

## Analisando os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) na gastronomia do Sertão Paraibano

### Analyzing the Sustainable Development Goals (SDGs) in the Gastronomy of the Paraíba Backwoods

### Analizando los objetivos de Desarrollo sostenible (ODS) en la gastronomía del Interior de Paraíba

Recebido: 25/05/2021 | Revisado: 31/05/2021 | Aceito: 01/06/2021 | Publicado: 15/06/2021

**Isabel Christina Araújo da Silva**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3213-1147>  
Universidade Federal de Campina Grande, Brasil  
E-mail: [isabel.christina009@gmail.com](mailto:isabel.christina009@gmail.com)

**Kettrin Farias Bem Maracajá**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8189-109X>  
Universidade Federal de Campina Grande, Brasil  
E-mail: [kettrin.farias@ufcg.edu.br](mailto:kettrin.farias@ufcg.edu.br)

#### Resumo

A gastronomia tem crescido como um atrativo dentro da experiência turística do visitante e parte integrante da cultura local. Desse modo, repensando as atividades turísticas gastronômicas de modo mais sustentável, à luz da Agenda 2030 e seus 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, e alinhando tais temáticas, o presente estudo buscou analisar de que forma o queijo artesanal de leite de cabra, produzido na Fazenda Carnaúba de Taperoá - Paraíba, pode contribuir na promoção da cultura e na geração de emprego, relacionando-o com os ODS. Quanto à metodologia, trata-se de uma pesquisa exploratória com relação aos seus objetivos; no que diz respeito aos procedimentos técnicos, a pesquisa conta com um estudo de caso, na Fazenda Carnaúba, com a aplicação de questionários aos consumidores do queijo, bem como o produtor/proprietário. No que tange a questão de pesquisa, considera-se um estudo exploratório, bibliográfico e documental. Sendo considerada uma pesquisa qualitativa, com o viés quantitativo ao interligar os objetivos do estudo e os respectivos ODS através de uma mensuração gráfica das respostas obtidas nos questionários, contando com o auxílio do *software* RStudio para geração desse material gráfico. Dessarte, percebeu-se que o queijo artesanal contribui como um promotor da cultura local e gerador de emprego e renda; identificou-se também que o produto colabora diretamente com o desenvolvimento de metas e objetivos contidos nos ODS da Agenda 2030.

**Palavras-chave:** Queijo artesanal; Turismo gastronômico; Gastronomia; Agenda 2030; Fazenda carnaúba.

#### Abstract

The gastronomy has grown as an attraction within the tourist experience of the visitor and an integral part of the local culture. Thus, rethinking gastronomic tourist activities in a more sustainable way, in the light of the 2030 Agenda and its 17 Sustainable Development Goals, and aligning these themes, the present study sought to analyze how artisanal goat's cheese, produced on the Farm Carnaúba from Taperoá - Paraíba, can contribute to the promotion of culture and job creation, relating it to the SDGs. As for the methodology, it is an exploratory research in relation to its objectives; with regard to technical procedures, the research includes a case study, at Fazenda Carnaúba, with the application of questionnaires to cheese consumers, as well as the producer / owner. Regarding the research question, it is considered an exploratory, bibliographic and documentary study. Being considered a qualitative research, with a quantitative bias to interconnect the objectives of the study and the respective SDGs through a graphic measurement of the responses obtained in the questionnaires, with the help of RStudio software to generate this graphic material. Dessarte, it was noticed that artisanal cheese contributes as a promoter of local culture and a generator of jobs and income; it was also identified that the product collaborates directly with the development of goals and objectives contained in the Agenda 2030 SDGs.

**Keywords:** Artisanal cheese; Gastronomic tourism; Gastronomy; Agenda 2030; Carnaúba farm.

#### Resumen

La gastronomía ha crecido como un atractivo dentro de la experiencia turística del visitante y parte integral de la cultura local. Así, repensando las actividades turísticas gastronómicas de manera más sostenible, a la luz de la Agenda 2030 y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, y alineando dichos temas, el presente estudio buscó analizar cómo el queso de cabra artesanal, producido en la Finca Carnaúba de Taperoá - Paraíba, puede contribuir a la promoción de la cultura y la creación de empleo, relacionándola con los ODS. En cuanto a la metodología, se trata de una investigación exploratoria en relación a sus objetivos; En cuanto a los procedimientos técnicos, la investigación incluye un estudio de

caso, en Fazenda Carnaúba, con la aplicación de cuestionarios a los consumidores de queso, así como al productor / propietario. En cuanto a la pregunta de investigación, se considera un estudio exploratorio, bibliográfico y documental. Siendo considerada una investigación cualitativa, con un sesgo cuantitativo en vincular los objetivos del estudio y los respectivos ODS a través de una medición gráfica de las respuestas obtenidas en los cuestionarios, con la ayuda del software RStudio para generar este material gráfico. Dessarte, se notó que el queso artesanal contribuye como promotor de la cultura local y generador de empleos e ingresos; También se identificó que el producto colabora directamente con el desarrollo de metas y objetivos contenidos en los ODS de la Agenda 2030.

**Palabras clave:** Queso artesanal; Turismo gastronómico; Gastronomía; Agenda 2030; Finca carnaúba.

## 1. Introdução

Ao longo dos anos, o turismo vem se configurando como uma área em crescimento dentro das atividades econômicas mundiais, seu desenvolvimento adaptou-se às necessidades de consumo turístico por parte dos viajantes. De acordo com Ramos e Costa (2017), há uma nova realidade do turismo, em que seu desenvolvimento, a partir de produtos turísticos, acabou sendo substituída por uma perspectiva de valorização de experiências e sensações daqueles que visitam determinadas regiões, promovendo assim novos mercados turísticos e formas de gerir e planejar o setor turístico.

Dada a importância do turismo e seu impacto econômico e social, tornou-se necessário pensar essa atividade a partir do viés sustentável, temática que cresceu consideravelmente nos últimos anos. Deste modo, praticar o turismo sustentável ressalta uma possibilidade para desenvolver de forma harmônica, pensando no amanhã, os pontos turísticos, já que implica em atitudes sociais mais justas, viáveis economicamente e ambientalmente corretas (Silva-Melo, et al., 2019)

Para aprofundar-se e melhor conduzir a temática do turismo gastronômico, conduzido de forma mais sustentável, o presente estudo discute a temática atual do desenvolvimento sustentável a partir da Agenda 2030, onde são apresentados os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Tal agenda vem norteando as ações mundiais em termos sociais, econômicos e ambientais. Os ODSs partem do legado deixado pelos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), traçando 17 objetivos e 169 metas para o desenvolvimento da sociedade atual, tais como erradicação da pobreza, garantir direitos básicos do ser humano, saúde de qualidade, dentre outros desafios mundiais a serem alcançados até o ano de 2030 (Da Cruz, 2020).

