considerando que a gastronomia é um ramo que abrange a culinária, as bebidas, os materiais usados na alimentação e, em geral, todos os aspectos culturais a ela associados, cabe aqui destacar o que diz Pieper e Fremming (2013, p. 9), a esse respeito:

[...] é a arte culinária que compreende os métodos, as técnicas e procedimentos destinados a transformar e sazonar os alimentos da sua forma hostil e bruta, como a natureza nos apresenta, e apresentá-los de maneira que constituam um prazer ao paladar, à vista e ao aroma.

As autoras (2013, p. 3) reforçam que gastronomia

[...] é uma disciplina que exige arte não somente de quem executa, mas também de quem a consome ou usufrui. É artesanato, porque exige de quem a faz conhecimento, habilidade e técnica. É uma arte ou ciência que exige conhecimento e técnica de quem a executa e formação do paladar de quem a aprecia. (...) gastronomia tradicional é a arte de criar receitas através da combinação de matérias primas tradicionais com hábitos locais, vivências históricas e heranças culturais. (...) os hábitos alimentares de um povo denotam entre as cores e sabores outros valores que são de caráter social tais como: religião, etnia e história, fortalecendo a ideia de pertencimento do lugar, que contribui para reforçar a identidade de um povo e a abrangência da relação alimentação/cultura. Ou seja, não se restringem somente aos processos de manipulação dos alimentos a serem ingeridos, junto a eles estão os modos à mesa, bem como os locais e as maneiras com que a degustação ocorre, fazendo com que o complexo fenômeno alimentar humano tenha marcas de mudanças sociais, econômicas e tecnológicas.

Cabe aqui destacar que a Gastronomia está diretamente ligada ao sabor como algo palpável e subjetivo. É um sentido humano manifestado pelo paladar expresso no gosto (saboroso ou não; doce, amargo), e, por mais “material” que seja, embala os sonhos, a memória, fonte de inspiração poética, tal como se presencia em outras imagens simbólicas. O sabor é fruto da terra. Está presente no imaginário da natureza e na cultura de um povo. É uma maneira de manter a identidade por meio de costumes gastronômicos, os quais podem ser bem variados de região para região.

1.3.1 Gastronomia emblemática

Bergmann e Marquette (2015), relatam que os aspectos socioculturais da nossa história estão ligados ao preparo de diversos pratos da culinária brasileira, a qual recebeu influência de povos que legaram o patrimônio cultural valioso, influenciando e dominando até mesmo na alimentação, doado pela população através dos saberes e fazeres da diversidade gastronômica presente nas regiões do Brasil.

A variedade de sabores e preferências regionais, com suas especiarias e temperos próprios, tornam-se irresistíveis ao paladar mais exigente de qualquer arte da cozinha nacional (BARROZO, 2010).

De acordo com Barrozo (*apud* BERGMANN; MARQUETTO, 2015, p. 119):

A culinária do Brasil é fruto de uma mistura de ingredientes europeus, e de outros povos como indígenas e africanos. Muitas das técnicas de preparo e ingredientes são de origem indígena, tendo sofrido adaptações por parte dos escravos e dos portugueses, substituindo os ingredientes que faltavam por correspondentes locais. A feijoada, prato típico do país, é um exemplo disso. Os escravos trazidos ao Brasil desde fins do século XVI, somaram à culinária nacional elementos como o azeite-de-dendê e o cuscuz. As levas de imigrantes recebidas pelo país entre os séculos XIX e XX, vindos em grande número da Europa, trouxeram algumas novidades ao cardápio nacional e concomitantemente fortaleceu o consumo de diversos ingredientes.

A gastronomia pode ser entendida como a arte de cozinhar com o objetivo de proporcionar o maior prazer aos que comem. É um conhecimento e apreciação dos prazeres da mesa, comida típica de determinada região.

1.3.2 Gastronomia polonesa

Os imigrantes poloneses chegam ao Brasil na mesma época dos imigrantes italianos, sendo que uma das maiores concentrações desses imigrantes foi na Região das Missões, mais precisamente no atual município de Guarani das Missões (STAWINSKI, 1999).

Dos pratos típicos (relacionado a comida típica de uma dada região), da etnia polonesa, sobressaem pratos simples e de sabores agradáveis, cuja base dos ingredientes é composta por carnes e batatas - considerados essenciais. Os legumes também são utilizados de forma farta, assim como as carnes defumadas.

De acordo com Marquette et al. (2015, p. 65) embora sua gastronomia possua grande variedade de pratos culinários, as sopas quentes ou frias são as mais requisitadas.

Porém, a tipicidade é muito bem representada pelos *bigos* (prato feito basicamente com repolho), pela *czarnina*, tipo de sopa quente feita com carne de pato e engrossada com o sangue do pato, pelo pierogi frito ou cozido: semelhante a um pastel recheado com requeijão doce e canela e/ou com recheio de requeijão salgado, pelo *zrazi*: conhecido como bolinho de carne, e pelo *barcz*: sopa feita com beterraba e nata (MARQUETTO et al., 2015, p. 65).

Além disso, os pães feitos com trigo, com centeio, pães doces como a cuca de mel e nozes, cucas com coberturas de requeijão, entre outros, também participam do conjunto de elementos típicos.

No quiosque de produtos agroindustriais localizado no trevo da BR 392, na principal via de acesso da cidade de Guarani das Missões, há oferta de alimentos singulares. Dentre os quais pode-se citar: garrafa com sangue de pato congelado; pato congelado e/ou resfriado; compota com a fruta de butiá (com caroço), bem como com o butiá em creme (sem caroço); compotas de figo; cachaça de butiá e de ameixa; entre outras frutas regionais.

Segundo Slodkowsk (2009), a contribuição dos poloneses também se destaca pela comemoração da Páscoa, pois o ovo de páscoa, patrimônio cultural genuinamente polaco, é incorporado às tradições do Brasil. A festa casamenteira (*wesele*: bodas), constitui-se um memorável acontecimento para a família dos noivos que de praxe, o casamento com seus comes e bebes, danças e outras diversões, realizava-se na residência dos pais da noiva. Dentre os preparativos, na véspera do

casamento, abatiam-se leitões e frangos, faziam-se fornadas de pão-doce, cucas, tortas, bolachas e pierogi.

1.4 O PRATO CULINÁRIO PIEROGI

O pierogi é bastante conhecido em regiões do Sul do Brasil colonizadas por imigrantes polacos e ucranianos do oeste (rutenos), que chegaram a terras brasileiras no século XIX trazendo consigo a cultura, os costumes e a gastronomia de sua origem.

Segundo Dlugosz (2011), o pierogi na língua polonesa é grafado como *pieróg* (pierogi, no plural) ou *pieżek* e traduzido para a língua portuguesa como ravióis/raviólis ou pastel.

Filipack (2002, p. 283) define o prato como “Espécie de pastéis da culinária polonesa, feitos de massa de farinha de trigo, recheados com requeijão ou com batatinha ralada (inglesa), podendo ser fritos no azeite ou cozido, misturados por fora com requeijão adocicado”.

O formato de semicírculo dos pierogi lembra o pastel, mas depois de cozidos aparentam o ravióli italiano ou um pastelzinho brasileiro. Em português é comum ser grafado como pierogi, pierogiy, pierogiui ou pirogue. Segundo o autor, na Polônia o pierogi é consumido desde a Idade Média e é um dos alimentos mais populares no país. É considerado um símbolo nacional, vendido em diferentes locais como em restaurantes especializados chamados “Piero garnia”.

Sua preparação básica é a massa de trigo, água, gordura (banha de porco, manteiga ou óleo vegetal), sal, recheio e molho. Em algumas versões utilizam-se ovos na massa. A massa é aberta na mesa com rolo ou garrafa, depois é cortada em círculos de aproximadamente dois centímetros de diâmetro e recheada. As extremidades são fechadas com as mãos e ganham a forma de meia lua. Os recheios mais comuns são de requeijão artesanal (semelhante ao queijo quark), ricota ou uma mistura de requeijão ou ricota com batata. Outros recheios são a batata amassada, o repolho fermentado (chucrute) ou cogumelos. Os recheios são temperados com ervas secas ou frescas como salsinha e cebolinha, com especiarias como pimenta e noz moscada ou apenas sal. Depois de "montado" o pierogi é cozido em água, mas há receitas sugerindo o cozimento no leite (FILIPACK, 2002).

Algumas receitas ensinam que os "pastéis" estão no ponto certo de cozimento após subirem à superfície da água três vezes. Depois de cozidos uma opção é tostá-los na frigideira. Os molhos para cobri-los variam: cebola dourada no azeite ou na manteiga, manteiga ou nata derramados sobre a massa quente, bacon ou linguiça fritos, molhos encorpados com carne moída, cogumelos ou tomates. Há versões doces com frutas e creme de leite ou ainda pierogi assados ou fritos (DLUGOSZ, 2011).

O pierogi pode ser descrito como uma massa recheada, fechada em formato de meia-lua, cozida em água e servida com molhos variados. Apreciado também pelos não descendentes de imigrantes, atualmente é possível encontrá-lo em supermercados, mercearias e feiras gastronômicas onde são vendidas porções congeladas para serem cozidas em casa ou prontas para consumo imediato.

O pierogi é servido nas festas da comunidade polonesa como, por exemplo, nas "pierogiadas"¹ promovidas pelos grupos folclóricos. Tem sido cada vez mais valorizado enquanto patrimônio gastronômico regional, integrando o cardápio de restaurantes e tem sua feitura da seguinte forma:

Pierogi salgado

Ingredientes:

Farinha de trigo, ovos, água e sal

Forma de preparo:

Coloque o trigo, os ovos, o sal e a água até dar um ponto consistente, de maneira que dê para esticar no rolo ou cilindro. Sove bem e estique. A massa deve ter cerca de dois milímetros de espessura, se ficar muito fina pode furar durante o cozimento; Escolha o recheio e prepare, conforme a preferência. Na hora de montar, corte a massa em círculos, recheie e feche; depois de cozinhar por 10 minutos, adicione o molho preferido, sendo que o de nata é o mais apreciado.

Pierogi doce

Ingredientes:

Ovos, açúcar, leite, manteiga, fermento em pó, amido de milho, cachaça e farinha.

Forma de preparo:

Misturar os ingredientes líquidos com o amido de milho e o fermento em pó.

¹ Momento de encontro de convivas para a feitura e consumo do pierogi na sociedade cultural guaraniense – Casa Polonesa.

Acrescentar a farinha até dar o ponto de abrir com o rolo ou cilindro.

Recortar a massa em rodela e colocar o recheio (normalmente elaborado com requeijão/ricota/kschimier, ovo, açúcar e canela) e fritar em óleo quente. Outra opção é levar ao forno para assar.

2 METODOLOGIA

A metodologia é o estudo dos métodos e processos utilizados apresentando também, as técnicas de pesquisa que foram utilizadas.

De acordo com Marconi e Lakatos (2010, p. 65) metodologia é:

O conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo, conhecimentos válidos e verdadeiros – traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.

A seguir serão apresentados os métodos de procedimento e abordagem utilizados para o desenvolvimento da pesquisa.

2.1 MÉTODO DE PROCEDIMENTO

A pesquisa se baseia em exploratória e utiliza o método de estudo de caso, tendo como cenário, o município de Guarani das Missões/RS. Segundo Yin (2003), estudos de caso ocorrem através de uma estratégia de pesquisa focada em compreender a dinâmica presente em cada cenário, normalmente combinam métodos de coleta de dados, como arquivos, entrevistas, questionários e observações.

As evidências podem ser qualitativas ou quantitativas, ou ambas. Yin (2003) afirma que desta maneira é possível criar as condições adequadas para a compreensão, a contestação ou a confirmação da teoria, sendo um elemento chave para estudos exploratórios.

2.2 MÉTODO DE ABORDAGEM

A pesquisa é de caráter qualitativo, tendo como objetivo geral avaliar a participação do prato culinário pierogi no desenvolvimento socioeconômico e cultural de Guarani das Missões/RS.

Para Bogdan e Biklen (1992), a observação participante e a entrevista semiestruturada são os instrumentos mais comuns na pesquisa qualitativa e que melhor apresentam suas características. Geralmente quando a pesquisa parte da

observação participante constitui uma poderosa técnica qualitativa, pois através dela ocorre o contato direto, frequente e prolongado do investigador, com os atores sociais. Nesse momento, efetua-se a busca de informações ao desenvolvimento do estudo, coleta de dados sobre matéria-prima, hábitos locais, vivências históricas e heranças culturais, entre outras informações que poderão surgir e serem relevantes.

Pode-se considerar que a observação contempla o trabalho de campo em seu conjunto, desde a chegada do investigador ao campo de pesquisa, o início das negociações para conseguir acesso a este, as visitas prévias, para o reconhecimento do espaço ou campo de observação e a interação com indivíduos envolvidos (LAPASSADE, 2001 *apud* CORREIA, 2009). Representado pela cidade de Guarani das Missões/RS, este estudo contempla os protagonistas que detém conhecimento sobre a cultura polonesa e a cultura gastronômica representada pelo pierogi.

Quanto às entrevistas semiestruturadas, foram direcionadas por um roteiro previamente elaborado, composto por questões abertas (APÊNDICE I); é nesse momento da pesquisa que foram coletadas informações sobre conhecimento, habilidade e técnica dos entrevistados em relação ao pierogi, em entrevistas individuais com descendentes poloneses, pessoas relacionadas às entidades e associações locais.

Outra forma de entrevista efetivada foi através de uma conversa informal, a qual foi somente gravada em áudio, utilizando a coleta de informações e dados com pessoas que residem na Polônia, país de origem dos imigrantes entrevistados e do qual o pierogi é parte integrante de sua cultura.

Salienta-se como característica metodológica o princípio da acessibilidade. Gil (1995, p. 97), define a amostragem por acessibilidade da seguinte forma:

Constitui o menos rigoroso de todos os tipos de amostragem. Por isso mesmo é destituído de qualquer rigor estatístico. O pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma representar o universo.

Para análise documental, Moreira (2005) destaca que essa compreende a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim. Dentre os documentos pesquisados destaca-se: registros, documentos históricos,

cadernos de receitas, manuscritos, revistas, jornais, enfim, todo e qualquer documento que por ventura contenha informações úteis à pesquisa.

O método *snowball* (Bola de Neve), como forma de obtenção de dados, serve para identificar os atores que detêm maior conhecimento no assunto pesquisado. Essa técnica é uma forma de amostra não probabilística, utilizada em pesquisas sociais em que os participantes iniciais de um estudo indicam novos participantes que por sua vez indicam novos participantes e assim sucessivamente, até que seja alcançado o objetivo proposto (o “ponto de saturação”).

O “ponto de saturação” é atingido quando os novos entrevistados passam a repetir os conteúdos já obtidos em entrevistas anteriores, sem acrescentar novas informações relevantes à pesquisa (WHA, 1994). Portanto, a *snowball* (Bola de Neve) é uma técnica de amostragem que utiliza cadeias de referência, uma espécie de rede. Na pesquisa em foco, a aplicação da técnica “bola de neve” terá início com os representantes institucionais, como o presidente da Casa Polonesa, que por indicação assinalará a próxima pessoa a ser entrevistada.

A utilização de documentos no estudo classifica a mesma como pesquisa documental, enquanto que ao utilizar contribuições de autores, classifica-se em pesquisa bibliográfica. De acordo com Gil (1995, p. 51):

A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa.

Conforme Vergara (2005, p. 47), a pesquisa bibliográfica “é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais e redes eletrônicas, isto é material acessível ao público em geral”.

Este estudo será desenvolvido por meio de pesquisas de natureza qualitativa. Em relação à pesquisa qualitativa Michael (2009, p. 37) afirma que:

Este tipo de pesquisa se fundamenta na discussão da ligação e correlação de dados interpessoais, na coparticipação das situações dos informantes, analisados a partir da significação que estes dão aos seus atos. Na pesquisa qualitativa, a verdade não se comprova numericamente ou estatisticamente, mas convence na forma da experimentação empírica, a partir de análise feita de forma detalhada, abrangente, consistente e coerente, assim como na argumentação lógica das ideias, pois os fatos em

ciências sociais são significados sociais, e sua interpretação não pode ficar reduzida a quantificações frias e descontextualizadas da realidade.

As etapas dessa pesquisa sugeridas por Fonseca Junior (2005, p. 290), são caracterizadas e organizadas em três fases cronológicas:

(1) Pré-análise: consiste em planejar o trabalho a ser elaborado, sistematizando as ideias iniciais com o desenvolvimento de operações sucessivas, identificadas e consideradas no plano de análise;

(2) Exploração do material: é a análise propriamente dita, envolve operações de codificação em função de regras formuladas anteriormente. Esta é a fase que exhibe a administração das decisões tomadas previamente, porém, para o seu sucesso, a pré-análise deverá ser bem-sucedida;

(3) Tratamento dos resultados obtidos e interpretação: os resultados brutos devem ser significativos e válidos, devendo receber tratamento que ateste tais características. Em alguns casos, e quando se fizer necessário, os quadros de resultados, figuras, modelos e diagramas, serão indispensáveis, sendo elaborados com a permissão das operações estatísticas, podendo o analista propor interferências a partir de seus resultados.

Para as inferências nos itens da proporção de leite, requeijão e ovos usados para fazer os pierogi retrocederam-se 10 anos (2014 a 2005). A partir do histórico inferido, avançaram-se mais 10 anos (2014 a 2024), ou seja, foi prospectado um cenário de um futuro próximo a fim de constituir uma plataforma de dados que permitisse visualizar o caminho que segue no contexto da produção do pierogi e seu impacto no desenvolvimento local.

2.3 DELINEAMENTO DO UNIVERSO

O delineamento da pesquisa é o momento de explicitar os métodos utilizados como meios técnicos para investigação e as operações necessárias para realizá-la.

Vergara (2005, p. 50), define universo, da seguinte forma:

[...] trata-se de definir toda a população e a população amostral. Entenda-se aqui por população não o número de habitantes de um local, como é largamente conhecido o termo, mas um conjunto de elementos (empresas, produtos, pessoas, por exemplo) que possuem características que serão objeto de estudo.

A pesquisa abrange o município de Guarani das Missões/RS/RS, tendo os dados sidos coletados em dois momentos:

1) Pesquisa bibliográfica, em publicações – livros, teses e artigos de origem nacional ou internacional, e na internet.

2) Pesquisa exploratória, através da observação participante, arquivos e entrevistas individuais com descendentes poloneses e pessoas representativas da Casa Polonesa, da BRASPOL – Comunidade Brasileira Polonesa no Brasil, do município de Guarani das Missões/RS, bem como, através de conversa informal com brasileira que atualmente reside na Polônia. Manteve-se contato com munícipes através de *WhatsApp* e *Messenger* do *Facebook*, para coleta de informações que foram sendo necessárias e imprescindíveis à continuidade e conclusão da pesquisa.

Salienta-se que as entrevistas iniciaram com o representante da Braspol e da Casa Polonesa, os quais indicaram as próximas pessoas a serem entrevistadas, e assim sucessivamente, característica do método de coleta de dados, *snowball*, utilizado para a pesquisa.

Através das inserções a campo realizaram-se observações dos seguintes aspectos: feitura do pierogi, utensílios utilizados, forma de produção, aspectos organolépticos e edafoclimáticos², evidenciar as diferenças e/ou igualdades entre seu país de origem (Polônia) e a região missioneira quanto a esses aspectos, o que pode ter influência nas características organolépticas do pierogi de Guarani das Missões.

