

**PAULA TURRA GRECHINSKI**

**A GASTRONOMIA ESLAVA EM IRATI COMO FORMA DE ATRATIVO TURÍSTICO**

**IRATI**

**2007**

**PAULA TURRA GRECHINSKI**

**A GASTRONOMIA ESLAVA EM IRATI COMO FORMA DE ATRATIVO TURÍSTICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Curso de Turismo, Setor de Ciências Sociais e  
Aplicadas, Universidade Estadual do Centro-  
Oeste, Campus de Irati – PR.

Orientadora: Profa. Ms. Poliana Fabíula Cardozo

**IRATI**

**2007**

Este trabalho é dedicado a todos os que valorizam as tradições de seus antepassados.

## **AGRADECIMENTOS**

À Prof.<sup>a</sup> Ms. Poliana Fabíula Cardozo, por sua dedicação e disponibilidade como orientadora, além do auxílio com materiais bibliográficos para a realização do trabalho.

Ao Prof. Ms. Alessandro de Melo, por suas oportunas e relevantes contribuições.

Aos entrevistados, pela cooperação ao proporcionar informações fundamentais para a realização da pesquisa.

À minha mãe, Lucile, e ao meu marido, Stephen, pelo apoio e auxílio em todas as etapas do trabalho.

## SUMÁRIO

|  |     |
|--|-----|
| <b>LISTA DE QUADROS</b> .....  | v   |
| <b>LISTA DE ILUSTRAÇÕES</b> .....  | vi  |
| <b>RESUMO</b> .....  | vii |
| <b>INTRODUÇÃO</b> .....  | 08  |
| <b>2 METODOLOGIA DE PESQUISA</b> .....   | 11  |
| <b>3 GATRONOMIA, CULTURA E INTERFACES COM O TURISMO</b> .....  | 15  |
| 3.1 TURISMO E PATRIMÔNIO CULTURAL: VIÉS COM A GASTRONOMIA .....  | 16  |
| 3.2 SERVIÇOS E ATRATIVOS NA COMPOSIÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA .....   | 20  |
| 3.3 RELAÇÃO DO TURISMO COM A GASTRONOMIA.....  | 21  |
| <b>4 IRATI E A IMIGRAÇÃO ESLAVA: MARCAS E IDENTIDADE CULTURAL</b> .....                                      | 25  |
| 4.1 A IMIGRAÇÃO ESLAVA E SUAS MANIFESTAÇÕES EM IRATI .....   | 27  |
| 4.2 A GASTRONOMIA ESLAVA EM IRATI.....   | 31  |
| <b>5 APRESENTAÇÃO DOS DADOS</b> .....  | 34  |
| 5.1 DADOS COLETADOS COM CLIENTES.....  | 34  |
| 5.2 DADOS COLETADOS COM PROPRIETÁRIOS .....  | 39  |
| 5.3 ANÁLISE DOS DADOS .....  | 40  |
| <b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....  | 49  |
| <b>REFERÊNCIAS</b> .....   | 51  |
| <b>FONTES ELETRÔNICAS</b> .....  | 53  |
| <b>APÊNDICES</b> .....   | 54  |
| APÊNDICE 1 – ROTEIRO DA ENTREVISTA APLICADA AOS PROPRIETÁRIOS<br>DOS RESTAURANTES PESQUISADOS EM IRATI ..... | 56  |
| APÊNDICE 2 – FORMULÁRIO APLICADO AOS CLIENTES DOS<br>RESTAURANTES PESQUISADOS EM IRATI .....                 | 58  |

## LISTA DE QUADROS

|   |    |
|---|----|
| QUADRO 1 - PERFIL DOS ESTABELECIMENTOS GASTRONÔMICOS<br>PESQUISADOS EM IRATI .....  | 12 |
| QUADRO 2 - IDADE X CONHECIMENTO SOBRE A GASTRONOMIA DA REGIÃO<br>.....  | 41 |
| QUADRO 3 - IDADE X INTERESSE DOS ENTREVISTADOS EM QUE OS<br>RESTAURANTES DE IRATI<br>SIRVAM COMIDA TÍPICA UCRANIANA E POLONESA..... | 41 |
| QUADRO 4 - GÊNERO X CONHECIMENTO SOBRE A GASTRONOMIA TÍPICA EM<br>IRATI .....   | 42 |
| QUADRO 5 - GÊNERO X INTERESSE EM QUE OS RESTAURANTES DE IRATI<br>SIRVAM COMIDA TÍPICA UCRANIANA E POLONESA.....                     | 42 |
| QUADRO 6 - CIDADE DE ORIGEM X CONHECIMENTO SOBRE A<br>GASTRONOMIA TÍPICA DA REGIÃO .....  | 43 |
| QUADRO 7 - CIDADE DE ORIGEM X INTERESSE EM QUE OS RESTAURANTES<br>DE IRATI SIRVAM COMIDA TÍPICA UCRANIANA E POLONESA.....           | 43 |
| QUADRO 8 - CIDADE DE ORIGEM DOS ENTREVISTADOS EM CADA<br>RESTAURANTE PESQUISADO .....   | 45 |