Nesse sentido, a problemática que norteia o estudo é: de que forma o queijo artesanal pode contribuir com os ODS? Desse modo, o objetivo geral é analisar a contribuição do queijo artesanal, como produto local, para o desenvolvimento do turismo e da cultura na Fazenda Carnaúba, da cidade de Taperoá, no cariri paraibano. A pesquisa se faz necessária por duas questões básicas: a) a gastronomia vem se revelando como um produto turístico com potencial para a promoção de destinos turísticos (Pereira, Maia, et al., 2020) e b) os queijos artesanais, dentro da gastronomia, vem ganhando espaço junto aos turistas, pois além de se caracterizar como uma atividade econômica, acaba ganhando espaço como patrimônio cultural resistente à concorrência industrial (E. Silva & F. Silva, 2016).

Destarte, fica clara a relevância de compreender a temática dos ODSs dentro da gastronomia no cariri paraibano, tanto por sua contribuição dentro da temática da sustentabilidade, como por sua capacidade de gerar emprego e renda à região, além de promover a cultura local.

## 2. Metodologia

A metodologia para o desenvolvimento desta pesquisa caracteriza-se por ser exploratória, no que diz respeito aos seus objetivos, pois de acordo com Gil (2008), as pesquisas exploratórias possuem a finalidade de desenvolver e esclarecer ideias sobre um tema, envolvendo levantamento bibliográfico e documental, além disso constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla.

Quanto ao levantamento do referencial teórico, foram utilizados os procedimentos metodológicos propostos por Paré *et al.* (2015), com o intuito de fortalecer a sistemática e transparência do estudo. Para os autores, revisar a literatura significa visitar as bases conceituais que sustentam a área de estudo em busca de esclarecimentos, consensos, divergências e lacunas. A revisão se deu em torno das temáticas do ODS, gastronomia e queijo artesanal, através da plataforma Google Scholar. Como a temática dos ODSs atrelado ao queijo artesanal ainda é pouco debatido, o horizonte na literatura tornou-se reduzido.

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, por sua necessidade de esclarecer aspectos descritivos relacionados às temáticas aqui abordadas. De acordo com De Souza Minayo (2017), a pesquisa qualitativa preocupa-se com as dimensões socioculturais expressas através de “crenças, valores, opiniões, representações, formas de relação, simbologias, usos, costumes, comportamentos e práticas”. À medida que os questionários aplicados geraram respostas cuja mensuração poderia ser feita através de um tratamento estatístico (Pereira, Shitsuka, et al., 2018), a pesquisa conta também com um viés quantitativo ao traduzir as opiniões e respostas, obtidas junto aos respondentes, em números e representações gráficas, através do uso de recursos e técnicas estatísticas (Prodanov & Freitas, 2013).

A presente pesquisa trata-se de um estudo de caso feito na Fazenda Carnaúba, na cidade de Taperoá, no Cariri Paraibano, conhecida por ser uma produtora de queijos finos de leite de cabra. Para Yin (2015), seja qual for o campo do conhecimento, a necessidade do estudo de caso surge quando se busca compreender fenômenos sociais complexos, já que o estudo de caso permite que os investigadores possam focar em um "caso" e desenvolvam uma perspectiva mais global acerca do assunto estudado.

Outro procedimento utilizado no estudo foi a aplicação de questionários online, que segundo Marconi e Lakatos (2003), são um tipo de instrumento para a coleta de dados, cuja estrutura se dá por uma série de perguntas que são enviadas aos respondentes e devolvidas ao pesquisador. No caso do presente estudo, os questionários foram baseados no material produzido por Maffessoni (2018) e enviados ao produtor e aos consumidores do queijo artesanal, através de um documento do *Google Forms*. As questões foram adaptadas à temática abordada no estudo, ou seja, os queijos artesanais produzidos do leite de cabra na Fazenda Carnaúba. O questionário enviado ao produtor/dono continha 36 perguntas relacionadas a produção, comercialização e contribuições do produto; já o que foi enviado aos consumidores possuía 12 questões acerca das experiências e impressões acerca do laticínio/turismo/ODSs.

No que se refere aos procedimentos de análise, os dados obtidos passaram por um processo de inspeção (*datascreening*), com o objetivo de identificar e refletir quanto à existência de dados ausentes (*missing data*), dados extremos (*outliers*) e demais inconsistências, correspondendo à preparação da matriz de dados para as efetivas análises.

A princípio, o modelo de mensuração foi usado para avaliar a relação entre as variáveis — gastronomia, cultura, queijo artesanal, turismo e sustentabilidade — e os indicadores correspondentes, no caso os ODS. Desse modo, a partir de uma análise fatorial confirmatória (AFC), foram acessadas a confiabilidade, a validade convergente e a discriminante das escalas (Fornell & Larcker, 1981; HAIR *et al.*, 2015).

Na segunda etapa correspondeu à modelagem estrutural com o intuito de encontrar o melhor modelo para testar a relação causal entre as variáveis estudadas (Anderson & Gerbing, 1988). É importante ressaltar que a pesquisa contou com o auxílio do software estatístico The R Project for Statistical Computing – R, Version 3.5.2 para Windows, para procedimentos de análise dos dados obtidos nos questionários, enviados aos consumidores do queijo artesanal, através da geração de gráficos.

### **3. Fundamentação Teórica**

#### **3.1 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e o foco na Agenda 2030**

A proposição da Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável ocorreu em setembro de 2015, em uma reunião

com líderes mundiais dos 193 Estados-membros da Organização das Nações Unidas (ONU). Os representantes se comprometeram com a busca de uma vida digna para todos, erradicação da pobreza (considerada o maior desafio global e aspecto crucial para o alcance do desenvolvimento sustentável), do fortalecimento da paz mundial, além de outras questões relevantes para a humanidade e o planeta (Plataforma Agenda 2030, s.d).