Sobre a entrevista na coleta de dados, Stratton e Hayes (2002, p. 82), afirmam que:

A entrevista é uma conversação estabelecida entre um profissional e um sujeito, projetada com o fim de proporcionar ao profissional um certo número de informações. A natureza da entrevista será influenciada por sua função, que pode ser de avaliação do sujeito para um trabalho, terapêutica ou de pesquisa.

A coleta de dados efetivou-se em sites da Fundação de Economia e Estatística – FEE e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, na Prefeitura Municipal, no Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), do COREDE Missões, do Atlas Brasil, em instituições tais como, Escola Guaramano, onde há a produção de um dos ingredientes da receita do pierogi: a

² Organolépticos: relacionados a cor, sabor, aroma e textura. Edafoclimáticos: relação planta-solo-clima para plantio.

ricota; EMATER, BRASPOL, Casa Polonesa, para buscar dados e informações que fundamentam a pesquisa e identificar os ingredientes endógenos, ou seja, aqueles produzidos no local e que fazem parte dos saberes culturais, tanto de sua produção em solo, processamento, comercialização e consumo.

Os aspectos sociais, políticos, culturais, geográficos e econômicos, foram relacionados com o desenvolvimento e a gastronomia. Esta última não é somente alimento para satisfazer as necessidades básicas dos indivíduos, uma vez que está intimamente ligada a cultura dos povos, servindo de emblema para os grupos étnicos e contribuindo para a identidade e consciência participativa, voluntária ou não. Ela está relacionada ao sentimento de pertença e esse torna as pessoas mais envolvidas e mais colaborativas.

2.4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

As informações coletadas por meio das entrevistas semiestruturadas foram submetidas à análise dos dados, sendo necessário tirar conclusões sobre os mesmos, através de inferência, dedução e indução. Descreve ou explica o objetivo estudado interpretando os achados qualitativos. A apresentação dos dados se deu por análise das falas (APÊNDICE I).

O tratamento dos dados foi por Análise de Conteúdo, conforme Bardin (2011, p. 42), definida como,

[...] conjunto de técnicas de análise de comunicação visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens.

As falas dos entrevistados foram registradas em documentos audiovisuais e transcritas na íntegra. O total de entrevistados é de 18 pessoas, porém, devido a problemas técnicos ocorridos no sistema do computador, foram inutilizadas três entrevistas. Apesar disso, o conteúdo das 15 entrevistas disponíveis foi suficiente para os propósitos deste trabalho.

Salienta-se que a compilação das filmagens se transformou em um documentário intitulado: Os Polono Brasileiros e a cultura gastronômica do prato típico Pierogi em Guarani das Missões/RS.

Após sua transcrição, as falas foram classificadas em categorias: “fatos sociais”³ e econômicos, cadeia produtiva e produção endógena, legado cultural gastronômico e desenvolvimento, as quais estão relacionadas aos objetivos do projeto. Em seguida, fundamentadas tendo como base o referencial teórico.

Durante a observação participante realizada através do acompanhamento nas pierogiadas da Casa Polonesa e na produção do pierogi nas residências dos entrevistados, extraíram-se informações e dados identificando a receita mais usual do pierogi na comunidade guaraniense e os ingredientes com características endógenas. Tais informações e dados foram subsídios para a elaboração da tabela 2, demonstrando os ingredientes dos componentes da receita do pierogi doce frito e, sobre o qual, foi estruturada a cadeia produtiva para identificar os benefícios distribuídos no mercado de produção local.

Além disso, evidencia-se em tabelas a quantidade de leite/litros e ovos/dúzias produzidos em Guarani das Missões/RS, entre o período de 1996 a 2014 com base em dados coletados nas seguintes instituições: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, Clube de Mães, Casa Polonesa e BRASPOL e em famílias de descendentes poloneses do município da zona urbana. Para além das instituições, também se buscou dados nos principais eventos: Festival do Pierogi, Encontro de mulheres, Jantar Típico Polonês realizado na Comunidade Linha Harmonia, Pierogiadas, POLFEST.

Contudo, foi por meio virtual (*WhatsApp e Messenger do Facebook*) que representantes da EMATER, BRASPOL, Casa Polonesa e Prefeitura Municipal de Guarani das Missões/RS enviaram o total da produção do pierogi doce frito para o período de 2015 e 2016. Com a posse dessas informações calcularam-se a relativa proporção do consumo de leite, ovos e requeijão.

Na sequência, prospectou-se o consumo dos ingredientes para o período de 2005 a 2014. Com base neste histórico, lançou-se a projeção deste consumo para o futuro de 2015 a 2024. Tais abordagens servirão de subsídio para analisar e discutir acerca das contribuições e perspectivas desses ingredientes para as conclusões finais da pesquisa.

³ Para a pesquisa o “fato social” é entendido sob a luz de Durkheim, segundo o qual diz respeito às maneiras de agir, de pensar e de sentir exteriores ao indivíduo, dotadas de um poder de coerção sobre este mesmo indivíduo (RIBEIRO, s.a).

Os dados foram coletados somente após aprovação do projeto, conforme parecer consubstanciado nº 1.467.013 emitido pelo comitê de ética da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões, URI, Campus Santo Ângelo, e após assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido pelos entrevistados, de acordo com a resolução 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde (APÊNDICE II).

3 ANÁLISE DE CONTEÚDO

Este capítulo tem a finalidade de expor os resultados e análises das entrevistas e observações em campo, o entendimento dos dados se deu através da análise de conteúdo.

3.1 APLICAÇÃO DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

Para análise e interpretação dos conteúdos, os entrevistados foram identificados nas citações diretas apenas pelas iniciais dos nomes.

Inicialmente, esclareceram-se os objetivos da pesquisa, informando que a entrevista contribui para avaliar os aspectos socioeconômicos e culturais do pierogi como uma alternativa para o desenvolvimento de Guarani das Missões, RS. Após, utilizou-se um roteiro pré-estruturado, ajustado conforme o andamento da entrevista.

Os conteúdos e análises foram divididos em quatro categorias: fatos sociais e econômicos; cadeia produtiva e produção endógena; legado cultural gastronômico e desenvolvimento, as quais estão relacionadas aos objetivos da pesquisa. As falas foram distribuídas em grupos: Sociedade civil, representantes institucionais da BRASPOL e Casa Polonesa e residente na Polônia (Quadro 1 e 2).

Quadro 1 - Falas distribuídas em categorias: Sociedade Civil e Representantes Institucionais da BRASPOL e Casa Polonesa (2016).

Categorias	Sociedade civil	Representantes Institucionais BRASPOL e Casa Polonesa
Fatos Sociais e Econômicos	<p>[...] e, pra quem vem de fora, né, o pierogi é uma referência. Quem vem para Festa aqui, por exemplo, POLFEST ou algum outro evento, mais assim...que tá presente, a gastronomia polonesa...não sai sem levar o pierogi [...] (JTD).</p> <p>[...] últimos dois eventos que nós tivemos, que é um encontro de mulheres e a nossa POLFEST, onde houve um consumo de aproximadamente dez, quinze mil pierogi, foram vendidos em dois eventos. Então é, é um prato nosso mesmo, que as pessoas querem conhecer ele. Ao degustar, elas voltam a buscar e a consumir [...] (SLU).</p> <p>[...] quiosque que sempre tem o pierogi. Aí tem alguns eventos, é, digamos clubes de mães, que sempre fazem os pierogi! Não é em todas as festas sociais, né, são algumas... mas, onde tem se vende tudo [...] (SLU).</p> <p>[...] e, como no município tem a festa típica polonesa, a POLFEST como ocorreu esse ano inclusive, e a gente já fez muito pierogi [...] (LCR).</p> <p>[...] até ali, em Guarani, nas POLFEST, tinha em duas, três POLFEST, tinha concurso de pierogi e tinha diversos sabores. Tinha as pessoa que faziam como antigamente e outros faziam como agora, adaptado já [...] (ML).</p> <p>[...] daí, o pierogi é mais nas POLFEST [...] agora, inclusive tem grupos formados em cada colégio. Tem um grupo de senhoras que fazem, que participam, de faze os pierogi [...] (ML).</p> <p>[...] essa é a comida. Assim, ó, a comida. Mais, o primeiro lugar, é o pierogi. Nessas festas que tem em Guarani, na POLFEST, né [...] (IUK).</p> <p>[...] da outra vez, nós fizemos... foi durante a POLFEST que também sempre fica pra Casa Polonesa, pra manutenção [...] (EOK).</p> <p>[...] olha, o pierogi para nós, é o prato principal da etnia polonesa. É o</p>	<p>[...] também, o envolvimento por parte do de grupos de mães, que existem aqui, né...em torno do município e ele são... é, feito e comercializado o piroge. Também, em alguns eventos ele é, além da POLFEST, ele também é comercializado [...] (MH).</p> <p>[...] se faz o dia do pierogi, o festival do pierogi, se comercializa pierogi [...] (LW).</p> <p>[...] na nona POLFEST a gente fez um espaço exclusivo pro Festival do pierogi e o pessoal comercializou também naquele ano 8000 unidades. 4 grupos do Clube de Mães, com quatro tipos diferentes [...] (LW).</p> <p>[...] Pierogi tem cunho importante social. Ele resgata o alimento mais fácil de produzir, de resgatar, é fácil de fazer na verdade o pierogi [...] eu não sei faze, mas eu sei que quem faz, faz com muita naturalidade e também tem o aspecto econômico para fomenta a cultura, as entidades e o município precisam...[...] Talvez hoje ele envolve toda essa necessidade e a gente usa, une útil ao agradável [...] e o financeiro, com seu resultado positivo, o pierogi mantém a casa dois, três meses funcionando com suas despesas [...] (LW)</p>

	<p>prato principal que é onde tem as POLFEST, as festa das comunidades, clube de mães, daí é muito!!! Sempre presente [...] (TW).</p> <p>[...] sempre presente sim, tanto nas festas como em outras festas na cidade é esse prato principal [...] (TW).</p> <p>[...] festas da comunidade pro clube de mães daqui, aqui de Harmonia... e daí, eu fazia pra BRASPOL, daí eu vendia pra BRASPOL, eu fazia pirogi [...] (TW).</p> <p>[...] festa de família também, também encomenda, também [...] (TW).</p> <p>[...] é, ele se faz presente nas festas, é que tem as POLFEST né, em comemoração de família, i jantares, tipo assim, nos dias que a gente não pode come carne, a gente pode usa ele como um alimento [...] (NLPW).</p> <p>[...] POLFEST i Festival do pirogi...os dois que mais trabalham [...] (NLPW).</p> <p>[...] clube de mães, concurso municipal [...] (NLPW).</p>	
Cadeia produtiva e produção endógena	<p>[...] nós temos produtores que fornecem a matéria prima pra nós, por exemplo, pra POLFEST eu sei. Por exemplo, a casa polonesa, ela adquiriu todo o requeijão de um pessoal do interior do município, todo ele foi conseguido com uma família, comprado de uma família do interior [...] mas, nós temos muita gente que vende requeijão, a matéria-prima, nós temos disponível pra atender esta demanda [...] (SLU).</p> <p>[...] na colonha, mais os agricultor que tinham criação de vaca, vendiam o leite, já quando vinha se aproximando essas festa das POLFEST, já eles fabricavam o requeijão pra vende naquela semana [...] (ML).</p> <p>[...] o ovo vem do interior, dum que tem lá, a granja de ovos, lá né, na Bom Jardim... e o requeijão a gente compra dos agricultores...é a base de sessenta a setenta quilos (67kg) de requeijão que vai aqui nessa massa de cinco mil pierogi [...] vai comprando de umas três, quatro família [...] (IUK).</p> <p>[...] sim, são daqui... da região [...] (IJS).</p>	<p>[...] a gente até procura consumir todo, tudo que é produzido, tudo dentro do município. Então, nós pegamos os ovos: são catados no interior, até porque, esses ovos coloniais, dá uma massa mais gostosa, são mais amarelinhos, deixa dentro, né, deixa mais gostoso. O leite também é feito pelos produtores daqui, né. A única coisa que, de repente, pode vim de fora, que não tem muito aqui, não tem mais moinhos, é a farinha. Assim, então, tipo ... a farinha pode ser.... mas, o resto, toda ela, tudo é daqui, toda ela é da região, do município, na verdade toda ela do município.... exatamente! Até, como incentivo, como faz um pierogi legítimo Guaraniense, totalmente de Guarani [...] (MH)</p> <p>[...] o principal ingrediente é o requeijão. Então ele, a manteiga... eles são frutos da produção local. A gente conclama quem tem na comunidade. Alguém fica responsável de manter o contato...a gente sabe aqueles que produzem costumeiramente, as pessoas fornecem [...] (LW).</p> <p>[...] a manteiga e o requeijão, o leite também são frutos de produtores dentro de um padrão razoável de higiene... vai em busca dos produtores [...] (LW)</p>

	<p>[...] a gente tenta sempre, varoliza os da comunidade, né, do local, né. Pegá sempre aqui, do lugar [...] (NLPW).</p>	
<p>Legado cultural e Gastronômico</p>	<p>[...] ainda, quando criança, bom... o pierogue né! Nada mais era do que um simples pastel, com sabor doce. Depois que a gente foi, então.. é crescendo, enfim, buscando mais informações com relação a isso. A gente viu que fazia parte, então, da cultura polonesa que era da Gastronomia típica [...] (JTD).</p> <p>[...] pessoas da nossa região vem a Guarani das Missões nos nossos eventos poloneses em outros momentos para degustar esse pastel né que é muito saboroso [...] (JTD)</p> <p>[...] é importante salientar assim que muitas famílias né aqui principalmente assim mais ligadas a cultura polonesa que não é na totalidade hoje a gente já tem né várias outras etnias que fazem parte aqui dentro do município de Guarani das Missões, mas realmente o pirogue é algo que faz parte está praticamente presente em muitas famílias nos pratos do dia a dia principalmente nos finais de semana porque não dizer um pierogi com leite condensado uma massa bem boa feita uma canela aí para dar esse sabor diferente é muito gostoso [...] (JTD)</p> <p>[...] vou ter serviço final de semana de faze o pierogi salgado com temperinho verde com cebolinha [...] (JTD)</p> <p>[...] é bom destacar também que retomando lá no passado a questão do pirogi ela iniciou em função de que era necessário servir algum prato para os visitantes na época não se tinha geladeira não se tinha freezer não se tinha a carne que além de ser cara não era comum às pessoas ter uma carne moída, então tendo requeijão na casa e que é difícil de estragar o pessoal começou de introduzir isso e aos poucos fomos vendo que isso era uma cultura da...da...da etnia polonesa e com essa introdução do pirogi isso foi se desenvolvendo e hoje nós temos esse pierogi como um luxo como uma comida típica porque você pode em qualquer outra região mesmo no estado ou aqui nas nossas proximidades ninguém te oferece um pirogi pra come mas nós em Guarani temos o nosso pirogi e oferecemos porque sabemos que as pessoas vem para cá para experimentar para degustar o pirogi [...] (SLU)</p> <p>[...] Ainda também destacar a minha mãe tem 82 anos e eu me lembro que ela conta que os primeiros pirogi eram feitos da massa comum de</p>	<p>[...] em casa as pessoas fazem... fazem, o pierogi é feito, é um hábito familiar, o pierogi. Ele é feito ainda dentro das casas das pessoas aqui, ele é feito [...] (MH)</p> <p>[...] naquilo que mais é resgatado, mais praticado: o pierogi. Em minha opinião, é: vence ou leva esse destaque [...] (LW).</p> <p>[...] o pierogi talvez em Guarani das Missões hoje, para a comunidade guaraniense, seja o alimento típico polonês mais resgatado ou mais lembrado dos antepassados, aquele que na residência é feito, na atividade da sociedade é feita, é comercializado, é distribuído, é vinculado uma forma de resgata aquilo que o polonês consumia [...] (LW)</p> <p>[...] a minha sogra então ela produz, digamos que mensalmente, quinzenalmente a atividade do pierogi [...] (LW).</p> <p>[...] hoje a casa polonesa a sociedade cultural guaraniense, trabalha de forma social, vinculando resgate típico alimento, pierogi de forma junto econômica financeira [...] (LW).</p>

bolacha e eram assados que na massa comum de bolacha ia o que, um açúcar, um ovo e a farinha e a banha essa era a composição da massa simples aos poucos isso foi se aperfeiçoando foi se acrescentando outros ingredientes é como dizia a prefeita se é...é mesclando doce, salgado, assado, frito. Isso foi uma introdução posterior, mas inicialmente era aquela massa simples de bolacha comum e se assava isso e era delicioso e consumido da mesma forma [...] (SLU)

[...] eu particularmente dentro da minha família desde o tempo da avó [...] (SLU)

[...] mas até hoje nós consumimos o pierogi em casa que é uma comida assim saborosa gostosa servida com chimarrão, na hora do lanche, na hora do chá qualquer hora ele é bom, qualquer hora ele é bom [...] (SLU).

[...] nós, por exemplo, lá em casa na sexta-feira Santa que é o dia que não se come carne é o dia do pierogi, a gente come só o pierogi que daí não podemos...às vezes comemos peixe, mas normalmente é só o pierogi que a gente come, é porque daí não tem carne, é passamos com o pierogi [...] (SLU).

[...] a eu acho que eu não poderia te dizer assim te precisar em termos de período, mas também volto a dizer algo lá do passado porque fritura, porque as pessoas tinham banha e então assim como tinham o...o requeijão que que aí acharam uma forma de consumi-lo tinha banha e a banha era de fácil acesso às famílias, então usava fritura e aí o forno, o forno também era, era, era...uma ferramenta, digamos assim, mas não era tão fácil como como como digamos a fritura na...na no fogão a lenha e era no fogão a lenha no primeiro momento claro nas panelas pretas [...] (SLU).

[...] interessante que pierogi por mais que tu tenha, tu sempre que mais por quê...porque todo mundo gosta e é tendo em quantidade maior ou menor é consumido sempre, então ele é de fato, é uma marca bem evidente na nossa comunidade, nos nossos costumes em termos de gastronomia é muito bom [...] (SLU).

[...] então seguido eu ia lá pra ajuda no serviço de casa mesmo criança pra ajuda no serviço de casa para fazer companhia ou quando eles estavam doentes pra ajuda cuidar e essa tia Maria fazia pierogi e eu levava esses pierogi pra vender onde hoje é o supermercado Amigão [...] (LCR)

[...] e seguido ela fazia e nós vendíamos [...] isso faz uns cinquenta anos já [...] (LCR).

[...] até um fato curioso eu tenho uma irmã que mora em Santo Cristo e as amigas dela são mais de origem é alemã, e quando a minha irmã sabe que a gente faz os pierogi aqui ela sempre encomenda uma variedade pra depois pode oferece pras amigas dela lá, que também gostaram do nosso pierogi então as festas os eventos que se faz aqui em Guarani e tem pierogi as pessoas até de outras origens experimentam gostam e....e compram aprenderam a consumi [...] (LCR).

[...] e conquista outras origens também [...] isso é muito bom [...] (LCR).

[...] pra mim pessoalmente é uma lembrança muito boa da infância é uma tradição que tanto a vó quanto a minha tia passaram e que assim como eu até posso dizer que não, não continuo tanto quanto certas pessoas que produzem no município, mas...a mais continuá produzindo o pierogi pra Guarani é mante a tradição polonesa [...] (LCR).