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|  |    |
|--|----|
| GRÁFICO 1 - FAIXA ETÁRIA DOS ENTREVISTADOS EM IRATI - 2007 .....   | 34 |
| GRÁFICO 2 - GÊNERO DOS ENTREVISTADOS EM IRATI - 2007 .....   | 35 |
| GRÁFICO 3 - NÚMERO DE ENTREVISTADOS RESIDENTES E NÃO<br>RESIDENTES QUE FREQUENTAM OS RESTAURANTES<br>PESQUISADOS EM IRATI - 2007 ..... | 36 |
| GRÁFICO 4 - CONHECIMENTO DOS ENTREVISTADOS SOBRE A<br>GASTRONOMIA TÍPICA EM IRATI - 2007 .....   | 36 |
| GRÁFICO 5 - ENTREVISTADOS QUE GOSTARIAM QUE OS RESTAURANTES<br>SERVISSEM COMIDA TÍPICA UCRANIANA E POLONESA EM IRATI -<br>2007 .....   | 37 |
| GRÁFICO 6 - ENTREVISTADOS QUE IRIAM A UM RESTAURANTE QUE SERVE<br>PRATOS TÍPICOS UCRANIANOS E POLONESES EM IRATI - 2007 ..             | 37 |
| GRÁFICO 7 - O DIA IDEAL PARA DEGUSTAR PRATOS TÍPICOS UCRANIANOS E<br>POLONESES SEGUNDO OS ENTREVISTADOS EM IRATI - 2007 .....          | 38 |
| GRÁFICO 8 - O PRATO TÍPICO QUE OS ENTREVISTADOS GOSTARIAM QUE<br>FOSSSE SERVIDO NOS RESTAURANTES EM IRATI - 2007 .....                 | 39 |

## RESUMO

Este trabalho verifica a oferta de pratos eslavos nos estabelecimentos gastronômicos da cidade de Irati, bem como o interesse dos turistas e residentes em provar alimentos desta gastronomia. Sabe-se que na cidade existem muitos descendentes das etnias polonesa e ucraniana, os quais, na maioria, mantêm alguns costumes e tradições de seus antepassados, especialmente no que diz respeito à gastronomia. Considera-se, portanto a gastronomia eslava como um atrativo promissor para a atividade turística em Irati em função da influência dessas etnias nas características da cidade. A pesquisa teve como objetivo geral, examinar a oferta de pratos eslavos nos estabelecimentos gastronômicos de Irati; e como objetivos específicos, avaliar o interesse pela oferta de pratos eslavos na cidade de Irati do ponto de vista dos proprietários dos estabelecimentos gastronômicos, e do ponto de vista dos clientes (turistas e residentes), além de detectar quais são os pratos típicos mais apreciados e procurados pelos visitantes. Realizou-se, além de pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo para coleta de dados através de instrumentos de entrevistas e de formulário, totalizando um universo de 108 pesquisados. Foi possível constatar que os estabelecimentos pesquisados costumam ofertar um dos principais pratos típicos da gastronomia eslava, o *pierogi/perohê*, mas esporadicamente. Porém, os clientes (visitantes ou residentes em Irati) dos mesmos estabelecimentos pesquisados têm interesse em provar outros pratos típicos além do *pierogi/perohê*, e escolheram o sábado como o melhor dia da semana para consumi-los. Percebe-se que existe o interesse pela oferta da gastronomia eslava em Irati, tanto do ponto de vista dos proprietários de restaurantes, quanto do ponto de vista dos clientes, porém ainda não existem estabelecimentos gastronômicos na cidade que supram esta carência.

**Palavras-chave:** cultura; gastronomia eslava; Irati-PR; turismo.



## INTRODUÇÃO

O presente trabalho diz respeito ao tema gastronomia e versa sobre as relações entre gastronomia, etnicidade e suas interfaces com o turismo, considerando ainda a gastronomia eslava como uma forma de atrativo aos estabelecimentos gastronômicos na cidade de Irati-Pr.