O evento culminou no lançamento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que tinham como inspiração os oito Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM), lançados pela ONU nos anos 2000, que são: 1º erradicação da pobreza e da fome; 2º) promover educação de qualidade a todos; 3º) atingir a igualdade entre os sexos e a valorização da mulher; 4º) redução da mortalidade infantil; 5º) melhoria da saúde de mulheres gestantes; 6º) combater a aids, malária, entre outras doenças; 7º) assegurar a qualidade de vida e o respeito ao meio ambiente; 8º estabelecer parcerias em escala mundial para o desenvolvimento (Nascimento & Chacon, 2016).

Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio seguiram em vigência dos anos 2000 até 2015 e apresentaram resultados significativos como: a diminuição da pobreza extrema, redução nos índices de HIV e as milhões de vidas salvas pelo combate de doenças como malária e tuberculose (Nascimento, 2018). Nesse contexto, se fazia necessária a criação de uma nova agenda sustentável que prosseguisse com o trabalho em andamento, e para isso, a ONU uniu esforços com chefes de Estado e de governo e foi lançada a Agenda 2030: *Transformando nosso mundo: a agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável* (Jannuzzi & De Carlo, 2018, grifo do autor).

Nesse sentido, existem visões distintas quanto à incorporação dos ODMs dentro dos ODSs, as visões vão desde a ideia de continuidade entre uma agenda e outra, como também os argumentos que enfatizam as diferenças de foco nas proposições de cada plano de ação. Sobre isso, Venâncio (2015) conclui que:

Diferentemente dos ODM, que propunham metas setoriais, a Agenda Pós-2015 deverá contar com uma perspectiva abrangente e universal, com compromissos que se apliquem tanto a países em desenvolvimento quanto aos desenvolvidos. Portanto, não se espera que a Agenda Pós-2015 seja apenas uma continuação da Agenda dos Objetivos do Milênio, mas que os transcenda através do aprendizado do seu processo de implementação.

O autor pontua a importância que a nova agenda teria ao entrar em vigência no pós- 2015, colocando em prática os elementos dos ODMs e transcendendo as suas limitações, por possuir uma perspectiva ampla e global acerca das práticas a serem trabalhadas pelos ODSs.

Dessa forma, desde que entrou em vigor no ano de 2016, Agenda 2030 tem sido o foco das práticas atuais ligadas a essa temática, sendo composta por metas ambiciosas e transformadoras, sua premissa está ligada ao equilíbrio entre as três dimensões do desenvolvimento sustentável, também conhecida como o tripe da sustentabilidade (Triple Bottom Line) que são: a econômica, a social e a ambiental. Acerca disso, Andrade da Silva (2018) aborda:

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) representam o eixo central da Agenda 2030, orientando as ações nas três dimensões do desenvolvimento sustentável – econômica, social e ambiental –, as metas indicam os caminhos a serem trilhados e as medidas a serem adotadas para promover o seu alcance.

Assim, ao seguir uma linha de ação voltada às três dimensões do desenvolvimento sustentável, os ODSs configuram-se como uma série de “tarefas” a serem cumpridas por governos, organizações e a sociedade civil, em prol do alcance de um mundo mais justo, digno e sustentável. Dessa maneira, torna-se importante a compreensão dos objetivos do desenvolvimento sustentável e de suas respectivas metas, dentro do plano proposto pela Agenda 2030 porque abarca as três dimensões essenciais para o desenvolvimento sustentável.

De acordo com a ONU (2016), os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável foram desenvolvidos de forma compartilhada, como resultado de consultas públicas com participação da sociedade civil e demais partes interessadas ao redor

do mundo, atentando-se às vozes mais vulneráveis. Tais objetivos se ramificam em 169 metas integradas e indivisíveis, onde cada uma delas descreve o plano de ação para cada área específica. Os 17 objetivos e suas respectivas temáticas serão abordados a seguir, na Figura 1.

**Figura 1:** Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.



Fonte: Nações Unidas no Brasil (2021).

Cada um dos objetivos e metas descritos no plano de ação visam o alcance de um mundo livre da pobreza, da fome, da privação e da violência; além disso, o plano antevê um cenário em que sejam assegurados os direitos básicos de cada indivíduo como: saúde, educação, saneamento, alimentação, dentre outros aspectos relevantes para uma existência digna e de qualidade (ONU, 2016).

Diante do que foi proposto, cada país pôde avaliar o documento e visualizar a melhor aplicação dentro de seu contexto regional. No caso do Brasil, as metas foram vistas como pertinentes à situação do país, com adoção de algumas, criação de novas metas e, também o aperfeiçoamento de outras, para que pudessem se inserir às necessidades do local (Roma, 2019). O maior desafio do Brasil com relação às metas dos ODSs, segundo o autor, diz respeito à internalizar as metas dentro do contexto do país e efetivamente colocá-las em prática, para que assim se possa usufruir dos benefícios esperados em cada uma delas.

Pensando em um cenário pós-pandemia do Covid-19, que impactou o mundo, o documento *The Great Reset* (a grande reinicialização, em tradução livre) é resultado de um plano que busca traçar práticas e discussões para o futuro da economia mundial. Tal reinício levaria em conta o meio ambiente e as práticas sustentáveis, o texto pontua que dentro desse recomeço, há a oportunidade de incorporação de uma maior igualdade social e a sustentabilidade na recuperação, podendo assim acelerar o progresso dos ODS da Agenda 2030, ao invés de atrasá-las em função da pandemia (Schwab & Malleret, 2001, tradução nossa).

### 3.2 Turismo gastronômico com destaque para o queijo artesanal

A gastronomia evoluiu juntamente com a história da humanidade, no que diz respeito à necessidade alimentar dos indivíduos, tal essencialidade fez com que o indivíduo desenvolvesse os elementos que encontrava na natureza tratando-a e cozendo-a. Para além de suprir tal necessidade, de acordo com Montanari (2008), o homem seleciona o seu alimento baseando-se em preferências individuais e coletivas, relacionadas a significados e gostos diversificados.



Dentro desse contexto, há também um conceito muito importante tratado por Montanari (2008): o de "comer geográfico", ou seja, conhecer ou exprimir uma cultura de território por meio de uma cozinha, dos produtos, das receitas do respectivo local. Esse tipo de manifestação é comumente visto na realidade atual, onde a culinária é experimentada partindo de uma ligação com as tradições, preparos e ingredientes de uma região específica.

