

CULTURA E IDENTIDADE NO CONTEXTO DE CIDADES CRIATIVAS NA AMAZÔNIA

CULTURE AND IDENTITY IN THE CONTEXT OF CREATIVE CITIES IN THE AMAZON

CULTURA Y LA IDENTIDAD EN EL CONTEXTO DE LAS CIUDADES CREATIVAS EN LA AMAZONÍA

*Mayana de Albuquerque Vasconcellos
Marcia Cristina Ribeiro Gonçalves Nunes*

Resumo: O presente artigo tem como objetivo analisar a cultura e a identidade urbana que deu origem a criação de Belém como cidade criativa da gastronomia. O artigo debate a abordagem de economia criativa e seus desdobramentos que dão suporte para a criação de cidades criativas, e em particular para as cidades criativas da gastronomia. Reis (2000) aborda que o modelo de cidade criativa surgiu no contexto teórico de economia criativa e se apresenta como uma das possibilidades de desenvolvimento de cidades baseadas na cultura do lugar e nos seus pequenos e particulares negócios. O debate iniciado por Reis (2000) mostra que o talento, os recursos naturais e os serviços peculiares do lugar podem ser a força motriz para o desenvolvimento de uma cidade criativa. Assumindo Belém como cidade criativa da gastronomia e, portanto, um caso para estudo, optou-se por priorizar a relação da cidade com o açaí, fruto que faz parte da cultura alimentar da cidade. A pesquisa mostra que o açaí tem sido um alimento fundamental para o fortalecimento da cultura e identidade de Belém, mesmo que a população tenha incorporado novas formas de consumo, o que a literatura chama de gourmetização. O artigo destaca, todavia, que a cultura e identidade na produção e consumo do açaí in natura continua muito forte na cidade.

Palavras-chave: Cultura e Identidade urbana. Cidade criativa. Gastronomia.

Abstract: This paper aims to analyse the culture and urban identity that rose creation of Belém as a creative city of gastronomy. The paper discusses the creative economy approach and its developments that support creation of creative cities, and particularly the creative city of gastronomy. Reis (2000) states that the creative city model emerged in the theoretical context of creative economy and shows itself as one of the possibilities for development of cities based on the culture of the place and its small and private businesses. The debate started by Reis (2000) shows that talent, natural resources and the unique services of the place can be the driving force for the development of a creative city. Assuming Belém as a creative city of gastronomy and, therefore, a case study, the study prioritized the city's relationship with açaí, a fruit that is part of the city's food culture. The research shows that açaí has been a fundamental food for strengthening the culture and identity of Belém, even though the population has incorporated new forms of consumption, which the literature calls gourmetization. The paper highlights, however, that the culture and identity in the production and consumption of açaí in nature form remains very strong in the city.

Keywords: Urban culture and identity. Creative city. Gastronomy.

Resumen: este artículo tiene como objetivo analizar la cultura y la identidad urbana que dieron origen a la creación de Belém como ciudad creativa de la gastronomía. El artículo analiza el enfoque de la economía creativa y sus desarrollos que apoyan la creación de ciudades creativas y, en particular, la ciudad creativa de la gastronomía. Reis (2000) afirma que el modelo de ciudad creativa surgió en el contexto teórico de la economía creativa y se presenta como una de las posibilidades para el desarrollo de ciudades a partir de la cultura del lugar y sus pequeños y particulares negocios. El debate iniciado por Reis (2000) muestra que el talento, los recursos naturales y los servicios propios del lugar pueden ser el motor para el desarrollo de una ciudad creativa. Asumiendo Belém como ciudad creativa de la gastronomía y, por tanto, caso de estudio, optamos por priorizar la relación de la ciudad con el açaí, fruta que forma parte de la cultura alimentaria de la ciudad. La investigación muestra que el açaí ha sido un alimento fundamental para el fortalecimiento de la cultura y la identidad de Belém, aunque la población haya incorporado nuevas formas de consumo, lo que la literatura llama gourmetización. El artículo destaca, sin embargo, que la cultura y la identidad en la producción y consumo de açaí fresco siguen siendo muy fuertes en la ciudad.

Palabras clave: Cultura e Identidad Urbana. Ciudad creativa. Gastronomía.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo objetiva analisar a cultura e a identidade urbana que deu origem a criação de Belém como cidade criativa da gastronomia. Especificamente, busca identificar quais elementos da identidade local têm se fortalecido na lógica de cidade criativa. Consiste, também, em compreender como a cidade de Belém tem se apresentado como representante de um modelo de cidades criativas e quais as características da identidade local que se apresentaram para que fosse inserida nesse contexto.