[...] eu aprendi com a minha avó e com a minha mãe e o pirogue era feito assim de diversas épocas, mas principalmente a gente fazia ou cozido na época de jejum e abstinência que não se comia carne aí o pierogi substituía muita a carne e o alimento do dia a dia porque geralmente era sexta-feira abstinência de carne e isto era um alimento forte né [...] (ML).

[...] ele era bem quisto e bem-vindo até às vezes assim prumas comemorações quando vinha visita então esse pierogi não podia falta... mais o cozido porque é um bem tradicional da Polônia [...] (ML).

[...] que o pierogi eu quando faço e como eu lembro da minha família que fico lá na polonha e passo muito sacrifícios na época da guerra [...] (ML).

[...] eu fiz na casa da minha prima, mas o meu cunhado marido dela vinha escondido e robava de tanto que ele gosto [...] (ML).

[...] fazemos o pirogue como também em casa a gente faz na família né e na comunidade [...] (IUK).

[...] olha ele representa uma, uma, uma comida assim típica polonesa né que é o pierogi que é em toda ali nossa cultura de Guarani das Missões né [...] (IUK).

[...] olha eu conheci desde os oito nove anos que vem da minha mãe né essa receita e a gente foi indo foi indo e continuamos até hoje com essa receita e agora a gente já tá junto numa comunidade ajudando né...vem de geração da família [...] (IUK).

[...] eu também aprendi faze pierogi em casa nós era pequeno [...] nós vendia o leite daí quando azedava o leite era aquela alegria por que vai saí pierogi [...] daí não era assim tão frequente daí eu também conheci o pierogi cozido na casa de uma senhora [...] na casa mesmo sendo de origem alemã tinha o pierogi desde o tempo da minha vó tinha o pierogi [...] o frito minha mãe fazia [...] e daí o cozido conheci na casa de uma senhora aqui em Guarani quando comecei a estuda e o assado a gente faz aqui na escola [...] (MJW).

[...] conheci nas festas típicas e também quando era criança a minha vó fazia, mas não era o tradicional como é feito nas... nas festas típicas que ele é uma massa grossa e doce ela fazia o salgado de uma massa de pastel, mas a minha preferência é o da massa doce recheio doce e a massa grossa [...] (LDS).

[...] bem, eu conheço o pierogi desde criança. A minha origem é polonesa e o pierogi é um típico um prato típico polonês. Então, a mãe fazia sempre o pierogue. A mãe fazia, ela fazia de dois tipo: ela fazia o cozido que era uma massa, tipo massa casera, e ela fazia o recheio salgado com requeijão salgado, com temperinho verde e fazia pierogi cozido [...] sim, daí a mãe também fazia o frito, daí era massa diferente, tipo de calça virada, e era frito também. A mãe fazia pierogi assado no forno de barro, lá fora [...] sim, toda semana [...] primeiro fazia o requeijão, depois fazia o pierogi [...] (TKR).

[...] a ele me traz lembrança da minha avó da minha mãe fazendo pierogi da minha bisavó que ensinou fazer o pierogi cozido salgado também eu maioria faço doce né, mas a minha vó a minha mãe faz o salgado cozido [...] (IJS).

[...] era um prato feito não no dia a dia não, mas era uma vez por semana e até a minha a minha bisavó falava que contava pra gente que antigamente quando eles tinham vindo da polona que se não tivesse pierogi no domingo não era comemorado o domingo né se não tinha o pierogi [...] (IJS).

[...] representa uma comida típica polonesa né que a gente se criou comendo né e fazendo, experimento i i não são todos que gostam né os meus filhos um gosta de requeijão outro não gosta, então depende de quem gosta do requeijão também né, mas a gente foi criado a mãe sempre fazia né [...] (EOK).

[...] com a mãe [...] deu vontade faz [...] e quando em casa a mãe sempre fazia o doce né conhecia só o doce na verdade em casa né daí depois que eu casei o meu marido gosta do salgado daí eu disse a então vamo tem que aprende faze o salgado também né [...] (EOK).

[...] faço pierogue acho que faz uns 38 anos ou 40 por aí [...] aprendi com a minha mãe com a minha vó [...] (TW).

[...] com a minha mãe sim ... cultivei até hoje [...] até morre [...] (TW).

[...] gosto [...] amo, amo de faze amo de come amo demais [...] (TW).

[...] a eu gosto de tudo eles, sempre, pierogi qualque um deles [...] só que a gente não pode come muito de todos [...] mas como... como, como todas as semanas como [...] mas eu gosto de todos frito tanto frito como assado como cozido é cum, cum recheio de passas qualque pierogi [...] (TW).

[...] é que eu faço todas as semana, todas as semana eu faço daí a gente guarda no freezer aí quando qué come já tem...deixa sempre [...] mais consome todas as semana consome pirogi... chega uma visita põe no micro i daí come um pirogi quentinho [...] (TW).

[...] ele é um prato gostoso de come, a gente gosta né, ele é saboroso pode faze de várias maneira né, frito, cozido [...] assado também [...] (NLPW).

[...] nas residências também a gente usa muito em família [...] (NLPW).

[...] temos a gente faz sim seguidamente [...] não no momento que tu qué recebe uma visita que poco tem o hábito de come isso a gente tenta de faze até pra mostra [...] pra a pessoa experimentar né uma coisa diferente ne [...] (NLPW).

Desenvolvimento	<p>[...] você tem o leite né, digamos, você tem o leite que ele pode ser consumido. Mas e daqui a pouco, o leite azedou, o que dá para fazer? Dá pra fazer o requeijão, né... que por muitos, conhecido como a Ricota. Então, é aproveitar o produto da propriedade, lá né, da produção do leite, até sua última, né, instância. Eu diria então, foi no passado, com certeza, desta forma pensando... como nós vamos consumir o leite na hora que o leite azedá, né. A gente vai fazer o requeijão e vai consegui ainda fazer mais um derivado nobre, né, do leite que é o nosso pierogi [...] (JTD).</p> <p>[...] é e o que a gente observa assim a produção de leite é muito forte também no município né então assim pra quem produz uma quantidade maior de leite não é tão difícil assim e você sabe que se você fize o requeijão e não comercializar o leite você consegue agregar uma renda maior então não é difícil você chegar numa propriedade e dizer ó tal dia preciso de tantos quilos de requeijão [...] (JTD).</p> <p>[...] se tiver pierogi em algum evento vende-se tudo... vende-se para quem é da comunidade vende-se para quem vem de Fora [...] (SLU).</p> <p>[...] ainda só queria dizer que existem muitas entidades que pra a, a agrega renda pra a sustentabilidade de suas entidades pensam bá, mas, o que, que nós vamo faze, nós vamo vende pierogi e assim fazem, aí eles saem vende pierogi fazem o pierogi e obtem o lucro então é um é um é um prato assim consumido por a maioria da população guaraniense [...] (SLU).</p> <p>[...] mas na POLFEST passada nós fizemos sete mil pierogi foi tudo e faltou. [...] a procura foi grande e falto [...] então a Região tá conhecendo também e tão gostando [...] (LCR).</p> <p>[...] procura talvez difundi mais regionalmente porque o que que acontece hoje em dia o pierogi é produzido no município e consumido no município quando os visitantes vêm não temos feito pra vende pros outros municípios em outras ocasiões a não ser em festividades [...] (LCR).</p> <p>[...] é sempre produzido durante o ano inteiro [...] como ele é sempre produzido poderia se pensar em vende pra fora também [...] (LCR).</p> <p>[...] os visitantes por que a comunidade cada um fazia em casa então os visitantes quando vinham queriam o pierogi pra leva pra casa e pra</p>	<p>[...] não. Não consegue encontrar o pirogue. Creio eu que... eu acho, que na região... eu acho que nenhum restaurante... isso acaba atraindo bastante público e aí você conseguiria agregar um certo valor [...] (MH).</p> <p>[...] a gente pratica ideia de dia do pierogi a cada 60 dias e comercializa a ideia de algo próximo a duas mil unidades que são distribuídas na comunidade guaraniense [...] (LW).</p> <p>[...] melhor explorado do que é, como eu falei antes, até por ser hoje... eu considero como meio excêntrico porque é uma coisa bem diferente, né. Então eu acredito que de repente poderia ser explorado de uma maneira mais constante, mais frequente, mais produtiva. Eu acho que você conseguiria agregar mais valor se você tivesse uma divulgação maior, porque daí, você conseguiria ter aquela lei da oferta e da procura, né. Então, haveria uma maior procura pelo produto em si e que criaria uma certa espécie de marca, entende [...] (MH).</p> <p>[...] começa a empregar mais a culinária e fazer eventos mais seguidos e mais corriqueiros, né, na BRASPOL com esse tipo de venda de cartões e tudo mais porque tem procura pra isso, isso tem procura, né [...] (MH).</p> <p>[...] e se houve tipo divulgação na região. eu acho que seria interessante se você conseguisse criar mais algum evento do cunho tipo de POLFEST. Que, se sabe, você fala POLFEST, o pessoal na região sabe o que... que é, e vem. Se você cresce, começa a criar uma certa regularidade. Não o todo, sei lá... o primeiro final de semana de janeiro, vamo dizer lá em Guarani das Missões tem uma fera, tem um Festival da Gastronomia... exatamente, nesse sentido, tem um evento lá, gastronômico, né. E isso você acaba meio que... a população acaba meio que gravando isso daqui e vem, por que é também uma coisa muito esporádica, né, e realmente é bem diferente, né. Então, eu acho bem interessante, eu acho que tem condições de fazer isso aí sim, procura por esse tipo de evento [...] (MH).</p> <p>[...] nós temos mais nossa riqueza de material aqui é muito grande nós temos uma fartura de produtos gastronômicos aqui, incrível, nós temos muita coisa muita matéria-prima em abundância e diversidade se você quiser incrementar [...] (MH)</p> <p>[...] eu acho que teria condições de faze de se te algum restaurante típico polonês que servisse, por exemplo, por exemplo, comida típica diariamente</p>
-----------------	---	---

<p>consumi aqui [...] (ML).</p> <p>[...] na POLFEST isso não, não tinha quantidade que chegasse a gente não vencia a faze [...] (ML).</p> <p>[...] um festival do pierogi na Cracóvia e daí lá tem... é, diversos sabores daí é um buffet assim bem longo os recheios isso aqui tu pode faze salgado doce e daí pode faze diversos tipos de molhos [...] (EFZ).</p> <p>[...] não saem da festa sem come pierogi levá para casa [...] (IJS).</p> <p>[...] tem gente que já não faz mais em casa né então espera uma oportunidade pra pode compra quando tem alguém que tá vendendo [...] (EOK).</p> <p>[...] i daí eu faço encomendas vai pra Porto Alegre vai pra São Paulo vai pra muitos municípios de aqui do, do nosso Rio Grande... Encomenda, encomenda, pede para mim manda eles vem busca vem busca eles tem as família daí a família leva pra outra i assim vai, daí eles me ligam dois três dia antes pra mim consegui faze... isso, daí eles vem busca [...] (TW).</p> <p>[...] é mais por pessoas que vinham visita pessoas de fora né tem curiosidade de conhece o pirogi como ele é feito [...] (NLPW).</p> <p>[...] sim não eles levavam pra casa também [...] levavam hora que tavam indo embora passavam levavam cada um o seu sua provinha até pra quem fico em casa né pra prova [...] (NLPW).</p>	<p>em Guarani das Missões eu acho que teria condições, claro nesse mesmo molde que a BRASPOL tem não só a comida típica né porque tem gente que pode não apreciar né então a viabilidade econômica pode ser limitada ali né, mas eu acho que seria bem interessante acho que seria possível é possível né [...] (MH).</p>
---	---

Fonte: Elaboração da autora (2016).

O Quadro 2, relaciona as falas do grupo Residente na Polônia.

Quadro 2 - Falas da residente na Polônia.

Categorias	Residente da Polônia
Fatos Sociais e econômicos	[...] tem algumas datas que ele não pode faltar na mesa, por exemplo, na mesa da, da vigília que é a o jantar que é a ceia natalina o piroge é o elemento que faz parte da vigília [...] (NIK).
Legado Cultural Gastronômico	<p>[...] é, é o prato básico. É uma, é uma comida básica. Sempre na Polônia noé é, é o elemento da culinária preferido pelas crianças preferido pelas crianças [...] amam o piroge amam o piroge, então, dali se aprende a comer o piroge geralmente porque também o piroge te lembra a casa da vó noé, então as crianças é muito comum as crianças serem cuidadas pelas avós, eram agora já não tanto mas eram noé ou então a criança chegava da escola o alimento mais rapidinho que se tinha era o piroge. Então sempre a avó que tem lá prontinho e servem né, porque é muito rápido né. Então é, é, é o elemento preferido pelas crianças. Então o que se aprende a comer na infância que se leva para a vida toda [...] (NIK)</p> <p>[...] o piroge ele só deve ser cozido noé, então ele não existem invenções, a partir dali noé então ele é cozido na verdade se coloca uma água ferver noé ele é feito noé e pode ser guardado na geladeira e se tem isso sempre pronto pra toda a semana noé, por exemplo, e se coloca uma panela de água a ferver quando ela começa a ferver você coloca noé vai soltando, aquele como se fosse uns nhoque assim noé então e é muito rápido porque em um minuto ele sobe, quando ele sobe tá pronto se noé tira escoo e já coloca no prato né aí pode, então, dependendo do gosto você põe por cima, pode por uma nata uma coisa assim ou algum molho aí depende mas ele só assim é a forma popular de ser consumido noé [...] (NIK)</p> <p>[...] vem em segundo lugar [...] esse repolho fermentado [...] pros recheios aí se mistura pra dar um sabor, você pode misturar nesse repolho e é então o segundo recheio mais importante, é o repolho é o repolho com cogumelo noé, aqueles cogumelo do campo noé que são que são elementos super importante da culinária polonesa, se usa muito cogumelo também na culinária né é um sabor maravilhoso né esse recheio de piroge com com cogumelo eu eu é o meu preferido ele é muito bom [...] (NIK)</p> <p>[...] nossa tem as variações do, do piroge hoje eles começam a criar né então tem recheios com cenoura, com fruta, daí a fruta que que mais se usa pro recheio, bom pro doce né o piroge doce a variação em doce é essa do requeijão, que vem em primeiro lugar, em segundo lugar depois do requeijão é o recheio com ameixa preta né é então esse é o elemento né, depois tem outras outras frutas como a framboesa né tem outra, tem lá na Polônia existem muitas frutas agrestes, sabe que eles usam que são maravilhosas né atualmente são caríssimos caríssimos os pratos que são feitos com frutas agrestes [...] (NIK)</p> <p>[...] eu chequei bem na época da colheita né de uma das frutas [...] tudo já fazendo e armazenando né pra ter depois durante o inverno [...] (NIK)</p> <p>[...] sim então tem as o restaurante que é típico que serve o piroge noé [...] mas o piroge você vai [...] você vai lá a uma pierogarnia é pierogarnia noé são os restaurantes né os restaurantes são os ambientes né os locais que você vai pra pra come piroge [...] (NIK)</p> <p>[...] aqui você vai numa churrascaria noé você sabe que o prato principal lá vai se o churrasco, a carne, a carne no grill né, lá você vai na pierogarnia você sabe que vai te piroge de todos os tipos [...] sempre piroge está em todos os lugares ne [...] (NIK)</p>

Fonte: Elaboração da autora (2016).

A primeira parte da entrevista, além de ter como finalidade avaliar a gastronomia típica polonesa, também teve o objetivo de investigar os aspectos sociais e econômicos do município de Guarani das Missões/RS.

Partiu-se então a ordenar as falas relacionando-as com os objetivos da pesquisa através das categorias dispostas na tabela. As categorias foram elencadas a partir das palavras chave de cada objetivo. Após a tabela seguir-se-á com as discussões dialogando com base no referencial teórico.

3.1.1 Categoria “Fatos Sociais” e “Econômicos”

a) Sociedade Civil

Ao abordar sobre a questão se conhecem o pierogi as mulheres responderam que, ele é comercializado em vários eventos e que há envolvimento da comunidade na produção, das mulheres e, sobretudo das mães em uma perpetuação cultural. Elas expressam orgulho, motivação, alegria em saber fazer o pierogi.

[...] Festas da Comunidade pro Clube de Mães daqui aqui de Harmonia... í daí eu fazia pra BRASPOL daí eu vendia pra BRASPOL eu fazia pirogi [...] (TW).

[...] últimos dois eventos que nós tivemos que é um Encontro de Mulheres e a nossa POLFEST onde houve um consumo de aproximadamente dez quinze mil pierogi foram vendidos em dois eventos então é, é um prato nosso mesmo que as pessoas querem conhecer ele, ao degustar elas voltam a buscar e a consumir [...] (SLU).

SLU fala em “nossa POLFEST” revelando o sentimento de pertencimento, de identidade, de fazer parte de sua vida. Em geral as entrevistadas expressam signos, formam e reforçam fortes vínculos com os guaranienses, desenvolvendo laços de pertencimento, criando sentimentos de identidade cultural e significando as relações de família e de comunidade.

Como já são 13 edições da festa, tal manifestação cultural pode ser considerada um folclore, inclusive a reunião das mulheres para fazerem o pierogi. As mulheres se empenham na reprodução cultural, na produção e na distribuição. Há um mercado real de consumo, tanto durante os eventos municipais como os particulares. Tais procuras evidenciam um mercado real e potencial (nicho) que merece dedicação para maximizar sua expansão.

[...] *quiosque que sempre tem o pierogi aí tem alguns eventos é digamos **Clubes de Mães** que sempre fazem os pierogi não é em todas as festas sociais né são algumas, mas onde tem se vende tudo [...]* (SLU).

Se quando fazer o pierogi, “vende tudo”, como diz SLU, então ela sinaliza que há mercado latente para consumo. Se há falta de mão-de-obra e há procura, então a comunidade poderia mobilizar forças para implementar ações na esfera econômica para atender esse mercado e agregar valor financeiro para suas famílias.

[...] *e, pra quem vem de fora, né, o pierogi é uma referência. Quem vem para Festa aqui, por exemplo, POLFEST ou algum outro evento, mais assim...que tá presente, a gastronomia polonesa...não sai sem levar o pierogi [...]* (JTD).

Ao vender para “quem vem de fora” o produto está sendo enviado para fora do município fortalecendo o fenômeno do turismo. Está explícito que a POLFEST atrai pessoas de outras origens a esse destino festivo.

[...] *e como no município tem a festa típica polonesa a **POLFEST** como ocorreu esse ano inclusive e a gente já fez muito pierogi [...]* (LCR).

LCR revela que a comunidade de mulheres detém o saber e o fazer, com muita prática, para produzir pierogi. É perceptível que as mulheres conseguem se reunir e trabalhar juntas, em grupos. Isso quer dizer que elas sabem trabalhar em equipe, que há um sentimento comum de orgulho, de motivação, de confiança, de identidade que reina na comunidade. Ele é essencial para iniciar a sensibilização para profissionalizar, e de treinamento para agregar valor ao produto, com vistas a terem mais uma alternativa de renda para suas famílias.

[...] *daí o pierogi é mais nas **POLFEST** [...] agora inclusive tem grupos formados em cada colégio tem um **grupo de senhoras** que fazem que participam de faze os pierogi [...]* (ML).

Como a população de mulheres se mantém por mais tempo de vida, e se elas se dedicassem a fazer o pierogi o ano todo para ofertarem em eventos para outros municípios, provavelmente agregariam valor econômico, social e financeiro às suas vidas. Além de despertar interesse nos mais jovens em permanecer em seu lugar de origem por vislumbrarem melhor qualidade de vida, de trabalho e renda.