Dessa forma, apresenta-se o problema de pesquisa: existe interesse, por parte dos estabelecimentos gastronômicos da cidade de Irati, em oferecer pratos eslavos (poloneses e ucranianos)?

Irati, cidade localizada na região centro-sul do Paraná, a cerca de 156 km da capital do estado, Curitiba, possui uma população formada pela mescla de diferentes etnias, entre elas, os poloneses e ucranianos (PREFEITURA MUNICIPAL DE IRATI, 2007). A influência destes imigrantes é predominante na cidade até hoje. Podem-se notar os costumes e tradições polonesas e ucranianas na literatura, arte, música, dança, arquitetura, costumes religiosos, modo de falar e na gastronomia da cidade.

Para Rudek (2002, p. 18), a cultura polonesa está muito presente na vida de seus descendentes iratienses, “[...] nos costumes religiosos, na maneira de comemorar o Natal e a Páscoa, no artesanato, nos pratos típicos, no modo de falar...”. Sobre os descendentes ucranianos em Irati, Rudek (2002, p.22) afirma que os mesmos mantêm “[...] alguns dos costumes populares da cultura ucraniana, como por exemplo, a culinária, a dedicação ao trabalho, o artesanato de bordados, brochas, ovos coloridos, etc.”

[...] os ucranianos e poloneses dão à cidade de Irati um colorido especial, através de suas igrejas, dos ritos e melodias, das cores, desenhos dos bordados artesanais dos trajes de festa, dos grupos folclóricos, dos ovos de Páscoa e das demais manifestações folclóricas, que enriquecem a cultura local, fazendo parte da história deste povo e contribuindo para que Irati tenha características tão peculiares e seja valorizada pelos paranaenses. (RUDEK, 2002, p.40)

Assim sendo, sob estes entendimentos e em razão da influência das manifestações culturais advindas dessas etnias no cotidiano local, é que se justifica a escolha desses grupos para a pesquisa que aqui se apresenta.

Ao longo do trabalho, os poloneses e ucranianos serão denominados genericamente por eslavos. Segundo o dicionário Aurélio (1995), o termo eslavo

refere-se ao grupo étnico e lingüístico da Europa central e oriental, e divide-se em três grandes subgrupos: eslavos ocidentais (poloneses e tcheco-eslovacos), eslavos meridionais (búlgaros, servo-croatas e eslovenos) e eslavos orientais (russos e ucranianos).

Os povos eslavos diferenciam-se pelo idioma, costumes e origem histórica, mas um dos pontos em comum entre eles é a gastronomia. Os poloneses e ucranianos utilizam basicamente os mesmos ingredientes e maneiras de preparo dos alimentos, e na maioria das vezes altera-se somente a pronúncia ou o nome do prato. Podem-se citar como exemplo os dois pratos típicos mais conhecidos na cidade, de acordo com a pesquisa da autora: o *pierogi* (em polonês) ou *perohê* (em ucraniano); e a *barszcz* (em polonês) ou *borchtz* (em ucraniano). Ambos os pratos possuem a mesma forma de preparo para as duas etnias, alterando-se somente o nome.

Considerando a hipótese de a gastronomia eslava constituir um atrativo promissor para a atividade turística em Irati, a oferta de pratos eslavos nos estabelecimentos gastronômicos da cidade pode ocasionar uma maior valorização e divulgação da identidade, cultura, história e tradições locais, além de um maior desenvolvimento das empresas ligadas ao ramo da alimentação e da possibilidade de vincular a gastronomia eslava à cidade de Irati como forma de um produto turístico distinto.

Segundo Fagliari (2005), ao viajar os turistas buscam fugir de sua rotina, e procuram também algo diferente no que diz respeito à alimentação, optando na maioria das vezes por experimentar pratos típicos do local visitado. De acordo com afirmações da mesma autora, a alimentação vem sendo amplamente utilizada como um atrativo turístico (o que pode levar ao crescimento de fluxo de visitantes, chegando a ampliar seus níveis de incremento social), divulgando assim sua cultura.

De acordo com a Prefeitura do Município, a cidade de Irati possui cerca de 54.855 habitantes, e, conforme afirma Rudek (2002), grande parte de sua população é de descendentes das etnias polonesa e ucraniana. Estes descendentes contribuem para o enriquecimento cultural da cidade, mantendo costumes, tradições e valores dos países de origem especialmente no que diz respeito à alimentação.