Segundo Reis (2000), a discussão de cidade criativa advém da economia criativa que a entende como uma das possibilidades de desenvolvimento de cidades que tem como base a cultura e os pequenos negócios singulares do lugar. A autora cita que a criatividade, o talento, os recursos naturais, e os produtos e serviços peculiares do lugar podem ser a força motriz para o desenvolvimento de uma cidade criativa.

Estudos sobre cultura alimentar, cidades criativas e desenvolvimento local ainda são raros. Existem lacunas nas discussões sobre os modelos adotados pelas cidades para promover disponibilidade, acesso e impactos no bem-estar das pessoas por meio de uma cultura alimentar. Ainda são incipientes os estudos sobre os modelos adotados pelos municípios brasileiros para o desenvolvimento das cidades que fortaleçam a cultura alimentar local. Assim

sendo, a correlação entre os debates sobre cidade criativa e cultura alimentar se apresentam inovadores.

O presente artigo é derivado de uma investigação que tem o Estudo de Caso enquanto método e a pesquisa bibliográfica como procedimento para a construção histórica e a análise contextual. Belém foi escolhida como caso de estudo por ser uma cidade onde as discussões sobre a cultura e identidade amazônica enfatizam suas particularidades. Outro importante motivo de escolher Belém como caso para estudo é o fato de a cidade ter obtido o selo UNESCO de cidade criativa da gastronomia. Dentre outros motivos, destaca-se que Belém foi diagnosticada como uma cidade com grande potencial para recebimento do turismo em massa e que, por isso, passou a se organizar em termos de infraestrutura.

Na verdade, enquanto cidade turística, Belém é reconhecida por sua culinária rica em diversidade e diferenciação em função dos recursos naturais locais utilizados. Frutas, ervas e peixes regionais são importantes e diferenciados insumos utilizados na culinária paraense. Dentre os frutos de destaque da cultura alimentar da cidade, tem-se o açaí.

A partir dos anos de 1990, o açaí passou a receber apoio financeiro para que os pequenos produtores de áreas de várzea passassem a produzi-lo, sobretudo nos municípios com áreas propícias para seu cultivo e que tem Belém como principal cidade consumidora. A produção de açaí cresceu substancialmente no estado do Pará entre os anos de 1990 e 2020. Com esse apoio, o açaí, a partir dos anos 2000, saiu das fronteiras do Pará e hoje é um fruto conhecido internacionalmente. Destaca-se, porém, que o fruto é consumido de forma diversificada em outros estados e em países para onde é exportado. No Pará e, particularmente em Belém e municípios, seu consumo é predominantemente baseado na culinária e cultura alimentar local. Fora do Pará, o açaí entra na rota da gourmetização. Destaca-se, entretanto, que nos últimos anos, o uso do fruto e suco de açaí passaram a ser gourmetizados também em Belém, e no Pará como um todo, mesmo que ainda em um

processo inicial. De todo esse movimento, o que emerge é a seguinte questão: o aumento da produção e diversificação do consumo influenciam na mudança de cultura e identidade alimentar local?

O artigo está estruturado em duas seções, além da introdução e considerações finais. A primeira seção analisa o papel da UNESCO como órgão internacional que reconhece as diferenciações das cidades na lógica criativa. A segunda seção analisa como a cidade de Belém, a partir da cultura, entra no circuito do modelo de cidades criativas, e as características identitárias para o desenvolvimento local.

2 A UNESCO E O MODELO DE CIDADES CRIATIVAS

A economia criativa tem emergido como um campo dinâmico que destaca a importância da criatividade, inovação e conhecimento no desenvolvimento econômico.

As primeiras teorias e pesquisas sobre cidades criativas se propagaram nos anos 90. No entanto, segundo Depiné (2023), apenas após 2002 houve realmente maior repercussão desse debate, inclusive no cenário global. Fundamental foi o debate iniciado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) que, em 2004, criou a Rede de Cidades Criativas com o objetivo de promover a cooperação com e entre as cidades que identificaram a criatividade como um fator estratégico para o desenvolvimento urbano sustentável.