[...] *essa é a comida assim, ó a comida...mais o primeiro lugar é o pierogi nessas festas que tem em Guarani na **POLFEST**, ne [...]* (IUK).

[...] *da outra vez nós fizemos foi durante a **POLFEST** que também sempre fica pra **Casa Polonesa** pra manutenção [...]* (EOK).

A entrevistada (EOK) ao expor “[...] também fica pra Casa Polonesa [...]” quer dizer que o valor financeiro arrecadado por meio da venda de pierogi durante a POLFEST fica para a Casa Polonesa e é utilizado para a sua manutenção.

[...] *olha o pierogi para nós é o prato principal da etnia polonesa é o prato principal que é onde tem as **POLFEST as festa das comunidades clube de mães** daí é muito... sempre presente [...]* (TW).

[...] *é ele se faz presente nas festas é que tem as POLFEST né, em **comemoração de família**, i jantares tipo assim nos dias que a gente não pode come carne a gente pode usa ele como um alimento [...]* (NLPW).

[...] ***POLFEST i Festival do pirogi**...os dois que mais trabalham [...]* (NLPW).

[...] ***clube de mães**, concurso municipal [...]* (NLPW).

Observa-se que os entrevistados são unânimes em considerar que conhecem o pierogi e que ele é considerado o principal prato culinário das festas e encontros no município.

Identificou-se que as associações e instituições Clube de Mães, Casa Polonesa e BRASPOL promovem as principais ações e eventos em que o pierogi é produzido e comercializado. Dentre os eventos, o mais elucidado pelos entrevistados foi a POLFEST, seguindo do Encontro de Mulheres e Festas de Comunidades, em especial da Linha Harmonia no interior do município.

Os concursos são iniciativas para motivar a produção, a criatividade, a inovação e o consumo. Ações de políticas para promover o pierogi. Isso indica que as mulheres têm vontade para empreender e valorizar esse produto. Saberes que passam entre gerações, adaptações dos fazeres tradicionais, produto que está enraizado e que é palatável aos comensais da comunidade.

b) Representantes Institucionais - BRASPOL e Casa Polonesa

Os representantes institucionais da BRASPOL e da Casa Polonesa de Guarani das Missões assim ponderam sobre a apreciação e o consumo do pierogi como prato típico nas festas:

[...] também o envolvimento por parte do, de **grupos de mães** que existem aqui, né, em torno do município, e eles são... é feito e comercializado o pierogi, também em alguns eventos. Ele é, além da **POLFEST**, ele também é comercializado [...] (MH).

[...] se faz o dia do pierogi, o **festival do pierogi**, se comercializa pirogue [...] (LW).

O “Festival do Pierogi”, reforça sua identidade, memória e importância para a comunidade.

[...] na nona **POLFEST** a gente fez um espaço exclusivo pro Festival do pierogi e o pessoal comercializou, também naquele ano 8000 unidades, 4 grupos do clube de Mães com quatro tipos diferentes [...] (LW).

[...] Pierogi tem cunho importante social. Ele resgata o alimento mais fácil de produzir, de resgatar ... é fácil de fazer... [...] eu não sei fazer, mas eu sei que quem faz com muita naturalidade. E também tem o aspecto econômico, para fomenta a cultura as entidades do município precisam, talvez hoje, ele envolve toda essa necessidade. A gente usa, une o útil ao agradável e o financeiro com seu resultado positivo. O pierogi mantém a Casa dois três meses funcionando com suas despesas [...] (LW).

O entrevistado (LW) destaca a importância e a participação econômica/financeira do pierogi, uma vez que sua comercialização reverte em receita para a manutenção da Casa Polonesa, suprindo suas despesas durante alguns meses. Dessa forma, relaciona-se a atividade produtiva do pierogi ao pensamento de Oliveira (2002), pois sua comercialização traz incrementos positivos no produto e na renda, nesse caso da Casa Polonesa, visando satisfazer necessidades tais como: luz, água... fator esse que caracteriza sua participação no desenvolvimento.

Cabe salientar que os entrevistados destacaram que, durante as festividades da POLFEST, o pierogi é comercializado pelo grupo de Clube de Mães, no Festival de pierogi. Também fica evidente o envolvimento da BRASPOL e da Casa Polonesa nas atividades de comercialização desse prato culinário, durante a festa.

c) Residente na Polônia

A residente na Polônia se manifesta da seguinte forma:

[...] tem algumas datas que ele não pode faltar na mesa, por exemplo, na mesa da, da vigília que é o jantar, que é a ceia natalina. O pierogi é o elemento que faz parte da vigília [...] (NIK).

A entrevistada (NIK) relata que o pierogi faz parte da vigília e é servido no jantar da ceia natalina.

Para Colman e Nixon (1981 *apud* MONTORO FILHO, 1998), desenvolvimento econômico é um processo de aprimoramento em relação a um conjunto de valores almejavéis pela coletividade. É um conceito normativo avaliado de forma distinta pelas pessoas de uma mesma sociedade.

Desenvolvimento vem a ser um processo composto por diversos aspectos da vida humana, inclusive com dimensões culturais, assim, ao fazer parte da vigília e ceia natalina na Polônia, o Pierogi, auxilia na concretização dessas dimensões e amplia o conjunto de valores desejáveis pela sociedade (FRANTZ, 2003).

3.1.2 Categoria Cadeia produtiva e produção endógena

Em relação à cadeia produtiva e produção endógena, os sujeitos relatam que:

a) Sociedade Civil

Conforme (SLU) “só uma festa consumiu todo o requeijão produzido por uma família! E, a matéria-prima está disponível, tem produção nas famílias”. Isso corrobora ao fato de ser uma pequena bacia leiteira e que o requeijão agrega valor na produção do leite. O requeijão pode auxiliar a “puxar” a cadeia produtiva do leite, ou seja, para a sua produção, o agricultor precisará cultivar mais pasto, mais vacas, mais leite até chegar no requeijão para o recheio do pierogi.

[...] nós temos produtores que fornecem a matéria prima pra nós, por exemplo, pra POLFEST eu sei, por exemplo, a casa polonesa, ela adquiriu todo o requeijão de um pessoal do interior do município. Todo ele foi conseguido com uma família, comprado de uma família do interior [...] mas nós temos muita gente que vende requeijão. A matéria-prima nós temos disponível pra atender esta demanda [...] (SLU).

Segundo ML, há interesse dos agricultores em vender requeijão, como derivado de sua produção primária que é o leite. O requeijão agrega valor.

[...] na colonha. Mais os agricultor que tinham criação de vaca, vendiam o leite já quando vinha se aproximando essas festa das POLFEST, já eles fabricavam o requeijão pra vende naquela semana [...] (ML).

[...] o ovo vem do interior, dum que tem lá a granja de ovos lá, né, na Bom Jardim [...] e o requeijão a gente compra dos agricultores [...] é a base de sessenta a setenta quilos de requeijão que vai aqui nessa massa de cinco mil pierogi [...] vai comprando de umas três, quatro família ... [...] (IUK).

Segundo IUK, os ingredientes fornecidos por 3 a 4 famílias da Linha Bom Jardim, interior do município, foram para fazer 5.000 unidades de pierogi. Cooperação entre os produtores, relação de confiança, de interesse na renda, de programar a produção para as próximas festas, tudo está na memória do sistema social, dos sujeitos, e, como isso impacta e interfere na vida deles, caracteriza-se como um “fato social” repetitivo, esperado, enraizado.

[...] a gente tenta sempre varoliza os da comunidade né do local né pega sempre aqui do lugar [...] (NLPW).

NLPW reforça o interesse da comunidade em privilegiar os ingredientes fornecidos pelos produtores locais. Isso contribui para distribuir renda, elevar a autoestima, incentivar para melhorar o produto.

b) Representantes Institucionais - BRASPOL e Casa Polonesa

*[...] a gente até procura consumir todo, tudo que é produzido, tudo dentro do município. Então nós pegamos os ovos, são catados no interior, até porque, esses ovos coloniais dá uma massa mais gostosa, são mais amarelinhos... deixo dentro, né, deixa mais gostoso. O leite também é feito pelos produtores daqui, né. A **única coisa que de repente, pode vim de fora, que não tem muito aqui, não tem mais moinhos, é a farinha.** Assim, então, tipo a farinha pode ser.... mas o resto toda ela.. tudo é daqui, toda ela é da região do município, na verdade toda ela do município.... exatamente, até como incentivo, como **fazer um pierogi legítimo Guaraniense totalmente de Guarani** [...] (MH)*

Apesar do Município não possuir moinhos para a fabricação da farinha de trigo, indica-se a possibilidade de fazer uma parceria com o moinho de Cerro Largo, município limítrofe de Guarani das Missões, visando expandir e concretizar parcerias de confiança com fornecedores do entorno e dessa forma auxiliar para a permanência dos recursos econômicos na região e para a manutenção do emprego renda.

MH salienta em sua fala, o “fazer um pierogi Guaraniense, totalmente de Guarani das Missões”, dessa forma, pode-se relacioná-la ao pensamento de Buarque (2006), o qual apresenta o desenvolvimento local como um processo que

inicia na comunidade, por meio da organização da mesma, utilizando as potencialidades existentes, por meio de ações sólidas, aproveitando as transformações ocorridas por esse processo e convertendo-as em objetivo comum, efetivando dessa forma o desenvolvimento.

[...] O principal ingrediente é o requeijão. Então, ele, a manteiga, eles são frutos da produção local. A gente conclama quem tem na comunidade. Alguém fica responsável de manter o contato, a gente sabe aqueles que produzem costumeiramente as pessoas fornecem [...] (LW).

[...] a manteiga e o requeijão, o leite... também são frutos de produtores dentro de um padrão razoável de higiene... vai em busca dos produtores [...] (LW).

LW fala do sentimento de responsabilidade e do comprometimento em convocar os produtores locais para fornecerem o requeijão e a manteiga. Fazem esforços para manter tais costumes por entender a importância da produção local.

De acordo com as respostas dos grupos Sociedade Civil e representantes institucionais – BRASPOL e Casa Polonesa, os produtos endógenos em especial o leite, os ovos, o requeijão e a manteiga, utilizados na confecção do pierogi provêm dos produtores locais, fato que caracteriza sua endogenia.

Por meio das falas dos entrevistados, identifica-se que a endogenia acontece de forma real e efetiva, pois a comunidade guaraniense organiza-se para adquirir os produtos locais e há a participação ativa da mesma com vistas a atingir o bem-estar cultural, social e econômico, utilizando as potencialidades, ampliando os horizontes e efetivando o desenvolvimento endógeno (VASCONCELLOS e GARCIA, 1998; SEN, 2010; BARQUERO, 2001; BUARQUE, 2006).

Para melhor contextualizar o desenvolvimento endógeno guaraniense, destaca-se Barquero (2001, p. 98):

A atividade econômica, social e institucional está baseada nas relações entre indivíduos, empresas e organizações, razão pela qual pode ser identificada uma grande variedade de redes. Assim, existem as redes pessoais e as redes que as empresas estabelecem com os agentes do entorno próximo e que se caracterizam por apresentar relações informais ou, mais precisamente, casuais e, às vezes, comerciais. Os sistemas produtivos locais, por outro lado, constituem um tipo especial de rede, marcado pelo forte enraizamento no território e pela manutenção de relações comerciais baseadas sobretudo na confiança. Além disso, nas últimas décadas, proliferaram os acordos e as alianças entre empresas cujas relações se distinguem por ter um caráter contratual.

As redes constituídas pelo sistema produtivo local guaraniense contribuem para a ampliação do emprego, do produto e da renda local/regional gerada pela atividade econômica do pierogi, corroborando com o pensamento do autor acima.

3.1.3 Categoria Legado Cultural Gastronômico

Os sujeitos desta pesquisa quando questionados sobre a importância do pierogi para a cultura polonesa afirmam que:

a) Sociedade Civil

Por meio das falas, as entrevistadas confirmam a presença do pierogi nas famílias polonesas do Município desde os tempos de infância até os dias atuais, principalmente nos finais de semana, destacam que seu aprendizado perdura por gerações, a exemplo de ML que aprendeu com sua mãe e vó, assim como EOK que salienta lembrar de ter “se criado” comendo e fazendo pierogi, pois sua mãe sempre fazia; reafirmam ainda a importância dada pela população guaraniense a esse prato culinário, o qual é considerado um luxo, conforme SLU, e o orgulho em servi-lo ao receber visitas, como evidencia NLPW.

[...] é importante salientar, assim, que muitas famílias...né.. aqui principalmente, assim.. mais, ligadas a cultura polonesa...que não é na totalidade! Hoje a gente já tem, né, várias outras etnias que fazem parte aqui, dentro do município de Guarani das Missões, mas, realmente o pirogue é algo que faz parte. Está praticamente presente em muitas famílias, nos pratos do dia a dia, principalmente nos finais de semana, porque não dizer um pierogi com leite condensado, uma massa bem boa, feita com uma canela, aí...para dar esse sabor diferente é muito gostoso! [...] (JTD).

[...] é bom destacar também que retomando lá no passado a questão do pirogi, ela iniciou em função de que era necessário servir algum prato para os visitantes. Na época não se tinha geladeira, não se tinha freezer, não se tinha a carne que, além de ser cara, não era comum as pessoas ter uma carne moída. Então, tendo requeijão na casa e que é difícil de estragar, o pessoal começou de introduzir isso e, aos poucos, fomos vendo que isso era uma cultura da, da, da etnia polonesa. E, com essa introdução do pirogi, isso foi se desenvolvendo... e hoje nós temos esse pirogi como um luxo, como uma comida típica porque você pode. Em qualquer outra região, mesmo no estado ou aqui nas nossas proximidades, ninguém te oferece um pirogue pra come! Mas nós em Guarani temos o nosso pirogue e oferecemos porque sabemos que as pessoas vêm para cá para experimentar, para degustar o pirogue [...] (SLU).

[...] **eu aprendi com a minha avó e com a minha mãe e o pirogue era feito assim de diversas épocas.** Mas principalmente a gente fazia ou cozido na época de jejum e abstinência que não se comia carne...aí o pierogi substitua muita a carne e o alimento do dia a dia porque geralmente era sexta-feira, abstinência de carne, ...e isto era um alimento forte ne [...] (ML).

[...] era um prato feito não, no dia a dia não... mas, era uma vez por semana e até a minha a minha bisavó falava que contava pra gente que antigamente, quando eles tinham vindo da Polônia que **se não tivesse pierogi no domingo não era comemorado o domingo né...se não tinha o pierogi!** [...] (IJS).

[...] **representa uma comida típica polonesa né...que a gente se criou comendo né...fazendo, experimentando** i i não são todos que gostam né... os meus filhos, um gosta de requeijão, outro não gosta ...então, depende de quem gosta do requeijão também né, mas a gente foi criado e **a mãe sempre fazia né!** [...] (EOK).

[...] ele é um prato gostoso de come.. a gente gosta né.. tem ele! É saboroso, pode fazer de várias maneira, né, frito, cozido i... assado também [...] (NLPW).

[...] **nas residências também a gente usa muito em família** [...] (NLPW).

[...] temos, a gente faz sim, seguidamente... não **no momento que tu qué, recebe uma visita que poco tem o hábito de come isso, a gente tenta de fazer até pra mostra.... pra pessoa experimentar né...uma coisa diferente né!** [...] (NLPW).

b) Representantes Institucionais - BRASPOL e Casa Polonesa

Os representantes institucionais da BRASPOL e da Casa Polonesa, MH e LW respectivamente, reafirmam a feitura do pierogi nas famílias e nas residências de Guarani das Missões. LW considera o pierogi o alimento mais resgatado e praticado no Município, o que lembra as descendências familiares e representa “o que o polonês consumia”. Ao informar que sua sogra produz, LW reafirma a feitura desse prato pelas mulheres, assim entende-se serem elas as detentoras de tal conhecimento.

[...] em casa as pessoas fazem. Fazem...o pierogi é feito, é um hábito familiar, o pierogi...ele é feito ainda dentro das casas das pessoas.. aqui ele é feito [...] (MH).

[...] naquilo que mais é resgatado, mais praticado.. o pierogi, na minha opinião, é que vence ou leva esse destaque [...] (LW).

[...] O pirogue, talvez em Guarani das Missões, hoje, para a comunidade guaraniense seja o alimento típico polonês, mais resgatados ou mais lembrado dos antepassados...aquele que na residência é feito na atividade da sociedade, é feita, é comercializado, é distribuído, é vinculado uma forma de resgata aquilo que o polonês consumia...[...] (LW).

[...] a minha sogra então, ela produz, digamos que mensalmente, quinzenalmente a atividade do pierogi [...] (LW).

[...] hoje a casa polonesa, a sociedade cultural guaraniense trabalha de forma social vinculando resgate típico alimento pierogi de forma junto econômica, financeira [...] (LW).

c) Residente na Polônia

[...] é, é o prato básico, é uma..é uma comida básica, sempre na Polônia, né, é...é o elemento da culinária preferido pelas crianças, preferido pelas crianças [...] amam o piroge, amam o piroge então dali se aprende a comer o pirogi geralmente porque também o piroge te lembra a casa da vó né. Então as crianças...é muito comum as crianças serem cuidadas pelas avós. E agora já não tanto, mas, eram né, ou então a criança chegava da escola...o alimento mais rapidinho que se tinha era o piroge...então sempre a avó, que tem lá prontinho e servem, né...porque é muito rápido, né, a servir então..é, é, é o elemento preferido pelas crianças Então, o que se aprende a comer na infância que se leva para a vida toda [...] (NIK).

[...] o pirogi, ele só deve ser cozido, noé, então ele, não existem invenções a partir dali no. Então ele é cozido, na verdade se coloca uma água ferver, noé, ele é feito noé. E pode ser guardado na geladeira e se tem isso sempre pronto pra toda a semana, por exemplo, e se coloca uma panela de água a ferver. Quando ela começa a ferver, você coloca, vai soltando aquele como se fosse uns nhoque, assim, noé. Então.. e é muito rápido porque em um minuto ele sobe Quando ele sobe tá pronto, se noé.. tira, escoo e já coloca no prato, né...aí pode então, dependendo do gosto, você põe por cima. Pode pôr uma nata, uma coisa assim ou algum molho... aí depende, mas ele..só assim é a forma popular de ser consumido, noé [...] (NIK).

Dessa forma, através das respostas dos entrevistados dos três grupos: Sociedade Civil, Representantes institucionais - BRASPOL e Casa Polonesa e Residente na Polônia, percebe-se que o pierogi é importante e tem lugar de destaque, estando sempre presente na mesa das famílias. Para os entrevistados de Guarani das Missões, ele é o alimento típico mais resgatado, lembrado e representativo da gastronomia típica polonesa. Quanto a sua produção tanto no município quanto na Polônia, converteu-se em conhecimento empírico, pois passa de geração para geração.

Para contextualizar, citam-se como referência os pensamentos de Cherini (2007) no item 1.3 e Piper e Fremming (2013, p. 3):

[...] os hábitos alimentares de um povo denotam entre as cores e sabores outros valores que são de caráter social tais como: religião, etnia e história, fortalecendo a ideia de pertencimento do lugar, que contribui para reforçar a identidade de um povo e a abrangência da relação alimentação/cultura. Ou seja, não se restringem somente aos processos de manipulação dos alimentos a serem ingeridos, junto a eles estão os modos à mesa, bem

como os locais e as maneiras com que a degustação ocorre, fazendo com que o complexo fenômeno alimentar humano tenha marcas de mudanças sociais, econômicas e tecnológicas.