Percebe-se que, apesar do potencial existente na cidade acerca da cultura de seus colonizadores, faltam opções aos visitantes para apreciar os pratos típicos da gastronomia eslava. Faz-se necessário, portanto, um estudo junto aos

estabelecimentos gastronômicos e seus clientes (sejam eles visitantes ou residentes), para analisar se há interesse pela oferta da gastronomia eslava, o que viria a suprir a esta possível carência.

Nesse sentido, a pesquisa tem por objetivos:

Geral: examinar a oferta de pratos eslavos nos estabelecimentos gastronômicos de Irati e suas interfaces com o turismo local.

Específicos:

- avaliar, do ponto de vista dos estabelecimentos gastronômicos, o interesse pela oferta de pratos eslavos na cidade de Irati;
- avaliar, do ponto de vista dos clientes (turistas e residentes), o interesse pela oferta de pratos eslavos na cidade de Irati; e
- detectar quais são os pratos mais apreciados e procurados pelos clientes.

## 2. METODOLOGIA DE PESQUISA

Para alcançar os objetivos propostos, a realização desta pesquisa ocorreu em etapas, passíveis de verificação por outros pesquisadores.

A etapa inicial foi composta por pesquisa teórica para familiarização com o tema e seus conceitos nas áreas de Turismo, Turismo Cultural, Patrimônio, Turismo e Patrimônio, Gastronomia, Turismo e Gastronomia, Turismo e Cultura, e Alimentação, o que acrescentou informações relevantes ao trabalho realizado e possibilitou a compreensão teórica e prática do tema através de outros pesquisadores e estudos e em outros contextos.

A segunda etapa abrangeu pesquisa de campo para coleta de dados. Como técnica de investigação, foram desenvolvidos três instrumentos: dois de entrevista despadronizadas e focalizadas, sendo um voltado aos proprietários dos estabelecimentos gastronômicos em Irati (apêndice 1), e outro a descendentes das etnias em questão; e o terceiro um instrumento de formulário voltado aos clientes dos mesmos estabelecimentos (apêndice 2).

Escolheu-se a técnica de entrevista por ser esta a melhor maneira de coletar os dados necessários para cumprir com os objetivos traçados para a pesquisa. Conforme conceituam Marconi e Lakatos (2002, p. 92)

A entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social.

O formulário foi escolhido para coletar informações com os clientes, por ser esta uma técnica indicada para pesquisas que exigem quantidade de dados, coletados pelo próprio pesquisador. Em concordância com Marconi e Lakatos (2002, p.112), o instrumento de formulário tem como características “o contato face a face entre pesquisador e informante e ser o roteiro de perguntas preenchido pelo entrevistador, no momento da entrevista.”

De acordo com Fagali (2006), a cidade de Irati conta com 20 restaurantes, porém apenas seis deles foram escolhidos para a pesquisa. O critério de escolha dos seis restaurantes deu-se pelo fato de os mesmos estarem localizados no centro

da cidade, próximos às instituições financeiras e ao comércio em geral, portanto onde há um grande fluxo de pessoas. Ao longo do trabalho, os restaurantes serão identificados por letras do alfabeto (de A a F) para melhor preservar a imagem do estabelecimento e de seus proprietários, não sendo estas as iniciais dos mesmos.

As entrevistas com os proprietários foram realizadas durante o mês de julho de 2007, em total de seis. O objetivo destas entrevistas foi o de obter informações a respeito do estabelecimento e do interesse do mesmo acerca da gastronomia eslava. Foram formuladas sete perguntas (apêndice 1) que possibilitaram a verificação do interesse dos mesmos em ofertar pratos típicos eslavos em seus estabelecimentos. Entre elas: se já serviram algum prato típico polonês ou ucraniano; quais pratos, e qual a opinião dos clientes; quantas pessoas almoçam por dia no estabelecimento; e qual o dia de maior movimento.

Foi utilizado o tipo de entrevista não-estruturada, na qual as perguntas foram respondidas em uma conversação informal. Foram entrevistas focalizadas, com um roteiro de perguntas relativas à gastronomia eslava em Irati que não obedeceram, a rigor, a uma estrutura formal.