Reis (2012) diz que o conceito de cidade criativa se desdobra a partir do termo economia criativa. O conceito de cidade criativa no Brasil toma proeminência em 2004, durante um dos encontros quadrienais da UNCTAD da ONU, quando foi criado o “consenso de São Paulo”, que estabeleceu que a maior garantia das vantagens de um lugar é a criatividade das pessoas. Na esteira desse consenso, em 2005, o governo brasileiro tentou criar um centro da cultura e economia criativa, mas não deu certo. Em 2009, a cultura e economia criativa entram como parte dos cinco eixos norteadores das conferências nacional,

estaduais e municipais de cultura. Reis (2012) ressalta que o conceito de economia criativa bebeu de outras fontes e de outros conceitos e hoje se apresenta sob diversas formas, abrangendo ciência e tecnologia, cultura, turismo e instituições acadêmicas ou culturais da economia do conhecimento. A economia criativa enfoca tecnologias de ponta, porém, nem todos os setores criativos são intensivos em tecnologias de ponta ou em direitos industriais, como por exemplo, artesanato e folclore.

Depiné (2023) apresenta outra abordagem, em que defende que cidade criativa representa um lugar onde as pessoas criam soluções e oportunidades que equilibram tradição e inovação na cidade. Para Depiné, o precursor do conceito de cidade criativa foi o urbanista Charles Landry que diz que a crise nas cidades contemporâneas tem soluções para os problemas urbanos caso haja ações que despertem a curiosidade, imaginação e criatividade de seus cidadãos (Depiné, 2023).

A economia criativa herda da economia da cultura a valorização da autenticidade e do intangível cultural único e inimitável, o que abre as comportas das aspirações dos países em desenvolvimento a ter um recurso abundante em suas mãos.

Reis (2012) destaca a existência de três vieses no debate sobre economia criativa. O primeiro compreende as formas mais tradicionais, tais como a música, dança, literatura, artes, artesanato, softwares, arte e mídia. O segundo envolve as indústrias necessárias à concretização das cadeias culturais, tais como edições de livros e revistas, televisão e rádio, jornais e filmes. O terceiro envolve as indústrias que tenham algum conteúdo cultural, a exemplo de propaganda, arquitetura e turismo.

Enfim, uma definição clara da cidade criativa se difere dos modelos econômicos tradicionais. A teoria da economia criativa se refere a um quadro econômico que enfatiza a criatividade, o conhecimento e o capital intelectual no impulsionamento do crescimento econômico e desenvolvimento (Reis, 2012). O conceito de economia criativa ganhou destaque no final do século XX

e início do século XXI, à medida que as economias começaram a se deslocar de modelos tradicionais baseados em manufatura para estruturas mais centradas em conhecimento e informação.

2.1 A cidade como lugar da cultura e da diversidade

A cidade enquanto espaço de habitat humano e conformada por um modo de vida próprio é construída dentro de um contexto histórico e social em que a economia, a cultura e o meio ambiente são dimensões fundamentais. As cidades são produtos da interrelação dessas dimensões, seja por dentro do próprio território, seja de sua relação com outros espaços e territórios locais e globais.

Ainda que não se possa generalizar, a conformação das cidades mais populosas na Amazônia se reconfigura particularmente a partir dos anos de 1970, quando os grandes projetos industriais e de infraestrutura chegaram até a região. As cidades se tornam predominantemente urbanas, e as de médio porte populacional têm, em geral, um modelo híbrido entre estrutura urbana e rural, enquanto as cidades menores são aquelas cujas raízes e tradições do modo de vida rural sobressaem. Destaca-se, todavia, que existem diversas tipologias de cidades na Amazônia a depender do ponto de vista analítico que as interpretam. Pode-se dizer que há cidades ribeirinhas, históricas, interiores, urbano-industriais, rurais e de diversas outras tipologias.

As cidades-capitais são aquelas com maior influência urbano-industrial e de oferecimento de serviços. Todavia, historicamente são conformadas numa relação muito forte com o meio ambiente natural e cultural, uma vez que as populações que inicialmente a constituíram são resultantes de uma miscigenação de raças e culturas, ao tempo que foram erigidas sempre próximas aos rios e florestas.

Dentre essas cidades, tem-se a cidade de Belém, capital do estado do Pará, composta por uma área continental e outra insular (com 42 ilhas) e que foi erigida a partir das margens do Rio Guamá. Essas características são muito

significativas, uma vez que demonstram que Belém possui intrínseca relação com as águas e, por conseguinte, com outros municípios e cidades, particularmente as chamadas cidades ribeirinhas, por via aquática.

Economicamente, Belém passa por diversas fases que vão desde a exploração das drogas do sertão, borracha, castanha, madeira e pesca, até chegar a era dos grandes projetos de infraestrutura e das indústrias e agroindústrias, incluindo a pecuária e a produção agrícola, todos voltados predominantemente para o mercado externo. Destaca-se, no entanto, na economia local e mercado interno, a pequena produção agrícola e familiar que cultiva produtos da cultura alimentar local como a farinha, o milho, o arroz e espécies frutíferas a exemplo do cacau, coco, acerola e açaí.