A gastronomia é a arte de criar receitas através de matérias primas, com hábitos locais, vivências históricas e heranças culturais. É cada vez mais uma fonte de conhecimento da cultura e de manter a identidade de um povo os quais variam de região para região. Nesse contexto, o pierogui é o exemplo típico e principal do Município de Guarani das Missões.

3.1.4 Categoria Desenvolvimento

Na categoria desenvolvimento, os entrevistados relataram que:

a) Sociedade Civil

[...] você tem o leite né. Digamos, você tem o leite que ele pode ser consumido, mas...e daqui a pouco o leite azedou..o que dá para fazer..dá pra fazer o requeijão né, que é por muitos conhecidos como a ricota. Então, é aproveitar o produto da propriedade lá, né... da produção do leite até sua última, né, instância... Eu diria, então, foi no passado com certeza, desta forma pensando... como nós vamos consumir o leite. Na hora que o leite azedá, né... a gente vai fazer o requeijão e vai consegui ainda fazer mais um derivado nobre, né, do leite, que é o nosso pierogi [...] (JTD).

A entrevistada (JTD) salienta que o requeijão é uma forma de aproveitamento do leite, que teve início em tempos passados quando não existia a refrigeração dos produtos e que havia necessidade de reaproveitar o leite quando este azedar. Dessa forma, pode-se trazer ao contexto o pensamento de Schumpeter (*apud* NAZZARI; REULE; LAZZAROTTO, 2005), o qual atribui o desenvolvimento as transformações dos processos econômicos determinados pelas inovações que rompem o estado de equilíbrio, ou seja, pela introdução de novos métodos produtivos e produtos, abertura de mercados e pela descoberta de inovações como fontes de matérias primas. A utilização do requeijão como matéria-prima no recheio do pierogi, caracteriza a descoberta de inovações.

[...] é...e o que a gente observa, assim, a produção de leite é muito forte também no município, né...então, assim, pra quem produz uma quantidade maior de leite não é tão difícil assim, e você sabe que se você fize o requeijão e não comercializar o leite, você consegue agregar uma renda

maior,...então, não é difícil você chegar numa propriedade e dizer: ó tal dia preciso de tantos quilos de requeijão [...] (JTD).

JTD destaca que o município possui elevada produção leiteira, o que aumenta o fluxo de renda dos produtores, ao transformar o leite em requeijão, incrementa a quantidade de bens e serviços dessa comunidade, corroborando com a ideia de Furtado (*apud* OLIVEIRA, 2002).

[...] procura, talvez, difundi mais regionalmente porque o que, que acontece hoje em dia, o pierogi é produzido no município e consumido no município. Quando o visitante vem, não temos feito pra vende pros outros municípios, em outras ocasiões a não ser em festividades [...] (LCR).

[...] é sempre produzido durante o ano inteiro [...] como ele é sempre produzido, poderia se pensar em vende pra fora também [...] (LCR).

[...] os visitantes... por que a comunidade, cada um fazia em casa... então, os visitantes, quando vinham, queriam o pierogi pra leva pra casa e pra consumi aqui [...] (ML).

[...] não saem da festa sem come pierogi, levá para casa [...] (IJS).

[...] ainda só queria dizer que existem muitas entidades que pra a, a agrega renda pra a sustentabilidade de suas entidades pensam bá, mas, o que, que nós vamo faze, nós vamo vende pierogi e assim fazem, aí eles saem vende pierogi fazem o pierogi e obtem o lucro então é um é um é um prato assim consumido por a maioria da população guaraniense [...] (SLU).

Em Guarani das Missões, o pierogi além de ser considerado um alimento que representa a cultura polonesa, também colabora com o desenvolvimento de atividades lucrativas de entidades e congregações comunitárias, desempenhando importante papel no desenvolvimento da sociedade local.

b) Representantes Institucionais - BRASPOL e Casa Polonesa

[...] melhor explorado do que é, como eu falei antes, até por ser hoje, eu considero como meio excêntrico, porque é uma coisa bem diferente, né...então, eu acredito que, de repente, poderia ser explorado de uma maneira mais constante, mais frequente, mais produtiva. Eu acho que você conseguiria agregar mais valor se você tivesse uma divulgação maior, porque daí você conseguiria ter aquela lei da oferta e da procura, né... então, haveria uma maior procura pelo produto em si e que criaria uma certa espécie de marca entende [...] (MH).

[...] começa a empregar mais a culinária e fazer eventos mais seguidos e mais corriqueiros, né, na BRASPOL, com esse tipo de venda de cartões e tudo mais porque tem procura pra isso, isso tem procura, né [...] (MH).

[...] nós temos mais nossa riqueza de material, aqui é muito grande...nós temos uma fartura de produtos gastronômicos, aqui incrível, nós temos muita coisa, muita matéria-prima...em abundância e diversidade se você quiser incrementar [...] (MH).

[...] eu acho que teria condições de fazer de se ter algum restaurante típico polonês que servisse, por exemplo, por exemplo, comida típica diariamente em Guarani das Missões. Eu acho que teria condições, claro, nesse mesmo molde que a BRASPOL...tem não só a comida típica, né porque tem gente que pode não apreciar, né...então, a viabilidade econômica pode ser limitada ali né. Mas eu acho que seria bem interessante, acho que seria possível. É possível, né [...] (MH).

Quanto à categoria desenvolvimento, os entrevistados consideram que há possibilidade da ampliação da comercialização do pierogi tanto interna, como externa, regionalizando a venda, diversificando os recheios com frutas e outros produtos locais bem como se necessita intensificar os eventos que incentivam e divulgam o consumo do pierogi.

Nesta perspectiva e possibilidades verbalizadas pelos entrevistados, corrobora-se com Portuguese, Seabra e Queiroz (2012), Martins (2004), item 1.1.2; Barquero (2001); Buarque (2006) item 1.1.3.

Ao evidenciarem que a realidade da produção e consumo do pierogi percorre séculos e, portanto, segue moldando um recorte da realidade sociocultural guaraniense,

produzindo mitos, fantasias, paixões, violências e políticas. Portanto, para tratar da realidade é preciso deixar explícitos os elementos e os nexos principais que conduzem a lógica do desenvolvimento hegemônico e de qual desenvolvimento se pretende discutir (PORTUGUEZ; SEABRA; QUEIROZ, 2012).

Mas, não tão somente sociocultural, como também econômica, pois o desenvolvimento social e cultural não exclui o econômico e vice-versa. Assim, auxilia em tal compreensão situando o desenvolvimento como um efeito de desenvolver-se, irrestrito ao crescimento, aumento e progresso, mas como um estágio econômico, social ou político de uma comunidade de altos índices de rendimento dos fatores de produção a partir dos recursos natural, capital e trabalho.

3.2 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS INGREDIENTES DA RECEITA DO PIEROGI

A partir dos dados provenientes da pesquisa, elaborou-se uma tabela para identificar quais os ingredientes da receita do pierogi doce frito caracterizam-se como produto endógeno e contribuem na cultura local (Tabela 2).

Tabela 2 - Demonstrativo dos ingredientes endógenos da receita do pierogi doce frito.

Ingredientes	Produtos endógenos	Produtos não endógenos
Farinha de trigo		X
Açúcar de baunilha		X
Leite	X	
Açúcar refinado		X
Margarina		X
Cachaça		X
Fermento em pó		X
Ovos	X	
Ricota (requeijão)	X	
Canela		X
Sal		X

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Observa-se que dos 11 ingredientes, 3 são considerados endógenos, pois são produzidos e participam integralmente da cultura no local pesquisado. São eles: o leite, ovos e o requeijão. Embora em Cerro Largo, cidade vizinha, há um moinho de farinha, não foi considerado pelo fato da pesquisa restringir--se apenas ao município de Guarani das Missões. Vale lembrar que, entre as falas dos entrevistados, selecionou-se aquela que expressou e afirmou com maior clareza que a receita do pierogi doce frito é a versão mais produzida e consumida em Guarani das Missões.

[...] proporcionalmente, percentualmente falando, o piroge frito doce é o mais comercializado... em torno de 70% do consumo em qualquer lista de pedido que você vai fazer, em qualquer ideia de distribuição de que você vai fazer, em qualquer evento que você vai produzir hoje [...] (LW).

Embora se utilize azeite ou banha de porcos para realizarem as frituras, e existir no município produção de aguardente, não foi possível dimensionar a quantidade desses ingredientes. Por isso, na sequência estão representados em tabelas o levantamento de dados do leite, dos ovos e do requeijão (Tabela 3), contabilizando 19 anos de produção.

Tabela 3 - Quantidade de ovos/dúzias e leite/litros produzidos em Guarani das Missões/RS, entre o período de 1996 a 2014.

Quantidade ano	Período/ano	QtDs ovos/dúzias	QtDs leite/litros
1	1996	230.000	7.580.000
2	1997	201.000	7.100.000
3	1998	201.000	7.100.000
4	1999	200.000	7.050.000
5	2000	201.000	7.080.000
6	2001	200.000	7.100.000
7	2002	184.000	6.932.000
8	2003	185.000	6.934.000
9	2004	204.000	7.170.000
10	2005	210.000	6.500.000
11	2006	215.000	7.500.000
12	2007	250.000	9.000.000
13	2008	241.000	9.060.000
14	2009	193.000	9.022.000
15	2010	193.000	9.038.000
16	2011	188.000	8.971.000
17	2012	188.000	9.101.000
18	2013	120.000	10.500.000
19	2014	130.000	11.000.000
	Total	3.734.000	153.738.000

Fonte: IBGE (2016).

Os dados mostram que a maior produção de ovos foi no ano de 2007, a partir de então, a produção se manteve em declínio até 2014, quando resultou em 130.000 dúzias de ovos naquele ano.

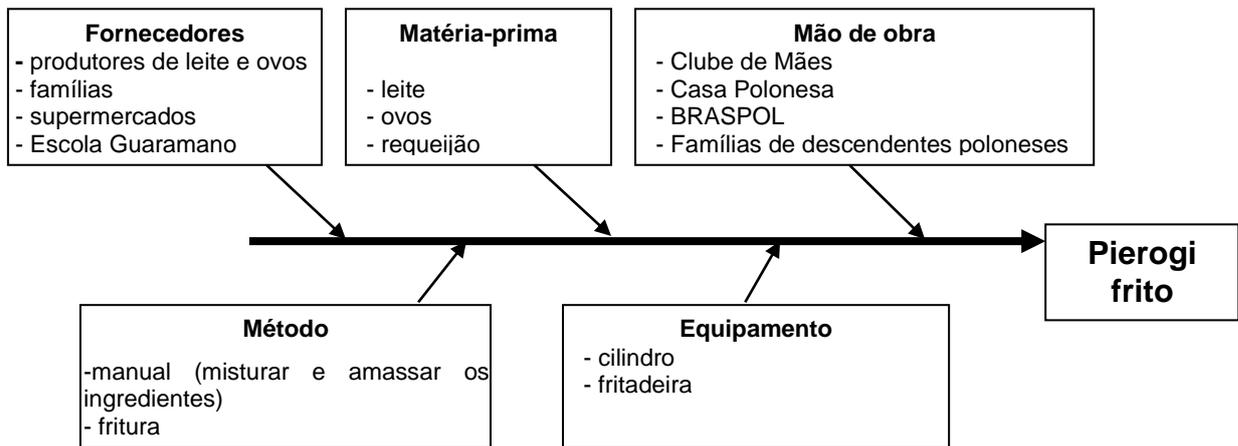
Observou-se que a produção de leite teve um aumento de produção em todos os anos considerados nesse período.

Salienta-se que o ingrediente endógeno ricota (requeijão) não foi demonstrado separadamente, devido sua matéria prima principal ser o produto endógeno leite e dessa forma estar incluso no demonstrativo da tabela 3.

3.3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DA CADEIA PRODUTIVA DOS INGREDIENTES ENDÓGENOS DO PIEROGI FRITO

Cadeia produtiva é o “conjunto de atividades/elos que se articulam progressivamente [...] incluindo insumos básicos, bens de capital, bens intermediários, distribuição e comercialização de importância e peso variável, porém, de modo extremo, interconectados” (MDIC, 2002, p. 3). A figura 3 representa a cadeia produtiva dos produtos endógenos do pierogi doce frito: leite, ovos e requeijão.

Figura 3 - Cadeia produtiva dos produtos endógenos – leite, ovos e requeijão – Pierogi frito.



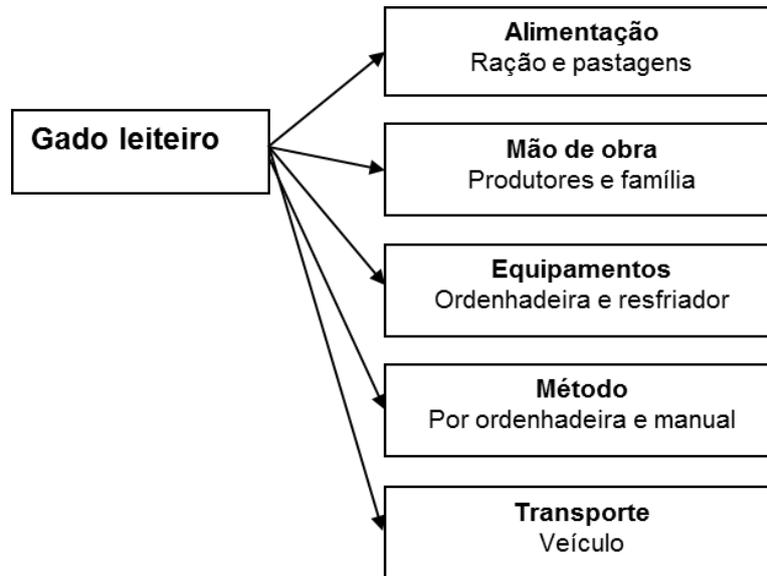
Fonte: Elaborado pela autora (2016).

No desenvolvimento da cadeia produtiva do pierogi considerou-se a existência de várias subcadeias, porém, serão consideradas somente duas subcadeias: do leite e do ovo, por terem sido identificadas como cadeias de ingredientes endógenos relevantes para a economia local. Salienta-se que o requeijão é derivado da subcadeia do leite.

Subcadeia do leite

A figura 4 representa a subcadeia da bacia leiteira cuja alimentação tem como base a cana de açúcar, o milho, a mandioca e a aveia, entre outros e tem como produtos resultantes, o leite e o requeijão.

Figura 4 - Subcadeia da bacia leiteira.

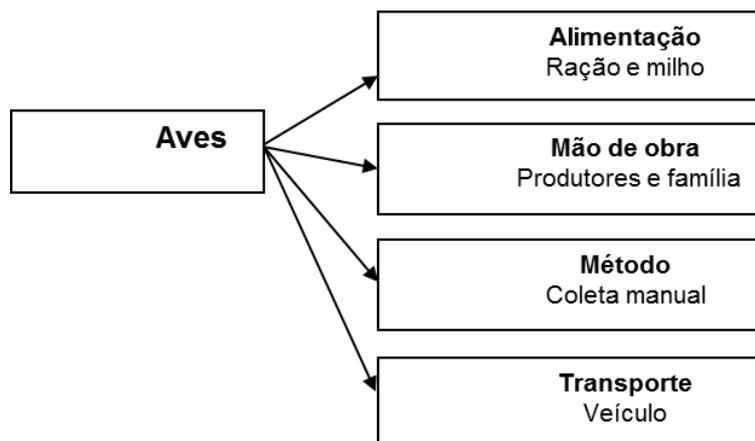


Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Subcadeia dos ovos

A figura 5 representa a subcadeia avícola, proveniente da criação de aves para a produção de ovos.

Figura 5 - Subcadeia avícola.



Fonte: Elaborado pela autora (2016).

As subcadeias remanescentes constituídas pelos demais ingredientes da receita do pierogi frito como: farinha de trigo, sal, açúcar, margarina, cachaça, fermento em pó e canela, não serão apresentadas por não serem endógenas, porém salienta-se que são adquiridas em supermercados do município de Guarani das

Missões/RS, contribuindo dessa forma para o fomento da geração de emprego e renda.

3.4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DA PRODUÇÃO DO PIEROGI DOCE FRITO

Com base nos dados numéricos obtidos através de informações fornecidas por municípios e entidades representativas, estruturaram-se tabelas para demonstrar a produção de pierogi realizada pelas principais entidades envolvidas, bem como, pelas famílias de descendentes poloneses do município da zona urbana, na produção, comercialização e consumo do pierogi.

A tabela 4 demonstra a produção de pierogi doce frito realizada pela entidade representativa Clube de Mães, nos anos de 2015/2016 no Encontro de Mulheres e Jantar típico Polonês (Comunidade Linha Harmonia).

Tabela 4 - Produção do pierogi doce frito Clube de Mães (2015/2016).

Evento	Ano	Qtds/unid.	Pierogi doce frito/unid.
Encontro de Mulheres	2016	800	560
Jantar típico Polonês(Comunidade Linha Harmonia)	2015/2016	1.900	1.330
Total		2.700	1.890

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Verificou-se que foram produzidas 1.890 unidades de pierogi doce frito correspondente a 70% da produção total.

Convém ressaltar que o Clube de Mães é responsável pelo Festival do Pierogi evento de relevância para esse estudo, porém não foi possível considerá-lo, pois no ano de 2016 quem assumiu a organização do evento foi à Casa Polonesa, ficando o Clube de Mães responsável pelo envolvimento com o Encontro de Mulheres.

Em relação à POLFEST, salienta-se que esse evento não se realizou em 2015 e que fica a critério da Prefeitura Municipal de Guarani das Missões sua realização, podendo ser a cada ano ou a cada dois anos.

A tabela 5 apresenta a produção de pierogi doce frito realizada pela entidade representativa Casa Polonesa, nos anos de 2015/2016 nos eventos: POLFEST e Pierogiadas.

Tabela 5 - Produção do pierogi doce frito Casa Polonesa (2015/2016).

Evento	Ano	Qt ds/unid.	Pierogi doce frito Unid.
POLFEST	2016	6.000	4.200
Pierogiadas	2015	18.000	12.600
	2016	18.000	12.600
Total		42.000	29.400

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Constatou-se que a produção de pierogi doce frito totalizou 29.400 unidades as quais representam 70% da produção total.

Para melhor explicar a tabela 5, destaca-se que as quantidades de pierogi doce frito pertencentes ao evento Pierogiadas, são provenientes da informação do presidente da Casa Polonesa:

[...] a gente pratica ideia de dia do pierogi a cada 60 dias e comercializa a ideia de algo próximo a três mil unidades de pierogi que são distribuídas na comunidade guaraniense [...] (LW).

Dessa forma, as quantidades pertencentes a esse evento provêm do seguinte critério: 3.000 unidades produzidas por bimestre, sendo 6 bimestres no ano, temos 18.000 dos quais 70% pierogi doce frito, obtêm-se 12.600 unidades de pierogi doce frito produzidas a cada ano conforme tabela 5.

A tabela 6 exhibe a produção de pierogi doce frito realizada pela entidade BRASPOL, nos anos de 2015/2016 na POLFEST.

Tabela 6 - Produção do pierogi doce frito BRASPOL (2015/2016).

Evento	Ano	Qt ds/unid.	Pierogi doce frito /Unid.
POLFEST	2016	8.000	5.600
Total		8.000	5.600

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

O total de pierogi doce frito produzidos pela BRASPOL, durante a POLFEST do ano de 2016, foi de 5.600 unidades. Além deste evento, as falas a seguir evidenciam que ele também está presente entre outros fatos sociais e se materializam durante as expressões culturais e na produção econômica do município.