Assim, o cenário surge também um deslocamento de indivíduos motivado a conhecer a culinária e cultura de diferentes lugares. Tais movimentações fazem com que a gastronomia seja uma vertente em crescimento dentro do turismo, ao passo que cada vez mais os turistas buscam incorporar as comidas típicas dos lugares ao seu roteiro de visita. Assim, o turista gastronômico busca conhecer a cultura local através de sua gastronomia, do modo de produção dos alimentos, da origem das receitas, dos utensílios e das técnicas de cozinhar (Martins, et al., 2016).

Dessarte, o ato de comer um prato regional carregado de tradição, traduz a crescente valorização das particularidades locais, principalmente levando em consideração quem produziu e como foi produzido. (Simon, et al., 2015). É levado em consideração, para além do sabor, os aspectos incorporados aos pratos, que são característicos de cada região visitada pelo turista gastronômico.

Nessa perspectiva de valorizar as particularidades atreladas a uma região encontra-se o conceito de *terroir*, um termo francês que aborda os componentes como o ambiente físico e biológico (Medeiros & Passador, 2015). Trate-se de uma temática amplamente discutida em termos gastronômicos e culturais, definida por Caldas, Araújo e Coury (2017) como:

As características físico-geográficas, que os franceses denominam enquanto *terroir*, ou seja, as particularidades físicas e ambientais que uma localidade, região ou território possuem, e que se encontram presentes nos produtos por meio dessas características ligadas a aspectos pedológicos (solo), clima, vegetação, dentre outros.

Desse modo, como o conceito posto pelos autores, o *terroir* abarca as particularidades de uma determinada região, caracterizando e distinguindo-a de várias outras. Dentro da gastronomia esse processo se dá de forma clara ao analisar um produto desenvolvido em regiões diferentes, pois cada item terá peculiaridades referentes ao solo, clima, características ambientais naturais, dentre vários outros aspectos correspondentes ao contexto geográfico que se encontra inserido. Por conseguinte, cada localidade possui traços específicos que caracterizam esse *terroir* como diferenciado.

O *terroir* pode ser visto, ainda, como uma forma estratégica de amplificar o aspecto cultural da região e também de aumentar a confiança dos visitantes em consumir produções da localidade. Desse modo há uma valorização do saber-fazer tradicional de cada destino turístico, possibilitando que cada região use suas particularidades como um diferencial para atrair os turistas ao consumo de seus produtos gastronômicos.

Retomando a ideia da gastronomia como promotora de destinos turísticos, cabe ressaltar que os pratos pertencentes à gastronomia de uma determinada região são associados também à sua história, trata-se de uma comida tradicional e histórica e que pode aproximar quem a consome da cultura do lugar (Gimene & De Moraes, 2012). Dessa forma, fica explicitado o vínculo entre gastronomia e a cultura local que vem sendo reforçado até aqui.

Assim sendo, são diversas as categorias de produtos que são buscados pelos turistas gastronômicos em diversas localidades. Os queijos artesanais, vertente que é tratada neste trabalho e têm ganhado espaço dentro da visita turística, por possuírem um caráter histórico e tradicional, principalmente por serem desenvolvidos de modo único em cada localidade, geralmente de maneira informal por produtores da região. Tudo isso garante que o turista tenha uma experiência diferenciada em seu roteiro.

De acordo com Maffessoni (2018) a produção de queijos, geralmente, se dá em forma de tradição, passada de pai para filhos e cumprindo os requisitos básicos da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA). Cada localidade possui seus próprios métodos de produção, receitas tradicionais, além dos tipos, texturas e formatos dos queijos. Isso aumenta a gama de

produtos que podem ser comercializados e consumidos por turistas e gerar o desenvolvimento econômico da região.

Segundo Araújo *et al.* (2020), a cadeia de produção de queijos artesanais é uma área que se encontra em evolução desde os anos 2000, dado o desenvolvimento de normas para a fabricação de tais produtos. Ainda de acordo com os autores, há muitos aspectos a serem aprimorados e levados em consideração dentro da temática, surgindo a necessidade de estudos científicos voltados a área, pois estabelece a identidade e qualidade dos queijos artesanais.

A Fazenda Carnaúba da cidade de Taperoá (PB), município do cariri paraibano que está a 258,8 km de distância da capital João Pessoa, é um produtor de queijos artesanais finos desenvolvidos a partir do leite de cabras criadas na própria fazenda, o local possui a mais antiga câmara de maturação de queijos artesanais do Brasil e que ainda está em funcionamento (Fazenda Carnaúba, c2021). Com uma rica história sobre sua criação e desenvolvimento, a fazenda é mantida por gerações da Família Vilar, que teve na figura de Manelito Dantas o gestor responsável por dar os passos mais importantes rumo ao crescimento da localidade e do negócio, tendo como legado os ensinamentos de seu pai para dar continuidade às atividades desenvolvidas na fazenda e fazê-la prosperar na agricultura e pecuária.

A produção do queijo artesanal é uma das atividades mais importantes da fazenda, que derivou da grande criação tanto de gado como de cabras de diferentes raças, que estão presentes na localidade. Manelito percebeu a oportunidade de desenvolvimento de um novo laticínio produzido a partir do leite de cabra e, além disso, decidiu acrescentar especiarias ao laticínio:

Implantou o primeiro laticínio artesanal do Brasil, para produção queijos de cabras diferenciados, seja pelas raças dos animais e ervas próprias da terra usadas como condimentos e essências vegetais (igualmente nativas), como também pela maturação que o clima propiciava. (Fazenda Carnaúba, c2021)

Assim, surgia um produto de grande potencial econômico para a fazenda, ao passo que sua composição era voltada para elementos presentes na própria terra. Além disso, a produção possuía um viés inovador, pois investiu na ideia de que os produtos deveriam possuir um sabor que remetesse à região de origem; a linha de queijos foi batizada com o nome de Laticínio Grupiara (que significa Veia de Diamantes, no Tupi-Guarani), que conta com uma forma de fabricação única (Fazenda Carnaúba, c2021).

Como comentado, os queijos finos de leite de cabra possuem condimentos característicos da região de origem. Assim, foram lançados tipos diferentes do produto, com especiarias e nomes singulares. De acordo com os produtores, os tipos de queijo de leite de cabra são (Figura 2).