Em busca de alternativas de desenvolvimento voltadas para a população interna com base nas potencialidades locais, desde os anos de 1990, tem-se políticas públicas e financiamento que se direcionaram para o turismo e pequena produção agrícola. Belém passou a se organizar para entrar na rota do turismo regional amazônico e as cidades ao seu redor passaram a receber apoio para a produção de açaí até então fortemente baseada no extrativismo de áreas de várzea. Dentre outros motivos para esse direcionamento, teve-se a necessidade de se buscar alternativas de desenvolvimento local dentro da abordagem de sustentabilidade ambiental. Belém foi diagnosticada como uma cidade com grande potencial para recebimento de turismo de massa, passando a se organizar com infraestrutura para tal.

Na linha do turismo, engajou-se nas tradições regionais, dentre as quais a sua culinária, rica em diversidade e diferenciação em função dos recursos naturais locais utilizados. Frutas, ervas e peixes são os insumos mais diferenciados utilizados na culinária paraense. A partir da infraestrutura edificada, o turismo em Belém e no Pará como um todo teve um significativo crescimento.

3 BELÉM COMO CIDADE CRIATIVA DA GASTRONOMIA

A diversidade e singularidade da culinária paraense têm sido cada vez mais reconhecidas internacionalmente, com Belém sendo nomeada "Cidade Criativa da Gastronomia" pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) em 2015. O selo Cidade Criativa é concedido pela UNESCO para cidades que assumem o compromisso de implementar planos de desenvolvimento baseado na criatividade e na cultura.

Iniciativas de preservação e promoção da culinária paraense, juntamente com a inovação e a criatividade de chefs locais, estão ajudando a manter viva a rica tradição gastronômica e a levá-la para o mundo. A produção e o comércio de açaí são importantes para a economia local, proporcionando meios de subsistência para agricultores, extrativistas e pequenos comerciantes em toda a Amazônia (Sales, 2020).

Antes da fundação oficial de Belém do Pará em 1616, a região onde a cidade está localizada já era habitada por povos indígenas, especialmente das etnias tupinambá e tupiniquim. Esses povos tinham uma cultura rica e diversa, baseada na agricultura de subsistência, na pesca e na coleta de frutos da floresta.

Os primeiros registros de exploração europeia na região remontam ao final do século XV, quando os portugueses começaram a explorar a costa brasileira em busca de rotas comerciais para as Índias Orientais. Nessa época, a região amazônica era conhecida pelos exploradores europeus como "Grão-Pará". Em 1616, a expedição portuguesa liderada por Francisco Caldeira Castelo Branco chegou à região e fundou o Forte do Presépio de Santa Maria de Belém, dando início à colonização oficial da área (Sales, 2020). O local foi escolhido estrategicamente devido à sua localização próxima à foz do rio Amazonas, facilitando o controle do acesso à vasta bacia amazônica. A partir da fundação do Forte do Presépio, a região começou a se desenvolver como um importante centro administrativo, comercial e religioso da Amazônia. Com o passar dos anos, Belém cresceu e se tornou uma cidade próspera, influenciada pelas

culturas europeia, indígena e africana, que deixaram suas marcas na sociedade, na arquitetura e na culinária da região (Sales, 2020).

Estudos sobre a cultura e a identidade alimentar, cidades criativas e desenvolvimento local ainda são raros. Ainda há lacunas nas discussões sobre os modelos adotados pelas cidades para promover disponibilidade, acesso e impactos na saúde e bem-estar das pessoas por meio de uma cultura alimentar. Análises preliminares sobre os modelos adotados pelos municípios brasileiros para o desenvolvimento das cidades que fortaleçam a cultura alimentar local ainda é incipiente.

O elevado crescimento da população nas áreas urbanas põe em risco a saúde humana, o acesso à água e aos alimentos, dentre outros. As preocupações iniciais sobre cidades saudáveis têm sido predominadas pelas discussões sobre o ambiente natural e seus impactos na saúde humana. Preocupa-se muito com o acesso e a disponibilidade de água e saneamento básico, gestão dos resíduos sólidos etc. As discussões sobre acesso e disponibilidade de alimentos são mais recentes, sobretudo em sociedades em desenvolvimento.