Um breve perfil das empresas pesquisadas está sintetizado no quadro explicativo a seguir:

QUADRO 1 - PERFIL DOS ESTABELECEMENTOS GASTRONÔMICOS PESQUISADOS EM IRATI

| <b>Empresa/<br/>Características</b>                  | <b>A</b>                | <b>B</b>    | <b>C</b>     | <b>D</b>                | <b>E</b>                | <b>F</b>                |
|--|-------------------------|-------------|--------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Número de pessoas ao dia para almoço</b>          | 90 pessoas              | 150 pessoas | 50 pessoas   | 120 a 150 pessoas       | 90 pessoas              | 80 pessoas              |
| <b>Cientes de outra cidade</b>                       | SIM                     | SIM         | SIM          | SIM                     | SIM                     | SIM                     |
| <b>Dia da semana com maior movimento</b>             | Segunda-feira a Sábado  | Domingo     | Sábado       | Segunda a Sexta-feira   | Terça-feira e Sábado    | Sábado                  |
| <b>Serve algum prato típico ucraniano ou polonês</b> | SIM                     | NÃO         | SIM          | SIM                     | SIM                     | SIM                     |
| <b>Sistema</b>                                       | <i>Buffet</i> por quilo | Cardápio    | Prato do dia | <i>Buffet</i> por quilo | <i>Buffet</i> por quilo | <i>Buffet</i> por quilo |

FONTE: Paula Turra Grechinski, 2007

Na entrevista com as descendentes das etnias polonesa e ucraniana, houve total liberdade por parte das entrevistadas para expressar suas opiniões e sentimentos. Estas entrevistas foram não estruturadas e não dirigidas, onde a

pesquisadora apenas incentivou as entrevistadas a falar sobre a gastronomia típica, sem haver um roteiro de perguntas pré-determinadas. As entrevistadas auxiliaram no acréscimo de informações no que diz respeito aos pratos típicos poloneses e ucranianos consumidos em Irati, bem como a maneira correta de sua grafia. Quando citadas no trabalho, as informações obtidas com as descendentes serão referenciadas pelas iniciais das entrevistadas: M.Z. representando a descendente polonesa, e V.K., para representar a descendente ucraniana.

Cabe mencionar que nas duas etapas de entrevistas (com o grupo de proprietários e com as descendentes) o registro das respostas não se deu por gravador, por escolha da pesquisadora, de modo que a tomada dessas respostas se deu no ato da entrevista, para garantir a fidelidade ao seu conteúdo.

A vantagem em escolher a técnica de investigação para a pesquisa em questão na forma de entrevistas encontra-se em: permitir que os dados obtidos sejam transformados estatisticamente; na possibilidade de comprovar, de imediato, as discordâncias; na oportunidade de registrar as reações e atitudes; e na maior flexibilidade para esclarecer as perguntas em caso de dúvidas para ambas as partes.

Para os clientes, a vantagem em utilizar a técnica de formulário está na maior precisão das informações; na flexibilidade para adaptar-se às diferentes situações; na aquisição de um número representativo de informantes; e na facilidade de reformular perguntas ou elucidar significados, como de fato foi necessário aos que não conheciam os termos: gastronomia e eslava, e aos que conheciam os pratos típicos porém desconheciam o fato de serem originários da Polônia ou Ucrânia.

A pesquisa com os clientes também ocorreu durante o mês de julho, num total de cem entrevistados. Foram formuladas nove perguntas (apêndice 2) para saber se as pessoas que freqüentam os restaurantes da cidade de Irati possuem interesse em provar pratos típicos da gastronomia eslava e quais seriam esses pratos. Entre as perguntas aos clientes: a cidade de origem, o dia da semana ideal para degustar pratos típicos ucranianos e poloneses, e se já conhecem a gastronomia típica da região foram algumas delas.

A abordagem aos clientes foi realizada de forma aleatória, no momento em que os mesmos saíam dos restaurantes pesquisados, todos na região central da cidade entre as ruas: XV de Novembro, XV de Julho, Cel. Emílio Gomes, Carlos Thoms e Munhoz da Rocha. As respostas foram registradas no momento em que as

perguntas foram feitas, em folhas individuais para cada pessoa pesquisada.

A organização das informações obtidas com a pesquisa de campo foi realizada com o auxílio de computador, e posteriormente transformada em dados estatísticos na forma de porcentagem, para facilitar a análise dos dados no capítulo 5 deste trabalho.

A análise dos resultados aliada aos conceitos bibliográficos pesquisados, torna possível um parecer com relação à oferta da gastronomia eslava nos estabelecimentos gastronômicos de Iрати como forma de atrativo turístico, o qual será exposto nos capítulos 5 e 6 do presente trabalho.