- 1) Arupiara: queijo tradicional maturado;
- 2) Borborema: queijo em pasta com alho e cebola;
- 3) Cariri: queijo cujos condimentos podem ser de marmeleiro, alfazema, aroeira ou Cumarú;
- 4) Dom Ariano: sua produção se dá com o leite de animais cuja alimentação das cabras se dá apenas no pasto, o produto conta com sabor e aromas específicos.

**Figura 2:** Queijos artesanais de leite de cabra.



Fonte: Acervo do produtor.

O investimento de Manelito na produção dos queijos artesanais foi certa, até os dias de hoje, os produtos são premiados tanto nacional como internacionalmente; além disso, de acordo com o site da fazenda, são reconhecidos pelas experiências e sabores considerados marcantes e agradáveis aos olhos dos consumidores do produto.

## 4. Resultados e Discussão

Neste tópico serão analisados os dados obtidos com a aplicação do questionário aos consumidores e ao produtor do queijo artesanal da Fazenda Carnaúba, cuja aplicação se deu entre os meses de março e abril de 2021. Os resultados encontrados serão correlacionados com as respectivas variáveis e indicadores estudados.

### 4.1 Apresentação dos dados relativos aos consumidores

A amostra obtida com os dados do questionário contou com um total de 451 respostas. Dentre os respondentes, 56,98% são do sexo masculino, enquanto sexo feminino corresponde a aproximadamente 43,02%; em termos de grau de instrução, a maior parte dos indivíduos possuem superior completo ou algum tipo de especialização e cuja faixa etária encontra-se, majoritariamente, entre 31 e 50 anos de idade. A localização responsável por situar o maior número de consumidores através das respostas dos formulários foi o estado da Paraíba, corroborando com a ideia de que é um produto regional e reconhecido por uma grande parte da população do estado. Porém, o questionário atingiu também consumidores de fora do estado, como São Paulo, Bahia, Ceará e outros que já haviam degustado o produto.

Como visto anteriormente, muitas são as motivações que podem levar o visitante a consumir algum produto gastronômico de uma determinada região. Os consumidores do queijo artesanal atribuíram suas motivações, principalmente, à degustação com familiares e amigos, pela capacidade do produto de caracterizar a cultura local e para experimentação de modo geral (além de pontuarem que gostavam do produto). As motivações resultantes da coleta apontam o que foi pontuado por Simon, Etges e Minasi (2015) de que há uma valorização crescente quanto às particularidades locais, considerando principalmente o que foi produzido e quem o produziu. No caso do queijo artesanal de leite de cabra, esse é valorizado tanto pelo sabor que carrega consigo conhecido como *terroir*, como também pela cultura e modo de produção intrínsecos ao produto.

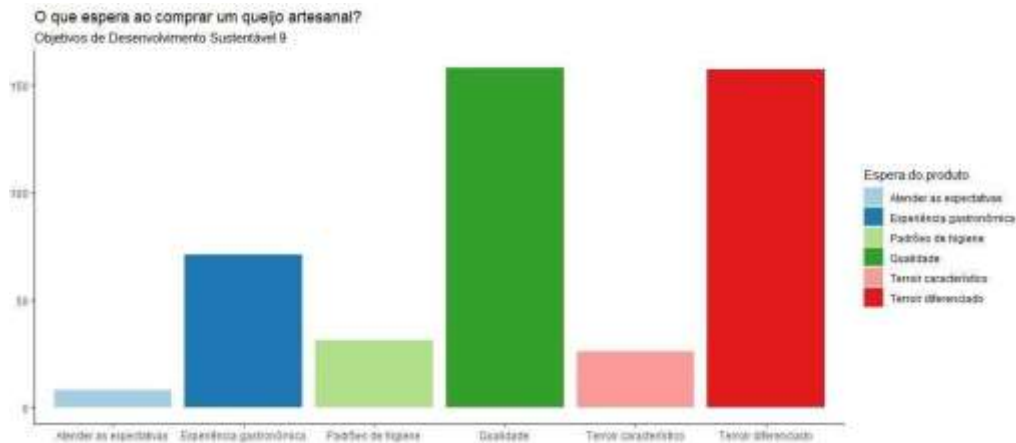
Quanto às expectativas que os consumidores tinham em relação ao consumo do produto, alguns aspectos se destacaram nas respostas: a qualidade, o *terroir* diferenciado da região e a experiência gastronômica vivenciada na visita à fazenda para degustar os produtos e conhecerem o local através do turismo rural/gastronômico. Esses elementos vão ao encontro do que é buscado no ODS 9, especialmente no que tange ao aspecto qualidade, que trata de modernizar e fortalecer a infraestrutura local, contribuindo com o desenvolvimento dos produtos locais, bem como a geração de um valor agregado nos itens ofertados, no



caso da fazenda, o queijo artesanal.

Além disso, o *terroir* diferenciado, como foi dito, amplifica o apelo cultural e aumenta a confiabilidade do turista em consumir as produções oriundas do saber-fazer daquela localidade; portanto, as peculiaridades do solo, do clima e de todas as características naturais que estão presentes na região e fazenda, agregam valor e diferenciação para o laticínio produzido na localidade. O Gráfico 1 ilustra as respostas obtidas.