Segundo Sen (2000), o desenvolvimento precisa ser incorporado nos estudos sobre pessoas que vivem na condição de vulnerabilidade, pois se precisa pensar nas diversas formas de liberdade, dentre elas, a liberdade de escolhas. No entanto, na visão do autor, a liberdade deve ser medida em termos de "capacidade de uma pessoa para fazer coisas que ela tem razão em valorizar". Para o autor, a evolução do conceito de liberdade no pensamento ocidental apresenta elementos que demonstram a validade das formulações no contexto em que vivemos. A garantia da liberdade, a partir de um mínimo de igualdade material, é um fator necessário à ideia de desenvolvimento. O autor enfatiza os reais fatores de diminuição de desigualdade social que ensejarão no desenvolvimento social, e cita que quanto maior o grau de desenvolvimento de cada um dos cinco elos de liberdade, tanto mais livre será a sociedade.

A disponibilidade e o acesso a alimentos não significa uma alimentação saudável. A parte predominante da discussão sobre disponibilidade e acesso a

alimentos esteve, até 2010, centrada na produção rural e no combate à pobreza econômica, o que é natural em face do nível de pobreza e fome existente no mundo. Ao traçar novos objetivos para o desenvolvimento sustentável, a ONU apresenta com mais clareza a preocupação com o tipo de alimentação necessária à população que precisa da construção de comunidades e cidades sustentáveis e mais saudáveis (Onu, 2015). No entanto, trabalhos sobre a segurança alimentar e melhoria da nutrição em áreas urbanas ainda são raros. Tem-se a compreensão da necessidade de aprofundamento destas questões através de pesquisas futuras, em grandes cidades.

Assim, ocorrem mudanças do padrão da cultura alimentar. O modo de vida urbano privilegia alimentos processados, pois esses passam a ser mais acessíveis e fáceis de serem consumidos dentro de um modelo em que o fator tempo influencia na escolha. É preciso rever a forma da alimentação para uma mudança mais saudável. O modo de vida urbano requer dos trabalhadores pressa para o exercício de suas atividades laborais. O foco no trabalho se sobrepõe a tudo o que se necessita para uma vida mais elaborada, com qualidade.

Verifica-se atualmente que a vida no meio urbano, com um ritmo acelerado, faz com que as pessoas adoçam mais, como consequência do aumento da obesidade e de outras doenças crônicas, tais como diabetes, gastrites etc.

3.1 Cultura e identidade como fatores da rede gastronômica dos alimentos tradicionais de Belém

As Cidades Criativas da Unesco estão inseridas em uma plataforma internacional de intercâmbio de experiências ligadas ao desenvolvimento urbano sustentável, onde se estimula a colaboração entre as cidades para a implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 (Sebrae, 2015).

No contexto de uma cidade criativa como Belém, a cultura alimentar e a identidade regional desempenham papéis essenciais na promoção do desenvolvimento econômico, turístico e cultural sustentável (Sebrae, 2015).

Vários elementos contribuem para uma cidade entrar na rota gastronômica, notadamente quando a comida é reconhecida como parte integrante do patrimônio cultural imaterial da cidade. A comida reflete a história, as tradições e a diversidade da região e proporciona uma experiência autêntica aos moradores e visitantes. O açaí é considerado um patrimônio cultural da Amazônia e tem raízes profundas na tradição alimentar dos povos indígenas da região, que o consomem há séculos como uma fonte de alimento nutritivo e energético (Sebrae, 2021).

Um importante elemento que contribuiu para Belém adentrar na rota de cidades criativas é sua Criatividade e Inovação. Os chefs e empreendedores gastronômicos belenenses têm explorado a criatividade e a inovação ao incorporarem ingredientes locais (peixes, frutos, folhas, ervas, dentre outros) e técnicas tradicionais (cortes, misturas e moqueio, por exemplo) em pratos contemporâneos. Isso não apenas preserva a autenticidade da culinária, mas também a torna relevante e atrativa para um público mais amplo.

A busca por novas formas de desenvolvimento com inclusão social e baseadas na tradição local foi outro elemento importante no reconhecimento de Belém. Entende-se que a gastronomia é um motor importante para o desenvolvimento econômico local com a inclusão social, uma vez que envolve pequenos produtores e pequenos negócios que são características da cidade. Ao promover a culinária regional, a cidade cria oportunidades de trabalho, emprego e empreendedorismo, especialmente para pequenos produtores e fornecedores de alimentos locais. Dentre esses empreendedores, se incluem as chamadas "boieiras do Ver-o-Peso", que são cozinheiras que possuem pequenos boxes de venda de alimento na feira do Ver-o-Peso, a maior feira a céu aberto de toda América latina (Sebrae, 2021).