### 3. GASTRONOMIA, CULTURA E INTERFACES COM O TURISMO

Desde o início do século XX vêm sendo elaboradas definições para o turismo. Embora não haja um consenso, dada a complexidade do tema, o turismo pode ser basicamente descrito como as atividades de lazer que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência temporária em lugares distintos dos que vivem, desde que sem fins lucrativos.

Oscar de La Torre (apud BARRETTO, 1995, p.13) define o turismo da seguinte forma:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivo de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Percebe-se, portanto, que o turismo é um fenômeno típico da sociedade capitalista, com relevância social, econômica e cultural, que envolve pessoas em busca de novas experiências e conhecimentos, e capaz de aumentar o consumo e produção de bens, serviços e empregos. Segundo Banducci e Barretto (2001), o turismo é considerado uma das necessidades do mundo moderno, sendo a forma mais procurada de lazer.

Apesar de o ato de viajar ou deslocar-se ser tão antigo quanto a humanidade, a partir da década de 50 é que se ouve falar do turismo como o maior fenômeno de deslocamento voluntário, que desde então vem crescendo no mundo todo. Com esse crescimento ao longo dos anos, desencadeado pela elevação do nível de renda das populações, pelo aumento do tempo ocioso, facilidades de deslocamento, avanços tecnológicos, desejo de evasão e pelo interesse em conhecer novos lugares e culturas, cresceu também a diversidade de atividades turísticas para atender a demandas cada vez maiores. “São tipos variados de turismo, gerados por motivações diversas que vão aparecendo [...]” (PENA, 2003. p. 150)

Torna-se necessário, portanto, uma segmentação do turismo como forma de diferenciar e satisfazer necessidades específicas dos turistas. A segmentação do turismo é uma técnica caracterizada pela divisão do mercado turístico em grupos com características semelhantes e conseqüentes esforços para atingir tais nichos de



mercado, adequando os produtos e serviços às necessidades específicas. Quanto mais características do mercado desejado são conhecidas, maior é a eficiência de técnicas de promoção, publicidade, relações públicas, vendas, entre outras. Os segmentos relacionam-se a características geográficas, demográficas, psicográficas, econômicas e sociais, sendo a motivação para a realização da viagem o principal meio para se segmentar o mercado turístico (LAGE E MILONE, 2000).

Existem muitas vantagens em diferenciar o turismo em segmentos, como “economia de escala para as empresas turísticas, aumento da concorrência no mercado, criação de políticas de preços e de propaganda especializada, e promoção de maior número de pesquisas científicas” (BENI, 2002 p. 153). Com a segmentação, o núcleo receptor pode preparar-se adequadamente para receber determinado tipo de turista e atendê-lo de acordo com suas necessidades.

De forma generalizada, os maiores segmentos desse mercado são: turismo de lazer, turismo de negócios, de compras, de eventos, terceira idade ou melhor idade, desportivo, ecológico, rural, de aventura, religioso, cultural, científico, estudantil, familiar, de saúde ou médico-terapêutico e, entre outros, o turismo gastronômico (FAGLIARI, 2005).

A idéia de segmentação do turismo muda entre muitos autores, e diversos deles não concordam com tantas diferenciações. O turismo gastronômico é um dos segmentos que gera conflito entre estudiosos, sendo que alguns nem mesmo o consideram como uma segmentação do turismo. Geralmente é associado ao turismo cultural pelo fato de que a gastronomia possibilita o conhecimento de hábitos e costumes da comunidade visitada. Considera-se, portanto, a gastronomia como parte do patrimônio cultural de uma localidade, por ser uma forma de demonstrar características e o modo de vida da mesma.

### 3.1 TURISMO E PATRIMÔNIO CULTURAL: VIÉS COM A GASTRONOMIA

De acordo com Barretto (1995), o turismo cultural tem como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem, não tendo como atrativo principal um recurso natural. Para Fonseca (2003, p.158), turismo cultural pode ser descrito como

[...] um tipo de turismo que tem nos recursos provenientes de heranças patrimoniais de referencial cultural/histórico [...] os seus atrativos principais, capazes de atrair pessoas, gerando deslocamentos e permanências temporárias.

Montejano (2002) afirma que a pessoa que pratica turismo cultural busca informações, conhecimentos, interação com outras pessoas, comunidades e lugares, degustação da gastronomia de uma localidade, o artesanato, participação das festas folclóricas e visitas a locais históricos. Segundo o autor, o perfil desse tipo de turista é composto por um interesse pelo passado histórico, monumental, artístico e antropológico, assim como uma motivação por uma formação cultural permanente.