**Gráfico 1:** Expectativas ao comprar o queijo artesanal.

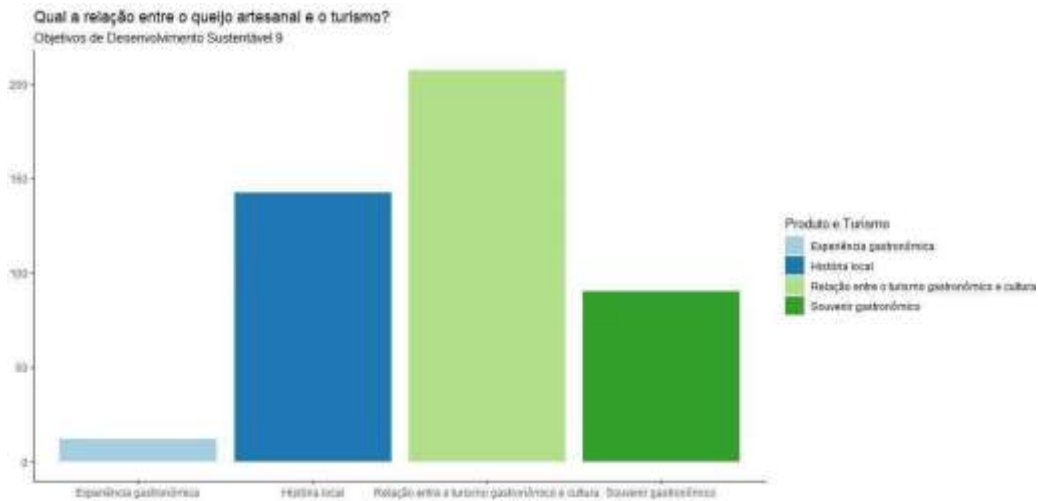


Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Ao avaliar a percepção que o respondente possuía acerca da relação entre o turismo e o queijo artesanal, pretendia-se entender como o consumidor relaciona o queijo artesanal da fazenda como um complemento a sua experiência turística à região. A resultante das opiniões foi que aspectos como a história local, a relação existente entre o turismo gastronômico e a cultura, bem como o souvenir gastronômico são as características que o queijo artesanal possui e que é agregado ao visitante/excursionista em seu processo de visitação.

Os elementos respondidos pelos consumidores são constatados em função da cultura local, carregada de sua história e tradição, conduzir o visitante a uma experiência em que esse último, além de conhecer o lugar, sente-se parte daquele ambiente, absorvendo seus itens culturais e degustando da cultura intrínseca à localidade. Além disso, a ideia do queijo artesanal como um souvenir gastronômico, ou seja, como um item a ser levado como sendo uma lembrança característica do lugar, torna-se um incentivo a mais para que novos visitantes cheguem até a localidade. Desse modo, é retomada a relação com o ODS 9, pensando nos investimentos em infraestrutura e inovação como elementos determinantes do crescimento econômico e do desenvolvimento da fazenda e conseqüentemente da região. A seguir, o Gráfico 2 que representa as respostas para a referida questão.

**Gráfico 2:** Relação entre o queijo artesanal e o turismo.

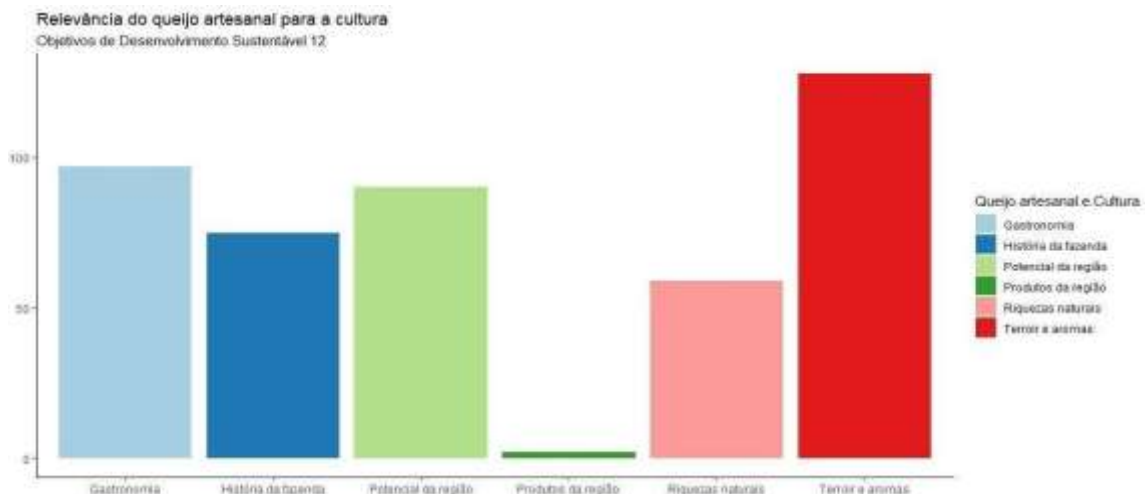


Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Foi amplamente discutido até agora, o quanto a gastronomia e a cultura encontram-se relacionadas nos dados obtidos e os consumidores foram questionados acerca de como o queijo artesanal traduzia a cultura do seu local de origem. Na percepção deles, o *terroir* e os aromas específicos do queijo; a própria gastronomia, o potencial da região, a história da fazenda e suas riquezas naturais são fatores que fazem com que o queijo artesanal traduza a cultura através de seu modo de produção, de suas especiarias e técnicas de preparo (Martins, et al., 2016).

Além disso, o potencial da região, seus recursos naturais e o próprio *terroir* diferenciado, são elementos importantes para a continuidade do queijo artesanal e de seu impacto social, ambiental e econômico. por esse motivo, encontra-se diretamente ligado ao ODS 12, que trata de padrões de produção e consumo de modo sustentável, bem como a continuidade das atividades na fazenda, que se deve a aspectos naturais que precisam ser cuidados e preservados, tais como o solo, a água, a vegetação que serve para a alimentação do animais, dentre as demais riquezas naturais presentes na região; desse modo saber utilizar e repor o que é extraído da fazenda é de suma importância para o crescimento econômico e para a prosperidade do meio ambiente local. A seguinte esquematização Gráfica 3 ilustra a disposição dos aspectos pontuados pelos consumidores.

**Gráfico 3:** Relevância do queijo artesanal à cultura local.

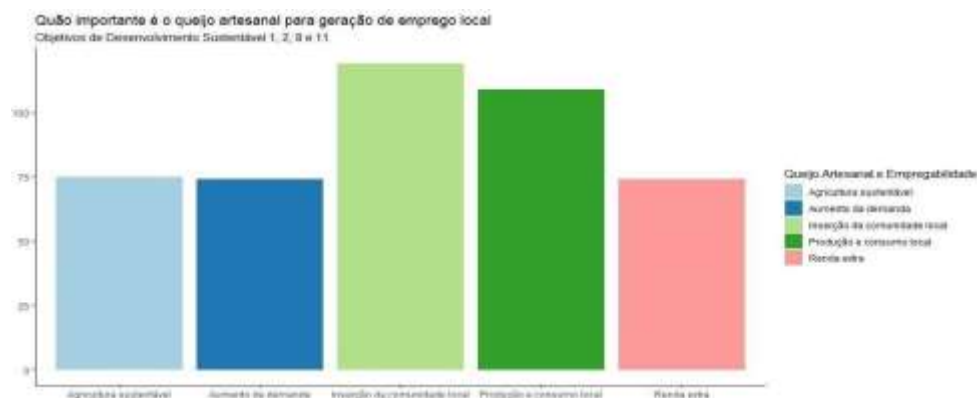


Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Desse modo, além das contribuições já citadas, o queijo artesanal influencia também na geração de emprego e renda. Os consumidores enxergam essa relação através da agricultura sustentável desenvolvida na fazenda, que corrobora diretamente com o ODS 2 que tratam justamente de promover a fome zero e a agricultura sustentável, bem como o ODS 11 que busca tornar as cidades mais inclusivas e sustentáveis; com a percepção de quem consome o produto, é possível verificar que há uma preocupação ambiental forte na produção do queijo da fazenda.