O quarto elemento foi a perspectiva de se desenvolver o Turismo Cultural. De fato, estudos da Paratur indicam que a gastronomia é um dos principais atrativos para os turistas que visitam Belém. A cidade tem capitalizado sua identidade gastronômica única para atrair visitantes interessados em explorar os sabores e tradições locais. Festivais gastronômicos, rotas culinárias e experiências de degustação são algumas das maneiras pelas quais Belém adentra no turismo cultural em torno de sua gastronomia, identidade e Coesão Social (Sebrae, 2015).

Com efeito, a gastronomia desempenha um papel importante na construção da identidade e coesão social dentro da comunidade local. Ela serve como um ponto de encontro para moradores de diferentes origens e gerações, promovendo um senso de orgulho e pertencimento à cultura (Sebrae, 2015). Em síntese, no contexto de uma cidade criativa, a cultura alimentar paraense e a identidade regional na gastronomia são recursos valiosos que podem ser aproveitados para promover o desenvolvimento sustentável, a diversidade cultural e a vitalidade econômica e social de Belém.

3.2 O açaí como identidade na gastronomia de Belém como cidade criativa

O açaí desempenha um papel significativo na identidade gastronômica de Belém e na cultura paraense como um todo, contribuindo para o destaque da cidade como uma Cidade Criativa da Gastronomia. O açaí é muito mais do que apenas uma fruta na culinária paraense; ele representa uma conexão profunda com a natureza, a tradição cultural, a identidade e história da região. Mourão (2011), por exemplo, diz que as primeiras aparições do consumo do açaí foram no século XVII, em relatos de padres franceses missionários que se encontravam na região. A mesma autora relata que, desde aquela época, o consumo do açaí estava ligado à cultura de grupos indígenas e de suas relações com a floresta e com o seu lugar de origem, inclusive com o imaginário que permeia tais grupos. Tem-se, segundo Mourão (2011), a lenda do açaí que "associa a apropriação e uso dos frutos a uma situação de crise

alimentar e, portanto, de subsistência”. No século XIX, referências sobre o açaí continuavam a ser realizadas em sua relação com a pobreza da população, que o utilizava como alimento para satisfazer suas necessidades alimentares (Macêdo, 2016).

Os relatos já relacionavam o consumo do açaí com outros alimentos como o peixe, camarão, guaraná e farinha de mandioca, sobretudo nas áreas interioranas do estado do Pará (Macêdo, 2016). O consumo do açaí já era uma realidade em Belém, mas com o incremento de outros alimentos e forma de consumo, particularmente a inserção de açúcar e o hábito de saboreá-lo gelado. Dentro desta linha de raciocínio, segundo a mesma autora, tinha-se a população pobre interiorana ou de Belém consumindo açaí com peixe, camarão e farinha, e a classe social mais abastada o consumindo com açúcar e gelado. Assim, o açaí vem sendo consumido pela população Amazônica e em especial pela população paraense por séculos, seja ela do interior ou da capital.

Segundo o IBGE (2021), o estado do Pará produziu em 2018 1 milhão e 440 mil toneladas de Açaí, o que corresponde a 95% da produção brasileira de açaí, sendo que Igarapé-Miri é o município paraense que liderou na produção do fruto. A área cultivada no estado é de quase 200 mil hectares (Freitas; Carvalhaes; Bezerra, 2021). No entanto, para manter essa produção, são necessários investimentos na melhoria da qualidade do fruto, o que envolve grandes investimentos para a sustentabilidade da atividade produtiva, com a adoção de práticas de produção sustentáveis.

Segundo Freitas, Carvalhaes e Bezerra (2021), a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), tem direcionado várias atividades de capacitação e treinamento ao produtor de açaí de áreas ribeirinhas, sendo importante na utilização de tecnologias de mínimo impacto ambiental, no manejo de áreas de produção e no investimento em programa de melhoramento genético para produzir em áreas de terra firme, com bons níveis de produtividade de frutos.

No entanto, existem os desafios para a melhoria do açaí no mercado, principalmente no que se refere a falta de infraestrutura para produção e armazenamento do fruto. Isto porque o açaí é um produto perecível e os mercados emergentes para açaí, como o de cosméticos/nutracêuticos, exigem conservação adequada para manutenção dos teores de antocianinas. Além disso, os estudos da EMBRAPA apontam a falta de regulação do preço ao longo da cadeia como um fator limitante ao desenvolvimento da produção, por haver muitas distorções nos preços, causadas pela força no mercado dos grandes atravessadores e compradores que acabam dominando o escoamento dos frutos.