Para Fonseca (2003), a demanda por turismo cultural é formada por pessoas de classe média com grande acesso à informação e conhecimentos, sendo poucos os turistas desse segmento que saem de seus lares para um destino totalmente desconhecido, sendo que na maioria das vezes esses turistas chegam ao destino com um roteiro predeterminado para conhecer pessoalmente um local que foi previamente estudado.

Os recursos turísticos culturais são produtos diretos dos bens móveis e imóveis produzidos pelo homem, compreendendo elementos do patrimônio cultural. O conceito básico de patrimônio segundo Camargo (2002, p. 95), é o de “bens culturais ou monumentos de excepcional valor histórico e artístico nacional”. Partindo deste conceito é possível descrever o patrimônio cultural como as manifestações dos indivíduos de uma comunidade, sejam materiais ou não, e que referem-se à identidade, ação e memória de uma sociedade, como construções móveis e imóveis; criações imateriais; modo de vida; descobertas científicas, artísticas e tecnológicas; etc.

Nota-se que não é apenas o legado material que atrai turistas para uma localidade, mas sim todos os demais aspectos da cultura como festas, danças, gastronomia, e ações ligadas ao comportamento, pensamento e expressão dos povos.

Segundo definição da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura), o patrimônio intangível é a herança cultural dos povos passadas oralmente de geração em geração, como tradições, folclore, celebrações, crenças, valores, representações, idiomas, expressões, gastronomia, festas, conhecimentos, técnicas e diversos outros aspectos que compõe a

identidade de um povo e são reconhecidos como parte integrante do patrimônio cultural. (SCHLÜTER, 2003)

O patrimônio cultural é, portanto, todos os bens (materiais e imateriais), que por suas características históricas, culturais ou naturais, servem como uma referência ao passado, fazendo com que sua preservação e valorização sejam de interesse para a sociedade atual. Sua valorização é importante segundo Drummond e Yeoman (2004, p. 40) para “ajudar a reavaliar nossas vidas, nosso passado e nosso senso do que é real”.

Para Schlüter (2003), o turismo cultural e seus atrativos (locais históricos, museus e gastronomia), são a forma de turismo mais procurada, resultando na valorização de elementos da sociedade que poderiam se tornar obsoletos, serem esquecidos ou destruídos.

Com relação ao turismo, Bahl (2004, p. 53) destaca que o patrimônio cultural é de grande significado para a recuperação da memória de uma cidade, e que “(...) pode atuar como agente de difusão de uma localidade, exigindo para tanto, e até provocando, o resgate de valores e a sua necessidade de preservação.” Funari e Pinski (2003) reforçam que a valorização do patrimônio cultural é importante por representar a memória de uma sociedade,

[...] além de servir ao conhecimento do passado, os remanescentes da cultura são experiências vividas, coletiva ou individualmente, e permite ao homem lembrar e ampliar o sentimento de pertencer a um mesmo espaço, de partilhar uma mesma cultura e desenvolver a percepção de um conjunto de elementos comuns, que fornecem o sentido de grupo e a compõem a identidade coletiva. (FUNARI E PINSKY, 2003, p. 17)

É relevante destacar que o patrimônio cultural é um recurso de grande potencial turístico, mas não deve ser preservado e conservado apenas para que o turismo possa utilizá-lo. Sua preservação é importante para a comunidade como um todo, já que proporciona conhecimento e respeito à história e aos elementos valorizados pela sociedade, além da conservação da identidade do local.

Segala (2007), afirma que o turismo cultural abre perspectivas para a valorização e revitalização do patrimônio, revigoramento das tradições, e redescoberta de bens culturais materiais e imateriais, o que faz com que os próprios moradores sintam-se motivados a promover e divulgar o que lhes é mais representativo. O aumento do interesse pelo turismo cultural, tem como consequência a preservação do patrimônio.

A gastronomia assume cada vez mais importância como um atrativo cultural e patrimônio intangível dos povos, sendo um atrativo tanto para os residentes quanto para os turistas. As pessoas sentem-se motivadas a buscar o prazer mediante a alimentação, e conseguem entender a cultura de um lugar por meio da gastronomia. (SCHLÜTER, 2003).