Para além disso, em termos econômicos, os turistas que consomem o queijo também inferiram que a produção e o consumo local, junto com a inserção da comunidade local e a renda extra configuram-se como aspectos relevantes para geração da empregabilidade na região. Isso porque com a produção sendo desenvolvida em uma fazenda da região, todo o entorno é beneficiado, tendo como os atores sociais envolvidos a população que tem a possibilidade de adquirir uma renda a partir do queijo artesanal da fazenda. Assim, o contexto da fazenda relaciona-se diretamente ao ODS 1 ao garantir que parte dessa população tenha acesso a recursos financeiros que as livre da privação de alimento, atuando conjuntamente ao ODS 2 que trata da garantia de acesso à alimentação nutritiva e suficiente. Ainda, de modo geral, trabalha o ODS 8 pela geração de um emprego decente para esse grupo e que, por conseguinte, gera crescimento econômico para a fazenda e a região. O Gráfico 4 traz essas relações na visão do consumidor.

**Gráfico 4:** Quão importante é o queijo artesanal para geração de emprego local.



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Em suma, observa-se que o queijo artesanal de leite de cabra, produzido na fazenda Carnaúba, representa um produto turístico com uma grande capacidade contribuir social, ambiental e economicamente na região em que está inserida, como também de auxiliar no processo de implementação de práticas ligadas aos ODS citados anteriormente.

#### 4.2 Apresentação dos dados relativos ao produtor/proprietário

As informações obtidas com o produtor de queijo se deram em torno de questões-chave da produção e sobre a fazenda tais como o porte da empresa, sua localização, médias de produção de leite e queijo, infraestrutura; além dos aspectos relacionados à cultura e a renda gerada pelo produto, o queijo artesanal.

O produtor pontuou que se trata de uma empresa de pequeno porte, onde são abrigadas cerca de 30 pessoas; as que trabalham na fazenda são moradoras da região, mas não possuem carteira assinada. Ademais, cerca de cinco ou sete pessoas vivem diretamente da renda gerada pela empresa, que é principalmente do queijo artesanal, possibilitando assim o acesso à educação, saúde e qualidade de vida para os proprietários e dependentes. Entretanto, as compras da família proprietária não são feitas no município e apenas parte da matéria-prima (sal, coalho, ração, entre outros) é adquirida na cidade.

Quanto à produção, foi informado que o leite de cabra necessário à produção do queijo é parte produção própria e compram o restante; são utilizados cerca de dez a vinte mil litros de leite por mês, com uma produção de 900 a 2000 quilos de queijos mensalmente, cuja comercialização resulta em um montante entre 900 e 1500 queijos vendidos por mês na propriedade. De acordo com o produtor, a receita original do queijo segue sendo usada nos dias de hoje (além de criações novas) e houve melhorias quanto à estrutura física da fazenda, mas que não interferiram no fazer do produto. Como forma de diferenciação, os queijos artesanais de leite de cabra contam com rótulos e embalagens que remetem a cultura e as características da região.

De acordo com os aspectos culturais, o produtor acredita que o laticínio promove e preserva a cultura ao levar consigo o máximo que pode de tudo aquilo que rodeia a fazenda. No mais, um aspecto interessante a ser ressaltado é que o produtor tinha a concepção de que os consumidores do queijo artesanal não tinham conhecimento acerca do modo de produção e da história contida no produto; porém, como visto anteriormente, os consumidores não só têm conhecimento sobre esses aspectos, mas também valorizam o *terroir* e os associam a cultura local, assim como os motivam a consumir e a trabalhar o turismo rural.

Por fim, há uma expectativa de possivelmente ampliar o leque de produtos e incrementos naqueles já existentes através de projetos com inovação, visando atingir novos nichos de mercado. Isso porque outras atividades são desenvolvidas na fazenda, como a criação de animais e a produção de queijos a partir do leite de vacas, o que pode gerar ainda mais renda e empregos para a população da região.

## 5. Considerações Finais

O queijo artesanal mostrou-se como um promotor da cultura local e uma oportunidade de geração de renda para a região, como também um elemento capaz de contribuir com o desenvolvimento de práticas que corroboram com objetivos e metas contidos no ODS, lançados pelo ONU, tais como a geração de emprego decente e desenvolvimento econômico, que impactam diretamente na redução da pobreza e da fome e que também são temáticas abordadas pelo plano de ação, além de questões relacionadas à infraestrutura da região, auxiliando na agricultura sustentável e em padrões de produção e consumo mais sustentáveis.

Os ODSs encontrados na pesquisa foram: ODS 2 que é representado pela fome zero e agricultura sustentável, ODS 8 pelo trabalho decente e crescimento econômico, ODS 9 pela indústria, inovação e infraestrutura, ODS 11 pelas cidades e comunidades sustentáveis, ODS 12 que destaca o consumo e produção responsável. A relação dos ODSs com a empresa mostra que ela se preocupa com o meio ambiente e está melhorando as questões ambientais, sociais e econômicas, questões de extrema importância para o desenvolvimento da Agenda 2030, bem como para se consolidar no mercado como uma empresa de cunho ambiental.

Assim, a comunidade é beneficiada tanto em termos econômicos, com a geração de emprego e renda, como também pela promoção de sua cultura local; que é disseminada pelo queijo junto a consumidores de diferentes lugares que passam a conhecer o produto e desejarem conhecer tanto o laticínio como a região produtora, possibilitando que haja a interação entre o desenvolvimento econômico e cultural de forma atrelada.

A pesquisa também possui o intuito de incentivar a produção de novos estudos dentro da temática, visto que é uma vertente pouco explorada no meio científico, para que se possa produzir ainda mais conhecimento acerca do turismo gastronômico e cultural, a partir da perspectiva de produtos regionais, com diferentes visões sobre os ODSs e seus atores sociais envolvidos. Como sugestão de pesquisas futuras sugere-se que seja ampliada a pesquisa inserindo outras produções de queijo do Estado da Paraíba, bem como, que possam ser comparados os ODS que cada uma dessas empresas, que produzem queijos artesanais estão trabalhando de modo que exista o desenvolvimento local sem gerar maiores danos ambientais para a população, no futuro.