O hábito alimentar vai passando de geração a geração. Inicialmente, pequenos pontos de venda indicavam a disponibilidade do açaí por via de colocação de uma bandeira vermelha em frente ao comércio. Esse costume ainda prevalece, sobretudo nas cidades do interior do estado ou nos bairros menos centrais das capitais, particularmente Belém. Em algumas cidades, há prevalência de venda na parte da tarde, e em outras, a venda ocorre no horário da manhã e almoço. Com o desenvolvimento urbano, hoje já é comum encontrar à venda o dia inteiro.

O açaí é um alimento tradicional que é consumido de diversas formas na culinária paraense, sendo que na atualidade é mais comumente servido na forma de "açaí na tigela", uma preparação cremosa do fruto do açaizeiro.

Seu consumo está profundamente enraizado na identidade cultural paraense, refletindo a conexão das pessoas com a natureza e os recursos naturais da Amazônia. Simboliza um estilo de vida saudável e ativo e é celebrado em festivais e eventos culturais em toda a região.

A produção e o comércio de açaí são importantes para a economia local, proporcionando meios de subsistência para agricultores, extrativistas e pequenos comerciantes em toda a Amazônia.

Atualmente, o açaí é amplamente consumido de forma gourmetizada, podendo ser encontrado em uma variedade de produtos derivados, como sucos, sorvetes, barras energéticas e suplementos alimentares (Macêdo, 2016). O açaí ganhou reconhecimento internacional como um superalimento devido às suas propriedades antioxidantes e nutritivas, impulsionando sua popularidade em todo o mundo e aumentando a demanda pelo produto.

Chêne Neto (2012) aponta que todo esse reconhecimento do açaí levou à gourmetização, quando esse fruto chamou maior atenção na gastronomia e foi usado em maior escala na Amazônia e em outras cidades, bem representado por chefs de cozinha, empresários e gestores públicos em escala global, o que ressalta a valorização da identidade e cultura regional. Seu status como um "superalimento" rico em antioxidantes, ácidos graxos essenciais e outros nutrientes o tornou extremamente popular em todo o mundo, impulsionando a indústria do açaí e contribuindo para sua disseminação global (Sales, 2020).

A criatividade na culinária paraense também se estende ao açaí, com chefs locais experimentando novas formas de incorporar o fruto em pratos e sobremesas contemporâneas, além de misturas com outros ingredientes regionais.

É importante que Belém faça parte da rota de cidade criativa. Apesar de o conceito de cidade criativa ter se originado por meio da economia criativa, o mesmo não se pauta somente na economia e, para seu desenvolvimento, o ponto-chave são os recursos culturais (Depiné, 2021). Como cita Depiné (2021), a capacidade criativa de um local depende de sua história, cultura, forma e condições operacionais, formando um conjunto que define o caráter da cidade. Recursos culturais como a linguagem, a gastronomia, as opções ou as preferências de lazer, e as tradições estabelecidas formam o *background* criativo que particulariza cada espaço urbano.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, objetivou-se analisar as especificidades da cidade de Belém como um lócus que passou para o circuito de cidades criativas, particularmente, cidades criativas da gastronomia, e quais elementos da cultura e identidade local têm se fortalecido com a implementação dessa lógica de desenvolvimento.

A partir das ideias de Reis (2000), identificou-se que o modelo de cidade criativa realmente cria possibilidades de desenvolvimento de cidades baseadas no fortalecimento da cultura e identidades locais. No entanto, a gestão pública deve incentivar atividades que reforcem a criatividade, o talento, os recursos naturais, e os produtos e serviços peculiares do lugar que possam servir de força motriz para o desenvolvimento de uma cidade criativa. Ou seja, precisa que haja ações públicas voltadas ao incentivo aos talentos e novas descobertas rumo ao desenvolvimento das cidades que fortaleça a cultura alimentar local.

No caso da cidade de Belém, nota-se esforços para o seu fortalecimento desde que entrou na rota do turismo regional amazônico em busca de alternativas de desenvolvimento local na abordagem da sustentabilidade ambiental. A partir da entrada na rota de cidades criativas, Belém se destacou ainda mais na culinária, e reforçou as tradições regionais e a rica diversidade de insumos utilizados nos pratos. Várias outras cidades próximas receberam apoio para a produção de açaí, até então fortemente baseada no extrativismo do fruto em áreas de várzea.