[...] em casa as pessoas fazem, fazem,... o pierogi é feito, é um hábito familiar o pierogi. Ele é feito ainda dentro das casas das pessoa, aqui ele é feito [...] (MH).

[...] a minha sogra então, ela produz digamos que mensalmente, quinzenalmente a atividade do pierogi [...] (LW).

[...] aqui, dentro do município de Guarani das Missões. Mas, realmente o pirogue é algo que faz parte... está praticamente presente em muitas famílias nos pratos do dia a dia principalmente nos finais de semana [...] (JTD).

[...] mas, até hoje nós consumimos o pierogi em casa que é uma comida assim... saborosa, gostosa, servida com chimarrão na hora do lanche, na hora do chá, qualquer hora ele é bom! [...] (SLU).

[...] fazemos o pirogue... como também em casa... a gente faz na família, né! [...] (IUK).

[...] era um prato feito, não no dia a dia não, mas era uma vez por semana e até a minha... a minha bisavó falava que contava pra gente que antigamente, quando eles tinham vindo da Polônia, que se não tivesse pierogi no domingo, não era comemorado o domingo, né... se não tinha o pierogi [...] (IJS).

[...] mais pra final de semana, né... era um prato mais pra final de semana [...] (EOK).

[...] é que eu faço, todas as semana..., todas as semana eu faço... daí a gente guarda no freezer. Aí, quando que come, já tem...sempre [...] mais consome todas as semana... consome pierogi [...] chega uma visita, põe no micro i daí come um pierogi quentinho [...] (TW).

[...] nas residências também, a gente usa muito em família [...] (NLPW).

Para poder representar a produção do pierogi nas famílias de descendência polonesa de Guarani das Missões/RS, partiu-se dos dados coletados junto ao cadastro de IPTU da Prefeitura Municipal desse município. Onde a informação foi de que existem 2.764 domicílios urbanos, dos quais 58,5% são de residências de moradores com descendência polonesa. Dessa forma: $2.764 \times 58,5\% = 1.617$ residências.

Como através das entrevistas não foi possível identificar quantas vezes no mês cada família produz o pierogi, normatizou-se uma vez no mês por residência de poloneses. Então: $1.617 \times 12 = 19.403$ produções por ano.

Sabendo que cada receita produz uma porção de 50 pierogi, têm-se $19.403 \times 50 = 970.164$ unidades de pierogi no ano.

Ao identificar que da produção total do pierogi 70% corresponde ao pierogi doce, temos: $970.164 \times 70\% = 679.115$ unidades de pierogi doces no ano.

Considerando os anos de 2015/2016 então: $679.115 \times 2 = 1.358.230$ unidades de pierogi doce.

A tabela 7 mostra a produção de pierogi doce frito realizada pelas residências de famílias com descendência polonesa, nos anos de 2015/2016.

Tabela 7 - Produção do pierogi doce frito residências de descendentes (2015/2016).

Residências	Ano	Qt ds/unid.	Pierogi doce frito - Unid.
	2015	970.164	679.115
	2016	970.164	679.115
Total		1.940.400	1.358.230

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Desta maneira tem-se um total de 1.358.230 unidades de pierogi doce frito produzidos durante os anos de 2015 e 2016.

A tabela 8 apresenta o total da produção do pierogi doce frito nos anos de 2015/2016, nos principais eventos comunitários, comemorativos e em residências de descendentes poloneses de Guarani das Missões/RS.

Tabela 8 - Total da produção do pierogi doce frito (2015/2016).

Entidades	Pierogi doce frito - Qt ds/unid.
Clube de Mães	1.890
Sociedade Cultural Guaraniense – Casa Polonesa	29.400
BRASPOL	5.600
Famílias descendentes de poloneses (Tabela 8)	1.358.230
Total	1.395.120

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Identificou-se na tabela 8 que em dois anos 2015/2016, foram produzidas aproximadamente 1.395.120 unidades de pierogi doce frito pelas entidades representativas e famílias de descendentes poloneses. Sendo que a quantidade que mais representou esse total está na produção realizada nas famílias de descendentes poloneses.

Para dar sequência às análises faz-se necessário transformar a quantidade total de pierogi doce frito em quantidades de ingredientes das receitas. Para isso dividem-se as 1.395.120 unidades por 50 que é a quantidade de pierogi por receita, totalizando 27.902 receitas produzidas durante 2015/2016.

Salienta-se que as quantidades dos ingredientes endógenos utilizados nos cálculos encontram-se na receita (ANEXO I).

O cálculo do ingrediente endógeno leite utilizado foi realizado da seguinte forma: 27.902 receitas x 300 ml = 8.370.718ml de leite/1000 ml que corresponde a um litro de leite = 8.371 litros de leite.

Em relação ao consumo dos ovos salienta-se que para cada receita de pierogi utilizam-se sete ovos, assim: 27.902 receitas x 7= 195.317 ovos, dividido por 12, temos 16.276 dúzias de ovos utilizadas nas produções de pierogi doce frito nos principais eventos e residências de descendentes poloneses.

No caso do requeijão, em cada receita utiliza-se 1 kg de requeijão, dessa forma para as 27.902 receitas tem-se 27.902 quilos de requeijão utilizados no recheio.

Quanto aos ingredientes endógenos, conclui-se que para a produção do pierogi doce frito durante 2015/2016, nos principais eventos do Clube de Mães, da Sociedade Cultural Guaraniense – Casa Polonesa e BRASPOL e nas residências de descendentes poloneses de Guarani das Missões/RS foram utilizados 8.371 litros de leite, 16.276 dúzias de ovos e 27.902 quilos de requeijão.

A tabela 9 apresenta os ingredientes endógenos da produção do pierogi doce frito, nos principais eventos e residências de descendentes poloneses de Guarani das Missões/RS, durante os anos de 2015 e 2016.

Tabela 9 - Ingredientes endógenos da produção do pierogi doce frito (2015/2016).

Ingrediente endógeno	Quantidade p/ 2 anos
Leite/litros	8.371
Ovos/dz	16.276
Requeijão/kg	27.902

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

O leite, ovos e o requeijão estão apresentados na tabela 9 com as suas devidas quantidades e unidades de medida.

3.5 PROSPECÇÃO E PROJEÇÕES DOS INGREDIENTES ENDÓGENOS

Estruturou-se a prospecção dos ingredientes com base nas quantidades totais dos ingredientes endógenos leite, requeijão e ovos.

A tabela 10 demonstra a prospecção dos ingredientes endógenos provenientes da produção total do leite e dos ovos no município, conforme tabela 2 e das quantidades dos ingredientes endógenos utilizados na produção do pierogi doce frito em Guarani da Missões/RS de acordo com a tabela 9, salienta-se que foi considerado o período de 2005 a 2014.

Tabela 10 – Prospecção e Projeções da quantidade de ingredientes endógenos leite, requeijão e ovos no período de 2005 a 2014.

Dados reais		Cenários Inferências						Dados reais	Cenários Inferências		
Qtd anos	Período/ano	LEITE					REQUEIJÃO	OVOS			
		Qtd litro/ano	Pierogi: Qtd./litro/ano	Pierogi: Qtd./litros/anor equeijão/Kg	Pierogi: Total litros	Pierogi: Total litros %	Pierogi: Qtde. requeijão Kg/ano	Qtd.dúzia/ano	Pierogi: dúzia/ano p/ receita	Pierogi: % ovo/dúzia/ano p/ receita	
1	2005	6.500.000	4.186	139.510	143.696	2,21%	13.951	210.000	8.138	3,88%	
2	2006	7.500.000	4.144	138.115	142.259	1,90%	13.811	215.000	8.057	3,75%	
3	2007	9.000.000	4.102	136.720	140.822	1,56%	13.672	250.000	7.975	3,19%	
4	2008	9.060.000	4.060	135.325	139.385	1,54%	13.532	241.000	7.894	3,28%	
5	2009	9.022.000	4.018	133.930	137.948	1,53%	13.393	193.000	7.812	4,05%	
6	2010	9.038.000	3.976	132.535	136.511	1,51%	13.253	193.000	7.731	4,01%	
7	2011	8.971.000	3.934	131.139	135.073	1,51%	13.114	188.000	7.650	4,07%	
8	2012	9.101.000	3.892	129.744	133.636	1,47%	12.974	188.000	7.568	4,03%	
9	2013	10.500.000	3.850	128.349	132.199	1,26%	12.835	120.000	7.487	6,24%	
10	2014	11.000.000	3.808	126.954	130.762	1,19%	12.695	130.000	7.406	5,70%	
Total		89.692.000	39.970	1.332.321	1.372.291	1,53%	133.232	1.928.000	77.718	42,17%	
Média		8.969.200	3.997	133.232	137.229	0,15%	13.323	192.800	7.772	4,22%	
		Cenários Futuros -inferências									
		Período 2015 a 2024									
Prod. 2005 a 2014		89.692.000	39.970	1.332.321	1.372.291	1,53%	133.232	1.928.000	77.718	4,03%	
Crescimento		4.500.000	-378	-12.556	-12.934	-0,29%	-1.256	-80.000	-732	0,92%	
Prod. 2015 a 2024		94.192.000	39.592	1.319.765	1.359.357	1,44%	131976	1.848.000	76.512	4,14%	

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Os itens Dados Reais da tabela 10 representam a produção total de leite/litros e ovos/dúzias do município de Guarani das Missões, considerando o período de 2005 a 2014. Para discussão deste item, destaca-se que o leite perfaz um total de 89.692.000 litros e sua média é de 8.969.200 litros, e enquanto os ovos totalizam 1.928.000 dúzias com média de 192.800 dúzias.

Quanto ao item Cenários inferências, constantes na prospecção, salienta-se que são formados pelas quantidades correspondentes aos ingredientes endógenos leite, requeijão e ovos utilizados na produção de pierogi doce frito, nos principais eventos e residências de descendentes poloneses de Guarani das Missões/RS, durante os anos de 2015 e 2016. Destaca-se que para a formação numérica das suas quantidades, tem-se como critério: base dividido por dois, onde as bases encontram-se na tabela 10, assim: 8.371 base de 4.186 litros de leite utilizados na massa de pierogi doce frito; 27.902 base de 13.951 kg de requeijão e 16.276 base de 8.138 dúzias de ovos, quantidades relacionadas ao ano de 2005.

Para à construção das quantidades dos ingredientes endógenos, partiu-se do ano de 2005 aplicando-se a inferência de variação de crescimento negativa de 1% ao ano, calculado pela variação da média populacional do município, conforme tabela 11.

A tabela 11 apresenta a variação da população de Guarani das Missões/RS no período entre 2005 e 2014, utilizado nos cálculos de prospecção e projeção.

Tabela 11 - Variação Populacional de Guarani das Missões/RS (2005 a 2014).

ANO	POPULAÇÃO/Habitantes	%VARIAÇÃO POPULACIONAL
2005	8.814	0.1392
2006	8.725	0.1028
2007	8.641	0.1018
2008	8.548	0.1007
2009	8.447	0.0995
2010	8.318	0.0980
2011	8.286	0.0976
2012	8.437	0.0994
2013	8.396	0.0989
2014	8.201	0.0966
TOTAL	84.813	1 %

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

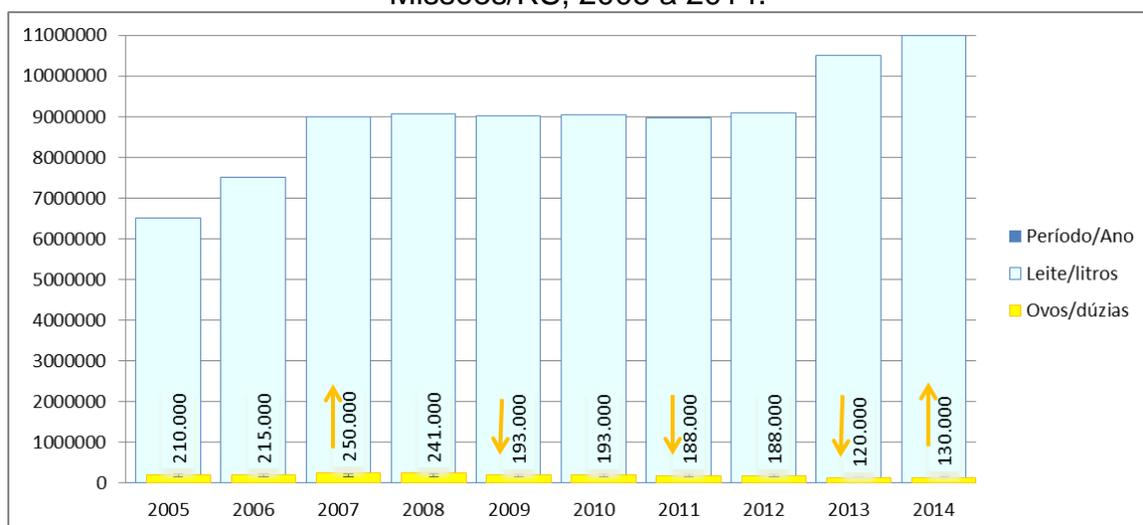
O total da população de Guarani das Missões no período de 2005 a 2014 é de 84.813 habitantes. O percentual de variação populacional é negativo e totaliza 1%.

Observou-se que a população guaraniense teve sua quantidade reduzida em todos os anos do período considerado. Por refletirem nos percentuais de variação populacional calculados, justifica-se sua aplicação com variação negativa aos dados do item cenários inferências da prospecção.

Para a discussão dos itens Cenários Inferências, destaca-se que as quantidades dos ingredientes endógenos totalizam 1.372.291 litros de leite, 133.232 kg de requeijão e 77.718 dúzias de ovos, com médias de 137.229, 13.323 e 7.772 respectivamente. Quanto ao total dos litros de leite resulta da soma das quantidades utilizadas na massa do pierogi doce frito que é 39.970 e de litros utilizados para a transformação em requeijão que é de 1.332.321 litros, esse proveniente da quantidade de requeijão 133.232 kg, multiplicada por 10, pelo fato de ser necessária essa quantidade de leite para cada quilo de requeijão.

Para representar as quantidades dos ingredientes leite/litros e ovos/dúzias, das produções totais no município, assim como sua evolução no período de 2005 a 2014, elaborou-se gráfico a seguir:

Gráfico 3 - Evolução dos ingredientes endógenos da produção total de Guarani das Missões/RS, 2005 a 2014.



Fonte: IBGE (2016).

A produção do ingrediente endógeno leite do pierogi doce frito, corresponde a 1.53% da produção total desse ingrediente no município entre o período de 2005 a 2014.

Nesse mesmo período, o ingrediente endógeno ovos da produção do pierogi doce frito, correspondeu a 42,17% da produção total desse ingrediente no município.

Dessa forma contata-se que o prato culinário pierogi é apreciado e consumido em Guarani das Missões, RS, porém sua contribuição ao desenvolvimento do município ainda é tímida, principalmente em relação à utilização ao ingrediente endógeno leite. No entanto, ao considerar as produções totais de produtos endógenos do município, percebe-se que o mesmo possui um alto potencial para ampliar as quantidades produzidas e vender para outras regiões, e assim maximizar as divisas municipais e enriquecer todas as cadeias produtivas já referenciadas.

Para visualizar uma situação futura em relação aos ingredientes endógenos e sua participação no desenvolvimento do município, construiu-se uma projeção de cenário, considerando-se como período do ano de 2015 a 2024. Para seus cálculos, salienta-se que seguiu a prospecção através da média de crescimento entre as quantidades de cada item, acrescido dos totais.

Em relação ao item dados reais, tem-se como projeções em 10 anos: 94.192.000 litros de leite, 133.232 kg de requeijão e 1.848.000 dúzias de ovos.

O item Cenários e Inferências apresenta como projeções: quantidade de leite da massa do pierogi doce 39.592 litros e 131.976 kg de requeijão que ao

transformar-se em leite representam 1.359.357 litros, totalizando assim 1.359.357 litros de leite nesse período para esse item. Em relação aos ovos a quantidade projetada é de 76.512 dúzias.

Salienta-se que tais projeções sofreram inferência negativa de 1%, por relacionar-se com a evolução populacional, a qual apresenta taxas de declínio no período considerado.

Com base no cenário construído e comparando com a prospecção, ambos de 10 anos, evidenciando que as quantidades evidentes na projeção são menores que as prospectadas por estar atrelada a evolução do crescimento populacional, o qual é negativo. Dessa forma salienta-se a necessidade de políticas públicas e mobilizações da comunidade voltadas para efetivação e permanência dos habitantes no município.

Assim, para uma análise inicial, o pierogi tem potencialidade para colaborar na mudança desse cenário, através da geração de emprego e renda. Primeiramente, por ter condições de aumento da produção e consumo tanto interno como externo, conforme destacado pelos entrevistados, também por agradar ao paladar dos visitantes nas festividades e outros momentos em que pessoas tiveram oportunidade de degustá-lo, fato que o torna aceito pelo público consumidor.

Outro destaque é o fato do município possuir matéria prima excedente que suporta ampliação da produção e consumo desse alimento, porém faz-se necessário um estudo de sua viabilidade financeira, para posterior efetivação de um plano de negócios.

3.6 COMENTÁRIOS DO CAPÍTULO

Atenta-se que se utilizou a gastronomia como tema para esse estudo, na busca da afirmação através de raízes culinárias e da forma de se entender o desenvolvimento social, cultural e econômico, por meio das manifestações culturais de grupos étnicos pertencentes a uma determinada região. Atualmente, existe o reconhecimento da cozinha tradicional e popular, como fonte de cultura e valioso patrimônio intangível da humanidade. Dessa forma, tais manifestações são transmitidas de geração em geração com tendência a modificações ao passar do tempo por meio de um processo aberto e evolutivo recriado pela comunidade em

seu conjunto, tornando-se conhecidas como a cultura gastronômica de um determinado local ou de um determinado povo (SCHLÜTER, 2003).

Assim no município de Guarani das Missões, o prato culinário pierogi representa patrimônio cultural gastronômico da etnia polonesa, devido sua forte presença nessa comunidade, nas festividades, nos encontros, nas famílias. Outro fato que sustenta tal constatação é o de sua produção ter se tornado um conhecimento empírico, passando de geração para geração.

Porém, esse prato culinário sofreu modificações e adaptações com o passar dos anos. Reportando-nos à entrevistada (SLU), a qual destacou lembrar que sua mãe de 84 anos, fazia na sua residência o pierogi com massa de bolacha e assado em forno de barro ou no forno do fogão a lenha, utensílios mais utilizados na época.

Atualmente, em Guarani das Missões, encontram-se versões: cozida, assada e frita. A cozida é a provinda e originária da Pátria Mãe, a Polônia, conforme a entrevistada residente nesse país (NIK); em relação as versões assada e frita, constata-se ambas serem uma adaptação aqui da região, mais provável por interferência dos hábitos de outros grupos, ou até mesmo, de hábitos introduzidos nas famílias com o passar dos tempos.

Quanto aos recheios desse prato culinário, salienta-se existir salgado e doce, ambos tendo como base o requeijão. Na versão salgada usa-se requeijão acrescido de sal, tempero verde, especialmente a cebolinha e na versão doce requeijão com açúcar e canela. As entrevistadas (ML) e (NLPW) destacam existir ainda o recheio com uva e a (TW) com passas. Assim, na comunidade guaraniense, através do pierogi, concretiza-se o pensamento de Schumpeter (1982), o qual atribui o desenvolvimento econômico pela introdução de novos métodos produtivos e produtos, abertura de mercados e pela descoberta de novas fontes de matérias primas.