## Agradecimentos

Ao CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico), pela bolsa de estudos e auxílio financeiro que possibilitou a dedicação ao projeto de pesquisa na graduação e a operacionalização do estudo.

## Referências

- The 2030 Agenda for Sustainable Development. (2021). Plataforma agenda 2030. <<http://www.agenda2030.com.br/sobre/>> .
- Anderson, J. C. & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological bulletin*, 103(3), 411.
- Andrade da Silva, E. R. (2018). Coordinator. Agenda 2030: National goals for sustainable development goals.
- Araújo, J. P. A. et al. (2020). A historical-critical analysis of the development of Brazilian standards related to artisanal cheeses. *Brazilian Archives of Veterinary Medicine and Animal Science*, 72(5), 1845-1860.
- Caldas, A. S.; Araújo, C. C. de; Coury, R. L. M. (2017). Geographical Indications (IGS) as a Territorial Development Strategy: challenges and potential in the district of maragogipinho, aratuípe, ba. *Economic Development Review*, Salvador, 3(38), 81-108.
- Cruz, F. N. (2020). *Sustainability Management and Project Management: ways to integrate the Sustainable Development Goals (SDGs) into the organizations' policies*. *Interdisciplinary Journal of Social Management*, 9 (3).
- Dias, S. (2016). From the countryside to the table: limits and possibilities of a Sustainable Gastronomy.
- Fazenda Carnaúba (c2021). <<https://fazendacarnauba.com/>>.
- Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Gil, A. C. (2008). *Methods and techniques of social research*. 6. ed. São Paulo: Atlas.
- Gimene, M. H. S. G. & De Moraes, L. P. (2012). Places of tradition and innovation in regional cuisine. *Geographic Atelier*, 6 (3), 148-162.
- Hair, J. F. et al. (2015). *Multivariate data analysis*. Pearson Prentice Hall. 7th Edition.
- Jannuzzi, P. M. & De Carlo, S. (2019). From the millennium development agenda to sustainable development: opportunities and challenges for planning and public policies in the 21st century. *Bahia Analysis & Data*, 28 (2), 6-27.
- Maffessoni, E. C. (2018). The production of mountain cheese in the municipality of Bom Jesus (RS) from the perspective of tourism foreseen in the sustainable development objectives of the UN.
- Marconi, M. de A. & Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentals of Scientific Methodology*. 5. ed. São Paulo: Atlas.
- Martins, U. M. O. et al. (2016). Experiences with local gastronomy: a case study on the Slow Food movement and gastronomic tourism in the city of Recife - Brazil: a case study on the slow food movement and gastronomic tourism in the city of Recife, Brazil. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, [SL], 14(1), 229-241. University of La Laguna. <http://dx.doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.015>
- Medeiros, M. L. & Passador, J. L. (2008). Geographical Indications and Tourism: possibilities in the Brazilian context. *Contemporary Perspectives*, 10 (3), 56-79, 2015.
- Montanari, Massimo. *Food as Culture*. São Paulo: Senac.
- United Nations In Brazil. About our work to achieve the Sustainable Development Goals in Brazil. <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>.
- Nascimento, D. C. do & Chacon, S. S. (2016). Sustainability in the Metropolitan Region of Cariri - RMC: analysis based on the millennium development goals - MDGs. *Society & Nature*, 28 (3), 443-456.
- Nascimento, F. R. F. do. (2018). Brasil ODS: a collaborative model to support the achievement of the UN's sustainable development goals.
- United Nations Organization. (2016). *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. [http://www.itamaraty.gov.br/images/ed\\_desenvsust/Agenda2030-completo-site.pdf](http://www.itamaraty.gov.br/images/ed_desenvsust/Agenda2030-completo-site.pdf).
- Paré, G. et al. (2015). Synthesizing information systems knowledge: A typology of literature reviews. *Information & Management*, 52, 183-199. DOI: 10.1016/j.im.2014.08.008.
- Pereira, J. K. C., Maia, N. S. et al. (2020). Gastronomy as a strategy for the tourism promotion of Minas Gerais. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, 10(1), 68-84.
- Pereira, A. S., Shitsuka, D. M. et al. (2018). *Metodologia da pesquisa científica*.



- Prodanov, C., Freitas, E. (2013). Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. Novo Hamburgo: Editora Feevale
- Ramos, D. M. & Costa, C. M. (2017). Tourism: evolution trends. *PRACS: Electronic Journal of Humanities of the Social Sciences Course at UNIFAP*, 10 (1), 21-33.
- Roma, J. C. (2019). The Millennium Development Goals and their transition to sustainable development goals. *Science and culture*, 71 (1), 33-39.
- Schwab, K. & Malleret, T. (2020). Covid-19: the great reset. Geneva: Forum Publishing. <http://reparti.free.fr/schwab2020.pdf>.
- Silva, F. S. S. & Silva, E. O. (2016). Socioeconomic and cultural importance of artisanal cheese production for rural development in Nossa Senhora da Glória-SE.
- Silva-Melo, M. R. et al. (2019). Sustainable Tourism: alternative for the development of the APA Baía Negra, Pantanal of Mato Grosso do Sul. *Revista Brasileira De Ecoturismo (RBEcotur)*, 12 (5).
- Simon, et al. (2016). Regional gastronomy and tourism as elements that strengthen cultural identity in the face of the tension between the global and the regional. *Revista Cenário, Brasília*, 3 (5), 153-168. <https://periodicos.umb.br/index.php/revistacenario/article/view/15223>.
- Souza, G. B. de. (2018). An analysis of gastronomic tourism based on Unwto initiatives.
- Souza Minayo, M. C. (2017). Amostragem e saturação em pesquisa qualitativa: consensos e controvérsias. *Revista pesquisa qualitativa*, 5(7), 1-12.
- Venâncio, T. M. (2017). Connections between global and national agendas for sustainable development: case study on the period between the Brazilian Agenda 21, the MDG Agenda and the transition to the Post-2015 Global Agenda.
- Yin, R. K. (2015). Case Study: Planning and methods. Bookman Publisher.