Conclui-se que, para uma cidade atingir seu objetivo de ser cidade criativa, precisa, antes de tudo, ter um planejamento que atenda um modelo de gestão que considere o conhecimento local, a cultura e a identidade, ou seja, identificar seus recursos naturais e pensar em formas sustentáveis no uso e gestão desses recursos. É fato que a história, a cultura e a identidade das pessoas sejam levadas em consideração, mas como um processo que incorpore as mudanças e as formas de reinvenção da vida que nela habita. As pessoas precisam ter a liberdade de criar e recriar como agentes de seus

próprios destinos e talentos. Como cita Depiné (2021), as cidades criativas estimulam o potencial criativo de organizações e pessoas, produzindo efervescência cultural e permitindo um fluxo rico e diversificado de ideias na população.

REFERÊNCIAS

CHÊNE NETO, Guilherme Bemerguy. **A Gourmetização da Comida: a globalização alimentar e o caso de Belém\PA**. 2021. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2021. 166 f.

DEPINÉ, Ágatha; MEDEIROS, Denise; BONETTI, Giovani; VANZIN, Tarcísio. Cidades criativas e o componente cultural no desenvolvimento urbano. *In*: DEPINÉ; Ágatha; TEIXEIRA, Clarissa (orgs.). **Habitats de inovação: conceito e prática**. São Paulo: Perse, 2018.

DEPINÉ, Ágatha. A trajetória das cidades criativas. **Portal Urban Studies**. Disponível em: <https://urbanstudies.com.br/home/comunidade/especial-cidades-criativas>. Acesso em: 30 jan. 2021.

FREITAS, Dulcivania Gomes de; CARVALHAES, Mariana Aparecida; BEZERRA, Valeria Saldanha. **Boas práticas na cadeia de produção de açaí**. Brasília: SEBRAE/EMBRAPA, 2021.

MACÊDO, Sidiana da C. F. de. **A cozinha mestiça: uma história da alimentação em Belém (Fins do século XIX a meados do século XX)**. 2016. Tese (Doutorado em História Social da Amazônia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, Belém, 2016. 323 f.

MOURÃO, Leila. **Do Açaí ao palmito: uma história ecológica das permanências, tensões e rupturas no estuário amazônico**. Belém: Ed. Açaí, 2011. p. 186-187.

ONU BR – NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL – ONU BR. **A Agenda 2030**. 2015. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>. Acesso em: 2 dez. 2024.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Cidades Criativas – da teoria à prática**. São Paulo: editora Sesi, 2012. p. 17- 48.

SALES, Luciana Silva. A Construção da Identidade Nortista no Ato Comer e Cozinhar: uma perspectiva do Chef Paulo Martins na gastronomia regional paraense. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Pará (IHGP)**, Belém, v. 7, p. 124 - 142, 2020.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SEBRAE. **Negócios, Cultura e Identidade**: guia para empreender na economia criativa. Recife: SEBRAE, 2015. https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/Guia_Empreender_Economia_Criativa.pdf. Acesso em: 29 out. 2024.

SEBRAE. **Boas práticas na cadeia de produção de açaí**. Brasília: SEBRAE, 2021 Disponível em: <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/bitstream/doc/1135385/1/CPAF-AP-2021-Boas-praticas-cadeia-producao-acai.pdf>. Acesso em: 29 out. 2024.

UNESCO, 2002 – **Declaração universal sobre a diversidade cultural**. UNESCO. Disponível em: www.unesco.org/images/0012/001271/127160por.dpf. Acesso em: 26 abr. 2024.

SOBRE AS AUTORAS:

Mayana de Albuquerque Vasconcellos

Mestranda No Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente Urbano da Universidade da Amazônia (UNAMA). Graduada em Nutrição pela Universidade da Amazônia (UNAMA). Pós-Graduada (Latu Sensu) em Nutrição do Transtorno do Espectro Autista (TEA) pela Faculdade Metropolitana São Paulo.

ORCID iD: <https://orcid.org/0009-0001-5754-9243>

E-mail: mayanavasc@hotmail.com.

Marcia Cristina Ribeiro Gonçalves Nunes

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura (PPGCLC) e do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente Urbano (PPDMU) da Universidade da Amazônia (UNAMA). Pós-Doutoranda na Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa. Pós-Doutoranda na Universidade do Porto. Doutora em História Social da Amazônia pela Universidade Federal do Pará. Coordenadora dos seguintes Grupos de Pesquisas: A Casa Senhorial como Patrimônio Cultural (CNPq) e A casa: arquitetura e formas de morar (CNPq).

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-8345-3528>

E-mail: marcia.nunes@unama.br

Artigo recebido em: 30 nov. 2024. | Artigo aprovado em: 19 dez. 2024.