Lembrando Vasconcellos e Garcia (1998) que se encontra no item 1.1.2, o desenvolvimento, em qualquer concepção, deve resultar do crescimento econômico acompanhado de melhoria na qualidade de vida, ou seja, deve incluir alocação de recursos pelos diferentes setores da economia, de forma a melhorar os indicadores de bem-estar econômico e social (pobreza, desemprego, desigualdade, condições de saúde, alimentação, educação e moradia). Em relação aos indicadores de Desenvolvimento, atrelado ao nível de bem-estar econômico e social salienta-se que o tal índice é de 0,737 em 2010 no Município de Guarani das Missões, considerado

alto, uma vez que o máximo de satisfação é 1. Destaca-se que a dimensão que mais contribui para o IDHM do município é a “longevidade” com índice de 0,863, seguida da “Renda”, com índice de 0,698, e da “Educação”, com índice de 0,665.

Sendo a “Longevidade” o maior indicador, é sinal de que a esperança de vida ao nascer é alta, pois sintetiza o nível e a estrutura de mortalidade da população. Considera as condições sociais, de saúde, de salubridade e todas as causas de morte, tanto doenças quanto causas externas, tais como violência e acidentes. Isto sinaliza que os idosos, sabedores da cultura local, tem condições e tempo para passar seus conhecimentos, seja através de cursos ou de participações ativas nos eventos que contemplam a produção do pierogi.

Situando esse contexto na pesquisa, destaca-se que o pierogi vem passando de gerações a gerações, e sua produção é priorizada por mulheres de idade entre 30 a 80 anos, idade essa correspondente as das entrevistadas. Dessa forma, existe a necessidade de promover ações por meio de políticas públicas que concretizem a passagem de tal conhecimento de forma abrangente, incluindo a geração atual, visando garantir a perpetuação dessa cultura.

Já o indicador “Renda”, que dimensiona a renda mensal *per capita* medindo a capacidade média de aquisição de bens e serviços por parte dos habitantes, mede 0,698 e é considerado um índice médio, podendo ser melhorado com a implementação de políticas de incentivo à produção agroindustrial. Neste quesito, o pierogi pode contribuir se considerar que o leite e os ovos são produtos endógenos. Isso se houver outras ações de maximização das capacidades dos habitantes de garantir um padrão de vida capaz de assegurar suas necessidades básicas, como água, alimento e moradia.

Quanto a população, a Região Missioneira possui a menor taxa de crescimento no Estado, perdendo população, conforme COREDE Missões (2015), cenário este igual no Município estudado, o qual a cada ano apresenta queda populacional. Dados indicam que uma parte da população rural está se dirigindo para um centro local próximo, o que parece estar relacionado à falta de dinamismo econômico da Região.

Dessa forma, faz-se urgente a motivação da comunidade para efetivar sua organização e assim, incentivar os jovens a vislumbrar futuro no município. Outra urgência está atrelada a adoção de medidas públicas que promovam a permanência da população no município e na Região. Sendo imprescindível apontar a importância

desse estudo e sua continuidade para indicar de forma concreta a produção do pierogi como uma alternativa para geração de emprego e renda.

Ainda, no indicador “Educação”, a medida percentual da população de 18 anos de idade ou mais com ensino fundamental completo, em Guarani ainda está baixo (0,665). Identificam-se aumentos de percentuais em todos os níveis de escolaridade, conforme item 1.2.2, fato que demonstra atualmente a valorização e reconhecimento da educação para a comunidade Guaraniense, o que afirma a necessidade de utilizar o ambiente escolar para promover ações que contemplem o saber fazer desse prato. Pois, se os estudantes de 5 a 13 anos tiverem experiências gastronômicas que signifiquem suas identidades e a cultura polonesa através do saber fazer do pierogi, infere-se que seus conhecimentos e suas curiosidades socioculturais e prosperidade econômica possam melhorar.

Porém, considerando a perspectiva de Sen (2010), o desenvolvimento não se restringe a fatores como crescimento do Produto Interno Bruto, industrialização, rendas pessoais, avanços tecnológicos ou modernização social, mas sobretudo com a melhora da vida dos indivíduos e com o fortalecimento de suas liberdades. O pierogi representa uma liberdade substanciada que o município de Guarani das Missões desfruta. Pois através dele as pessoas conseguem realizar oportunidades econômicas, e tem condições habilitadoras como incentivo e aperfeiçoamento de iniciativas, influenciadas pelos próprios atos livres dos descendentes poloneses.

Tal fato se concretiza por meio de sua presença nas festividades e do convívio entre os convivas nos momentos de encontro para produção do pierogi, principalmente durante as pierogadas da Casa Polonesa. Outro fator que demonstra sua liberdade substanciada, é o de ser servido nas residências ao receber visitantes, como prato culinário que orgulha os poloneses, tais fatos ampliam ainda mais suas liberdades.

Dessa forma, o pierogi concretiza o pensamento de Barquero (2001) para o qual o objetivo é buscar o bem-estar econômico, social e cultural da comunidade local em seu conjunto, influenciando os aspectos produtivos (agrícolas, industriais e de serviços), por meio do prato típico pierogi, a estratégia de desenvolvimento atua sobre as dimensões sociais e culturais que afetam o bem-estar da sociedade. A produção e o consumo do pierogi representa um movimento de organização e mobilização da sociedade local, explorando suas capacidades e potencialidades

próprias, de modo a criar raízes efetivas na matriz socioeconômica da localidade (BARQUERO, 2001).

Guarani das Missões é abrangido pelo clima úmido com médias térmicas anuais superiores a 18 graus, porém sofre oscilações drásticas variando com máximas até 35 graus nos meses quentes e chegando a 3 graus no inverno, com formação de geadas fortes, estiagens e ventos. Quanto ao solo, possui diferentes tipos, com a maior parte utilizada para o cultivo da produção vegetal de soja, em rotação com milho, trigo, feijão, aveia, mandioca, canola, cana de açúcar, amendoim, triticale, aveia entre outras. Sendo que vários deles são alimentos para as aves (galinhas) e bovinos (gado leiteiro) (EMATER, 2015).

Em relação a produção animal do município, destaca-se a criação de peixes, mel, aves de postura e corte comercial, ovos e carne colonial; bovino de corte e leite; ovinos de carne e lã; suínos. Conforme dados da EMATER (2015), o bovino leiteiro produziu 13.500.000 litros de leite no ano, sendo que 310.000 litros se destinam ao autoconsumo e os demais têm como principais destinos à comercialização e a transformação, auxiliando no sustento das famílias de agricultores. E a produção de ovos foi de 110.000 dúzias no ano de 2015, das quais 85.000 dúzias são para autoconsumo e 25.000 dúzias para comercialização.

Assim, fica evidente a produção por meio de solo e clima favoráveis, de pastagens e produtos que servem de alimento às cadeias produtivas do leite e dos ovos, bem como, a capacidade de matéria prima endógena existente no município que comporte a ampliação de produções em escala do pierogi, com intuito de exteriorizar sua comercialização, promovendo a geração do emprego e renda e, dessa forma, motivando para a permanência da população no município.

Para a efetivação de tais colocações, destaca-se atividades como: difusão de inovações no sistema produtivo agroindustrial; organização flexível da produção; a geração de economias de aglomeração, como por exemplo Arranjo Produtivo Local (APL) da produção de ovos, uma vez que por meio da pesquisa o percentual desse ingrediente utilizado na produção para as quantidades encontradas é alto, necessitando um olhar mais minucioso para o aumento da produção; economias de diversidade nas cidades para estabelecer vínculos de confiança e produção com os fornecedores de ingredientes nas cidades do entorno; fortalecimento das instituições como cooperativa, na associação polonesa; implementar políticas de incentivos com o tripé: prefeitura, sociedade civil—instituições e sistemas educacionais, a exemplo

da Escola Guaramano e da URI, com visão estratégica e responsável (NAZZARI, 2003).

Promover ainda a agregação de valor pelos serviços: apresentação do pierogi, incrementos no sabor, na cor, no formato, padronizar a aparência, determinar uma série de recheios, etc. e pelo fornecimento rápido e garantido; capacidade de absorção da região: verificar se o pierogi está afinado com o paladar dos missioneiros; gerar e reter excedentes econômicos para a economia local e estabelecer um intercâmbio através da identificação; e atração de excedentes provenientes de outras regiões: farinha, requeijão, frutas para recheios, entre outros, bem como, a agregação de valor ao ingrediente leite, ao transformá-lo em requeijão.

Outro importante ativo da Região e que pode ser aproveitado é o turismo histórico e cultural (BERTÊ et al., 2016b). Nesse contexto, os guaranienses se destacam quanto à diversidade de simbologias inerentes à cultura polonesa, como a língua falada, a arquitetura, os grupos folclóricos com trajes típicos, a música, a gastronomia representada principalmente pelo prato culinário pierogi, conforme identificado nas falas dos entrevistados no item 3.1.

Assim, evidencia-se o fortalecimento de identidades locais por meio da manipulação de símbolos culturais, percebe-se o pertencimento étnico polonês o qual é motivo de orgulho e perpetuação cultural. Esses signos culturais poloneses difundiram fortes vínculos com a cultura guaraniense, desenvolveram laços de pertencimento, criaram sentimento de identidade cultural e formaram significativas relações de família e comunidade.

Na gastronomia, o legado do pierogi, pode ser aproveitado na forma de fornecimento para consumo aos turistas enquanto estes estiverem visitando a região. Infere-se como alternativa uma pierogarnia com produção própria, como ponto turístico, onde desde o ambiente, os trajes, os utensílios, a música, remontam à cultura polonesa, oportunizando aos visitantes sejam eles locais, regionais ou de outras partes do Brasil ou até estrangeiros, o contato com a história, através de acervo de fotos, vídeos, acompanhamento da produção e após degustação desse prato.

CONCLUSÃO

Dentre as principais constatações evidenciadas pelos resultados da pesquisa, verificou-se que o pierogi é considerado o prato culinário mais representativo da etnia polonesa e o principal prato da POLFEST. Neste evento ele é produzido e comercializado pelo grupo de Clube de Mães, no Festival de pierogi, pela BRASPOL em seu restaurante e pela Sociedade Cultural Guaraniense - Casa Polonesa.

Com base na declaração da residente na Polônia, o pierogi é uma comida básica desse país, o qual remete a lembranças e vivências como visitas à casa da vó, sobretudo àquelas crianças que foram cuidadas por elas. A entrevistada relatou que, ao retornarem da escola, as crianças se alimentam com pierogi por ser rápido de produzir e servir.

Ainda de acordo com a residente na Polônia, o pierogi faz parte da mesa diária e, muitas vezes, é confeccionado durante o final de semana para o consumo semanal. Ele é acondicionado na geladeira, cozido em porções e servido com acompanhamento de nata ou algum outro molho. Devido a sua praticidade para cozer, ele é considerado um alimento prático e popular.

Quanto ao recheio, ele possui as mais variadas formas e sabores, como: repolho, cogumelo do campo, requeijão, cenoura e frutas, a exemplo da ameixa preta, framboesa e frutas agrestes, nas variações doces e salgadas. Na Polônia o pierogi faz parte da vigília e, além de ser servido no jantar da ceia natalina, também há restaurantes chamados pierogiarnia que reservam locais e ambientes especializados em servi-lo.

Na categoria Sociedade Civil, as entrevistas deixaram claro que o pierogi é importante para a comunidade de Guarani das Missões/RS, elegendo-o como o alimento típico. A ele são conferidas atenções e preocupações relacionadas ao seu resgate e perpetuação de sua memória e saber, tão verbalizado entre as entrevistas.

No entanto, o saber fazer passa entre gerações garantindo que o conhecimento empírico de sua produção e o aprendizado palatável desta comunidade esteja presente na mesa dos guaranienses.

Identificou-se que a receita da versão do pierogi doce frito é a mais produzida e consumida em Guarani das Missões/RS, perfazendo 70% da produção total.

Constatou-se através dos demonstrativos que a produção do pierogi doce frito das entidades representativas: Clube de Mães, Casa Polonesa, BRASPOL, nos eventos: Festival do Pierogi, Encontro de Mulheres, Jantar típico Polonês – Comunidade Linha Harmonia, POLFEST e Pierogiadas, assim como da produção realizada nas residências de famílias com descendência polonesa, perfaz um total de 1.395.120 unidades de pierogi doce frito no período de 2015/2016.

Os entrevistados consideram que há possibilidade da ampliação, potencialização e comercialização tanto interna como externa, regionalizando a venda e/ou diversificando os recheios com outras frutas regionais. Pode-se indicar como alternativa a expansão do mercado externo e novos recheios como do figo, pera, maçã, banana e butiá.

Outra possibilidade para estimular a produção e consumo do pierogi é por meio da implementação de políticas públicas, com incentivos fiscais e normatizações direcionadas a obrigatoriedade de ofertar o pierogi nos eventos municipais. O pierog poderia ascender como patrimônio gastronômico de Guarani. Ainda, o sistema público educacional do município pode desenvolver projetos que contemplem o saber fazer do pierogi nas escolas.

Tendo em vista que o município é de pequeno porte e essencialmente agrícola, desde a infância os residentes mantêm contato com produções agropecuárias e, portanto, com a produção dos ingredientes usados no prato em questão, justifica, portanto, sua endogenia cultural.

Foram identificados como endógenos os ingredientes leite, ovos e requeijão, utilizados na confecção do pierogi, porém o ingrediente requeijão com 27.902 kg foi transformado em leite, perfazendo um total de 279.020 litros. Neste contexto, destaca-se que o uso leite totaliza 1.372.291 litros na produção do pierogi doce frito nos principais eventos e residências de descendentes poloneses de Guarani das Missões/RS, nos anos de 2015 e 2016.

Comparando as quantidades produzidas de leite no município no período de 2005 a 2014 que é de 89.692.000 litros de leite, com a quantidade de leite utilizada

na produção de pierogi doce frito nos principais eventos e nas residências de descendentes urbanos de Guarani das Missões/RS/RS, obtêm-se um percentual de 1,53%.

Em relação a utilização dos ovos, salienta-se que totaliza 16.276 dúzias na produção do pierogi doce frito nos principais eventos e residências de descendentes poloneses de Guarani das Missões/RS/RS, nos anos de 2015 e 2016.

Comparando as quantidades produzidas de ovos no município no período de 2005 a 2014 que é de 1.928.000 dúzias, com a quantidade de ovos utilizada na produção de pierogi doce frito nos principais eventos e nas residências de descendentes urbanos de Guarani das Missões/RS/RS, obtêm-se um percentual de 42,17%.

Dessa forma a subcadeia produtiva dos ovos contribui de forma bem significativa na produção total desse ingrediente no município, enquanto a subcadeia do leite tem contribuição menos significativa.

Além da produção local, a regional também é fornecedora e participa ativamente da subcadeia produtiva da receita do pierogi frito: farinha de trigo, sal, açúcar, margarina, cachaça, fermento em pó e canela, todos os quais são adquiridos no mercado local. Dessa maneira, toda a cadeia produtiva contribui para o fomento da geração de emprego, renda, melhorar a qualidade de vida e a permanência dos habitantes no município.

Ressalta-se que o pierogi favorece a manutenção da sabedoria popular, é motivo de encontro entre convivas e participa do leque enriquecedor da diversidade cultural e étnica gastronômica da Região Missioneira.

Finalizando, a pesquisa demonstra que o maior consumo de pierogi é no município. Ele está presente nos “fatos sociais”, expressa importância econômica tanto na cadeia produtiva como na produção endógena, apresenta um legado cultural gastronômico marcante e contribui para o desenvolvimento socioeconômico e cultural do município. No entanto, devido à baixa representatividade de utilização do potencial da matéria prima endógena, ele merece avanços na esfera mercadológica passando pelo intercâmbio regional de mercadorias mesmo que este já existe através da entrada de matéria prima (farinha, sal, açúcar, etc.), expandir o pierogi para regiões vizinhas e ofertar para os turistas.

Dessa forma, assinala-se a necessidade de realização de pesquisas futuras, para as quais se aponta: plano de negócios, portfólio de projetos específicos para

comercialização do pierogi e políticas públicas de incentivo, com o intuito de aprofundar a análise e discussão da contribuição do pierogi no desenvolvimento de Guarani das Missões/RS, RS.

Produto da dissertação é o presente relatório, o registro do prato culinário Pierogi como Patrimônio Imaterial no IPHAE e o documentário (Apêndice III).

REFERÊNCIAS

AMARAL FILHO, J. Desenvolvimento regional endógeno: (re)construção de um conceito, reformulação das estratégias. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 26, n. 3, 2002.

ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL. **Guarani das Missões, RS**. 2013. Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/299>. Acesso em: 29 dez. 2016.

BALDIN, Nelma; MUNHOZ, Elzira M. Bagatin. **Snowball (bola de neve)**: uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: X Congresso Nacional de Educação- Educere. Curitiba, 2011. Disponível em: <http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398_2342.pdf>. Acesso em: 28 set. 2015.

BARBOSA Talita Prado. **Antropologia e gastronomia**: a identidade de ser brasileiro a partir da alimentação. Faculdade de Filosofia e Ciências de Marília. FFC/UNESP. 2012. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/8916333-Antropologia-e-gastronomia-a-identidade-de-ser-brasileiro-a-partir-da-alimentacao.html>> Acesso em: 01 ago. 2016.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARQUERO, A. V. **Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.

_____. **Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização**. Porto Alegre: Fundação de economia e estatística, 2001. 280p.

BARROZO, Paula. **Folclore Brasileiro**. 2010. Disponível em: <<http://www.paulabarrozo.blogspot.com>>. Acesso em: 02 ago. 2015.

BERGMANN, Magna Liane; MARQUETTO, Rut Maria Friedrich. Gastronomia emblemática: uma alternativa de desenvolvimento? In: MARQUETTO, Rut Maria Friedrich (Org.). **Gastronomia tradicional**: regiões missões e central do RS – Brasil. 1. ed. Santo Ângelo: [s.e.], 2015. v.1.

BERTÊ, A.M.A. et al. Perfil Socioeconômico - COREDE Fronteira Noroeste. **Boletim Geográfico do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, n. 26, p.258-295, fev. 2016a.

Disponível em: <file:///C:/Users/nti/Downloads/3801-22604-1-SM.pdf>. Acesso em: 01 jan. 2017.

BERTÊ, A.M.A. et al. Perfil Socioeconômico - COREDE Missões. **Boletim Geográfico do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, n. 26, p. 518-554, fev. 2016b. Disponível em: <file:///C:/Users/nti/Downloads/3740-22265-1-SM.pdf>. Acesso em: 01 jan. 2017.

BOGDAN, R.; BIKLEN, S. **Qualitative research for education: an introduction to theory and methods**. Boston: Allyn and Bacon, 1992.

BRUM, Argemiro Luís. Mercado e cadeias produtivas. In: SIEDENBERG, Dieter Rugard (Org.). **Desenvolvimento sob múltiplos olhares**. Ijuí: Unijuí, 2012. Cap. 4, p. 187 – 206.

BUARQUE, Sérgio C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2006. 177p.

CAIDEN, Gerarld; CARAVANTES, Geraldo. **Reconsiderações do Conceito de Desenvolvimento**. Caxias do Sul: Educs, 1988.

CARGNIN, Antonio Paulo. et al (Coords). **Dinâmicas territoriais recentes no Estado do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: FEE, 2014. Disponível em: <http://www.fee.rs.gov.br/wp-content/uploads/2014/12/201412092_fee-dinamicas-territoriais_site1.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2016.

CARNEIRO, Maria José; MALUF, Renato S. (orgs.). **Para Além da Produção. Multifuncionalidade e Agricultura Familiar**. Rio de Janeiro/ Brasília: Mauad/CPDA-UFRRJ/NEAD, 2003.

CHERINI, Claudinéia Passarelli. **A prática social da culinária: algumas reflexões na construção curricular da matemática na educação de jovens e adultos**. 2007. Dissertação (Mestrado). Universidade de São Francisco, São Paulo, 2007.

CLAVAL, P. **A Geografia Cultural**. Tradução de Luiz Fugazzola Pimenta e Margareth Afeche Pimenta. Florianópolis: UFSC, 1999.

CLEMENTE, Ademir. **Economia regional e urbana**. São Paulo: Atlas 1994.

COREDE Missões. FEE- Fundação de Economia e Estatística. 2015. Disponível em: <<http://www.fee.rs.gov.br/perfil-socioeconomico/coredes/detalhe/?corede=Miss%F5es>>. Acesso em: 14 dez. 2016.

CORREIA, Maria da Conceição Batista. A observação participante enquanto técnica de investigação. **Pensar Enfermagem**, v. 13, n. 2. p. 30-36, 2º Semestre, 2009. Disponível em: <http://pensarenfermagem.esel.pt/files/2009_13_2_30-36.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2015.

DICIONÁRIO INFORMAL. **Sinônimos de Desenvolver**. 2016. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/sinonimos/desenvolver/>>. Acesso em: 27.dez. 2016.

DILL, Aidê Campello. A Presença Polonesa na Colônia de São Marcos. **Revista Cekaw**, v. 3, ano II, p. 13, 2008. Disponível em: <http://www.poloniapoa.org/revista/03/estudos_e_pesquisas_02.pdf>. Acesso em: out. 2016.

DLUGOSZ, C. **Dicionário de Polaco-Português/Português-Polaco**. Porto: Porto Editora, 2011.

EMATER – RS. **Estudo de situação**: município de Guarani das Missões. 2015.

FILIPACK, F. **Dicionário sociolinguístico paranaense**. Curitiba: Imprensa Oficial, 2002.

FONSECA JÚNIOR, W. C. Análise de conteúdo. In: BARROS. A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet**: uma história da gastronomia. São Paulo: Senac, 2001.

FRANTZ, Walter. **Desenvolvimento**: um fenômeno social complexo. (cadernos Unijuí). Ijuí: Ed. Unijuí, 2003.

FURTADO, Celso. Desenvolvimento. In: CAIDEN, Gerald; CARAVANTES Geraldo. **Reconsideração do conceito de desenvolvimento**. Caxias do Sul: Educus, 1988.

GARCEZ, Neusa Cidade. **Colonização e Imigração em Erechim** - A saga de famílias polonesas - 1900-1950. Erechim: Edição da autora, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.**

_____. Métodos e técnicas de pesquisa social. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GUARANI DAS MISSÕES - RS. **Histórico**. <<http://www.guaranidasmissoes.rs.cnm.org.br/portal1/municipio/historia.asp?ildMun=100143176>>. Acesso em: NOV/2016

GUARANI DAS MISSÕES – RS. **Informe municipal**. Disponível em: <<http://www.guaranidasmissoes.rs.cnm.org.br/portal1/intro.asp?ildMun=100143176>>. Acesso em: Agosto/2016.

HENRIQUES, Cláudia; CUSTÓDIO, Maria João. Turismo e Gastronomia: A valorização do patrimônio gastronômico na região do Algarve. **Revista Encontros Científicos – Tourism & Manangement Studies**, n. 6, p. 69 – 81, 2010.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Rio Grande do Sul - Guarani das Missões**. 2016. Disponível em:

<<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=430950>>. Acesso em: mar., maio, jul., set., out., nov., dez. 2016.

ÍNDICE de Desenvolvimento Humano Municipal Brasileiro. Brasília: PNUD, Ipea, FJP, 2013. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/130729_AtlasPNUD_2013.pdf>. Acesso em: 14 set. 2016.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 2010.

MARMILICZ, Paulo Tomaz. **A antiga colônia polonesa de Guarani das Missões e suas relações atuais.** Ijuí: Policromia, 1996.

MARQUETTO, Rut M. F. et al. História, gastronomia e suas representações étnicas: caso da Região das Missões/RS – Brasil. In: MARQUETTO, Rut M. F. (Org.) **Gastronomia tradicional: Região Missões e Central do RS – Brasil.** Santo Ângelo: [s.e.], 2015.

MARTINS, Sergio Roberto. **Desenvolvimento Sustentável: desenvolvendo a sustentabilidade.** 2004. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br>>. Acesso em: 10 maio 2016.

MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Fórum de Competitividade** – diálogo para o desenvolvimento (documento básico). Secretaria do Desenvolvimento da Produção. Brasília, D.F: MDIC, 12/11/2002.

MICHAEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MONTORO FILHO, André Franco. et. al. **Manual de economia.** 3 ed. São Paulo: Saraiva, 1998.

MOREIRA, Sônia Virginia. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005.

NAZZARI, Rosana Katia. **Capital social, cultura e socialização política: a juventude brasileira.** 2003. Tese (Doutorado em Ciência Política). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

NAZZARI, Rosana Kátia; REULE, Eronice; LAZZAROTTO, Elizabeth Maria. **Capital social, desenvolvimento socioeconômico e cooperativismo.** Universidade Estadual do Oeste do Paraná, 2005.

OLIVEIRA, Gilson Batista de. Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento **Rev. FAE**, Curitiba, v.5, n.2, p.37-48, maio/ago., 2002.

PIEPER, Greice Walter; FREMMING, Lurdes Marlene Seide. **A valorização da gastronomia com atrativo turístico sustentando e desenvolvendo a FENADI –**

Ijuí. XXI Seminário de Iniciação Científica – Salão do Conhecimento, Unijui, 2013. Disponível em: <<http://www.revistas.unijui.edu.br>>. Acessado em ago. 2015.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira; SEABRA, Giovanni de Farias; QUEIROZ, Odaléia T. M. M. (Org.). **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012.

PREFEITURA Municipal de Guarani das Missões - RS. **História**. Disponível em: <<http://www.guaranidasmissoes.rs.gov.br/98/DadosMunicipais>>. Acesso em: 02.dez.2017

RIBEIRO, Paulo Silvino. "Durkheim e o Fato Social". **Brasil Escola**. [s.a.]. Disponível em <<http://brasilecola.uol.com.br/sociologia/durkheim-fato-social.htm>>. Acesso em: 04 jan. 2017.

RIO GRANDE DO SUL. Secretaria do Planejamento, Gestão e Participação Cidadã e Fundação de Economia e Estatística. **RS 2030: Agenda de Desenvolvimento Territorial. Tendências Regionais: PIB, demografia e PIB per capita**. Porto Alegre, s.a.

SARAIVA, Camila Nemitz De Oliveira. **Gastronomia, cultura e desenvolvimento: um estudo no município de São Borja**. 2015. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento). Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2015. 137p. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/3724/Camila%20Nemitz%20de%20Oliveira%20Saraiva.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 15 dez. 2016

SARRETA, Cátia Rejane Liczbinski; CRESCENTE, Lúcia Ottonelli. **Desenvolvimento endógeno**. ICTR 2004 – Congresso brasileiro de ciência e tecnologia em resíduos e desenvolvimento sustentável. Costão do Santinho – Florianópolis – Santa Catarina. 2004. Disponível em: <www.ipen.br/biblioteca/cd/ictr/2004/ARQUIVOS%20PDF/11/11-011.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2016.

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

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito juro e ciclo econômico**. Introdução de Rubens Vaz da Costa. Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SECRETARIA ESTADUAL DE SAÚDE. **Coordenadorias Regionais**. Disponível em: <http://www.saude.rs.gov.br/lista/104/Coordenadorias_Regionais>. Acesso em: 15 set. 2016.

SECRETARIA ESTADUAL DE SAÚDE. **12ª CRS (Santo Ângelo)**. Disponível em: <[http://www.saude.rs.gov.br/lista/169/12%C2%AA_CRS_\(Santo_%C3%82ngelo\)](http://www.saude.rs.gov.br/lista/169/12%C2%AA_CRS_(Santo_%C3%82ngelo))>. Acesso em: 15 set. 2016.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

SIEDENBERG, Dieter Rugard. et al. **A Participação popular como fator de desenvolvimento socioeconômico regional**: considerações sobre a experiência gaúcha. ENAPG – Encontro de administração pública e governança, Salvador – BA, nov. 2008. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnAPG/enapg_2008/2008_ENAPG299.pdf>. Acesso em:

SINGER, Paul. **Desenvolvimento e crise**. 3 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

SLODKOWSK, Aline Carlise. **Cultura polonesa no município de Guarani das Missões-RS**: uma contribuição para o ensino da Geografia nas 3ª séries do Ensino Fundamental. 10º Encontro Nacional de prática de ensino em Geografia, Porto Alegre, 2009. Disponível em: <[http://www.agb.org.br/XENPEG/artigos/GT/GT6/tc6%20\(1\).pdf](http://www.agb.org.br/XENPEG/artigos/GT/GT6/tc6%20(1).pdf)>. Acesso em: 30 set. 2015.

_____. A cultura polonesa em Guarani das Missões/RS: Uma proposta para a práxis educacional interativa em sala de aula. Revista Percurso, Maringá, v.3, n.1, p.63-87, 2011.

SOUZA, Nali de J. **Desenvolvimento econômico**. São Paulo: Atlas, 1993.

STAWINSKI, Alberto Victor. **Primórdios da Imigração Polonesa no Rio Grande do Sul**. 2. ed. Porto Alegre: Edições Est, 1999.

STRATTON, Peter; HAYES, Nicky. **Dicionário de Psicologia**. Tradução de Esméria Rovai. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

VASCONCELOS, Marco Antônio; GARCIA, Manuel Enriquez. **Fundamentos de Economia**. São Paulo: Saraiva 1998.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

VERHELST, Thierry G. **O direito à diferença**. Petrópolis: Vozes, 1992.

WENCZENOVICZ, Thaís Janaina. **Montanhas que furam as nuvens**: Imigração Polonesa em Áurea – RS - (1910-1945). Passo Fundo: Ed. da UPF, 2002.

WHA - WORLD HEALTH ASSOCIATION. Division of Mental Health. **Qualitative Research for Health Programmes**. Geneva: WHA, 1994.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3. ed. São Paulo: Bookman, 2003.

APÊNDICES

APÊNDICE I - ROTEIRO DE ENTREVISTA

PESQUISA: Aspectos socioeconômicos e culturais da gastronomia típica polonesa para o desenvolvimento.

ROTEIRO DE ENTREVISTA

Entrevista realizada com descendentes poloneses do município de Guarani das Missões/RS e entorno

- 1) Você conhece pierogi?
- 2) O que você sabe sobre a história, os ingredientes e procedimentos e modos de fazer o pierogi?
- 3) Como conheceu?
- 4) Agrada o paladar?
- 5) O que representa o pierogi para você?
- 6) Você sabe fazer pierogi? Quando e como você aprendeu a fazer?
- 7) Você faz o pierogi? Se sim, quantos pierogis, quais as pessoas envolvidas no processo (por quê?), quando (festas, cotidiano...)?
- 7) É consumidor (a) do pierogi? Se sim, quanto e quando (festas, cotidiano...)?
- 8) Você participa da 'pierogiada' e/ou na POLFEST? Por quê?
- 9) Você sabe quem são os consumidores do pierogi durante as festas? (Turistas, residentes...)
- 10) Onde os ingredientes para fazer o pierogi são produzidos? (Ovos, farinha, requeijão, nata, temperos, frutas...)?
- 11) Onde você costuma comprar os ingredientes? Que são os fornecedores?
- 12) A comunidade se prepara para a feitura e comercialização do pierogi durante as festas? Se sim, como isso acontece?
- 13) Os ingrediente fornecidos pela comunidade são vendidos? Os preços são do mercado ou há algum diferencial na venda dos ingredientes?

Entrevista realizada com os colaboradores da Casa de Cultura do município de Guarani das Missões/RS, RS, com a BRASPOL e com Associações locais.

Aspectos sociais

1) Quais os eventos sociais que o município de Guarani das Missões/RS realiza?

2) Quando?

3) Quais os pratos típicos poloneses mais apreciados e consumidos durante as festas?

4) Comercializam o pierogi durante os eventos? Quais as pessoas envolvidas na comercialização? (Associados, voluntários, homens, mulheres...)

5) Quais as receitas de pierogi mais apreciadas? Por quê?

6) O pierogi é consumido no local da festa?

7) O pierogi pode ser comprado na festa para levar para casa? Neste caso, ele é vendido cru e/ou cozido?

8) A instituição realiza concursos e/ou eventos que abrem espaço para as expressões/exposições do pierogi? Tem premiação? Qual e por quê?

Aspectos econômicos

1) Quantos pierogi foram vendidos/consumidos nos eventos? (POLFEST, pierogiada, casa de restauração, familiares).

2) Quantos ingredientes foram consumidos na confecção dos pierogi durante os eventos e/ou casas de restauração?

3) Qual é a origem dos ingredientes?

APÊNDICE II

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado como voluntário a participar da pesquisa: **Perspectivas socioeconômicas e culturais da gastronomia típica polonesa para o desenvolvimento de Guarani das Missões/RS/RS.**

Sua participação neste estudo não é obrigatória.

Esta pesquisa tem como objetivo avaliar os aspectos socioeconômicos e culturais do pierogi como uma alternativa contributiva ao desenvolvimento de Guarani das Missões e entorno. Por isso, a pesquisa trará benefícios à comunidade guaraniense uma vez que se trata de um tema cultural, econômico e social; aos inovadores métodos e procedimentos locais para a academia bem como para a pesquisadora.

Sua colaboração se fará de forma anônima, por meio de uma entrevista individual com perguntas semiestruturadas. O acesso e a análise dos dados coletados se farão pela pesquisadora, sua orientadora e coorientadores. Sendo que esta pesquisa não trará qualquer desconforto a você que se submeter em participar do estudo, por outro lado trará importante auxílio aos demais profissionais que anseiam abranger seus conhecimentos sobre o assunto. Você poderá ser esclarecido sobre a pesquisa em qualquer aspecto que desejar sendo livre para recusar-se a participar, retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento, sem que isso implique em prejuízo moral ou profissional. A identidade dos participantes será tratada com padrões profissionais de sigilo.

Custos da participação, ressarcimento e indenização por eventuais danos.

A participação no estudo não acarretará custos para você e não será disponível nenhuma compensação financeira adicional.

Declaração do (a) Participante:

Eu, _____ fui informada (o) dos objetivos da pesquisa acima de maneira clara e detalhada e esclareci minhas dúvidas. Sei que em qualquer momento poderei solicitar novas informações e terei liberdade de retirar meu consentimento de participação na pesquisa. A pesquisadora Magna Liane Bergmann, certificou-me de que todos os dados desta pesquisa serão confidenciais.

Também sei que, caso existam gastos adicionais, todos serão absorvidos pelo orçamento da pesquisa. Em caso de dúvidas poderei contatar com a estudante pelo telefone (55) 9999-0010 ou (55) 8401-6803.

Declaro que concordo em participar desse estudo. Recebi uma cópia deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e que me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Nome
Data:

Nome:
Data:

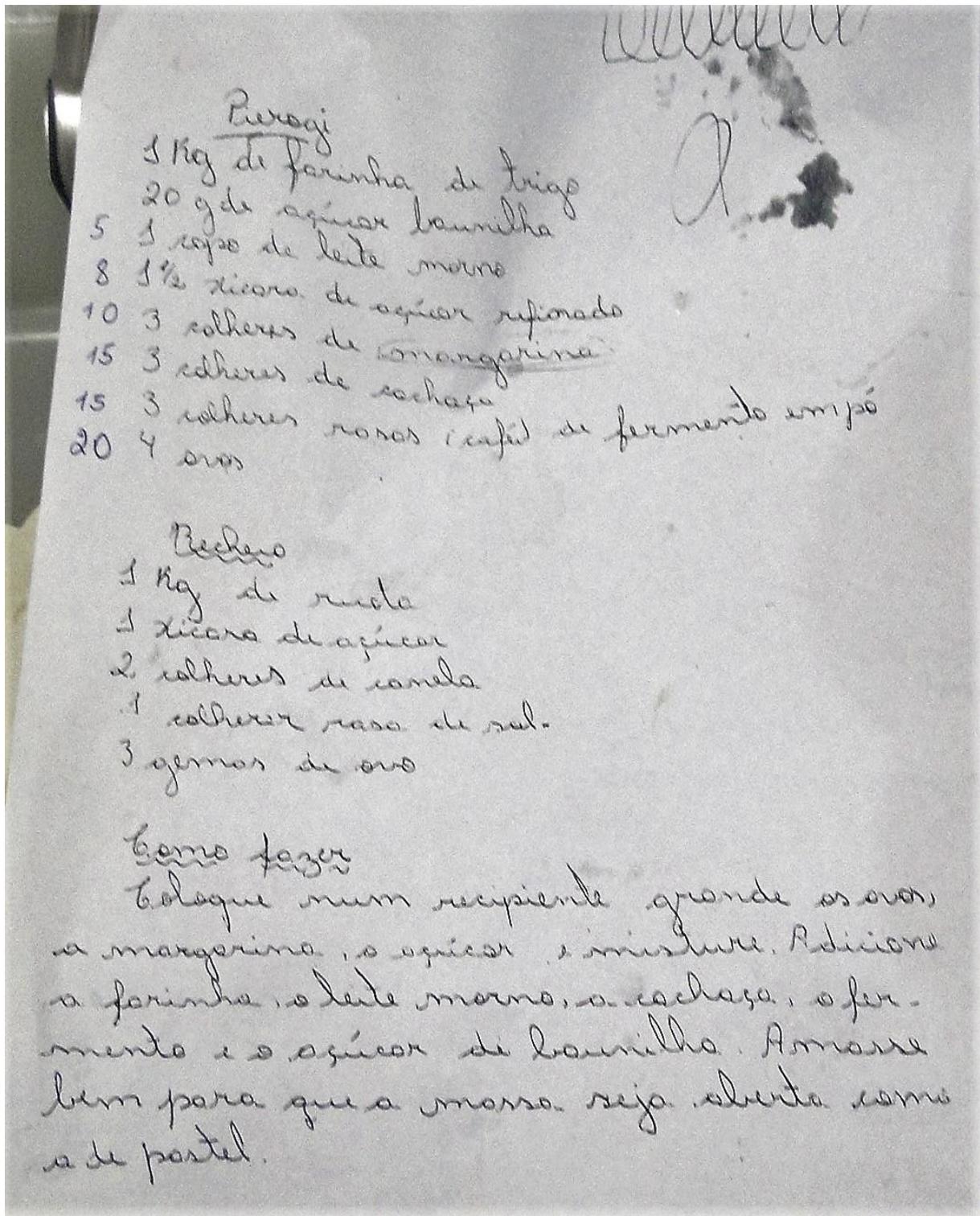
Assinatura do (a) Participante

Assinatura da Pesquisadora

APÊNDICE III - DOCUMENTÁRIO

ANEXOS

ANEXO I - RECEITA DO PIEROGI DOCE FRITO



Essa receita rende aproximadamente 50 pierogi