De acordo com Segala (2007), algumas regiões utilizam sua cultura, história e tradições como forma de divulgar a gastronomia, e criam um produto turístico distinto - que também é parte integrante do turismo cultural - os roteiros gastronômicos. A principal função dos roteiros é mostrar os hábitos alimentares de uma região, fazendo com que além dos sabores, as pessoas passem a conhecer também mais sobre a história, costumes, religiões e tradições locais. Segundo Schlüter (2003, p. 75), “as rotas gastronômicas em função da cultura têm por objetivo mostrar os valores culturais de determinadas localidades tendo como eixo os pratos típicos da região.”

Como é considerada patrimônio por traduzir a identidade de um povo, a gastronomia adquire cada vez mais importância ao promover um destino e atrair fluxo turístico, possibilitando aos visitantes a oportunidade de construir, aumentarem ou reorientarem seus sentidos de identidade. (SCHLÜTER, 2003)

Bahl (2003, p.143) comenta ainda que

Roteiros que possibilitam uma exposição temática ampla e baseada em conteúdos culturais – naturais despertam o interesse das pessoas e preenchem as suas necessidades de evasão e deslocamento, motivando-as a viajar.

Segundo Gimenes (2003), a gastronomia e suas atividades correlatas são peças fundamentais para a atividade turística, e atuam como serviço indispensável à estadia e bem-estar do turista, inclusive “caracterizando-se enquanto atrativo turístico em diversas localidades.” (GIMENES, 2003. p. 274). A gastronomia, quando utilizada como um atrativo turístico, serve para divulgar a cozinha regional, ajudando também a preservá-la. A utilização da gastronomia como produto turístico permite inclusive o desenvolvimento sustentável da atividade por envolver a comunidade na elaboração dos produtos.

Córner (2007) destaca que o sabor de certos alimentos e temperos são testemunho do passado que sobrevive na maneira de preparar certos pratos, e, muitas vezes, conta também a história dos imigrantes em uma região.

Conforme Schlüter (2003), o patrimônio gastronômico de uma região é um dos pilares no qual o desenvolvimento do turismo cultural está fundamentado. Dessa forma, torna-se fácil a associação da gastronomia com patrimônio cultural, já que, inegavelmente, ela é uma ação cultural ligada ao passado e à história da sociedade, do povo e da nação à qual pertence.

### 3.2 SERVIÇOS E ATRATIVOS NA COMPOSIÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA

De acordo com Bahl (2004), para que as pessoas sintam-se motivadas a deslocar-se de uma determinada região para outras, há a necessidade da existência de uma oferta turística adequada. A oferta turística, segundo o autor são os “[...] bens e serviços oriundos da estrutura de atrativos, utilidade pública, geral e turística de uma localidade que [...] permitem conformar produtos turísticos.” (BAHL, 2004 p.32)

Beni (2002, p. 159) considera a oferta turística como

o conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo, um público visitante.

A oferta turística pode ser descrita, portanto, como tudo o que uma localidade necessita para atender de maneira adequada às necessidades e desejos de seus visitantes.

Os componentes da oferta turística, segundo Bahl (2004) são agrupados em atrativos, estrutura de utilidade pública e geral e serviços turísticos. Os atrativos são os elementos básicos para a determinação turística de uma localidade, e dividem-se basicamente em atrativos naturais e culturais. A estrutura de utilidade pública e geral inclui os elementos que correspondem à dinâmica básica da localidade receptora, como energia, saneamento, acessos, estrutura de circulação, de comunicação, de ordenação urbano-administrativa e de entretenimento e animação. Finalmente, a estrutura de serviços turísticos são os serviços, instalações e equipamentos que podem ser utilizados pelos turistas.

Os atrativos, portanto, são a base da atividade turística, e servem como estímulo para que o turista se desloque; mas são os serviços (sejam eles de utilidade pública geral ou turísticos) que possibilitam a execução dessas atividades.

Com relação aos atrativos turísticos, Bahl (2004) os define como todos os elementos naturais ou culturais que compõe o patrimônio turístico e despertam a curiosidade dos turistas, motivando-os a viajar. Segundo Lage e Milone (2000 p. 28), atrativos turísticos são “todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los.”

Já os serviços turísticos são “o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística” (LAGE E MILONE, 2000 p. 28). Os serviços são, portanto, toda estrutura utilizada pelos turistas (transporte, alimentação, hospedagem, entretenimento, agenciamento, apoio turístico, etc...).

A alimentação pode então ser considerada tanto como atrativo quanto como serviço turístico. Pode ser um atrativo, quando traduz a identidade de uma localidade, fazendo com que os turistas sintam-se motivados a conhecê-la, e satisfazendo assim suas necessidades pessoais. E pode ser um serviço por compreender a estrutura elementar de alimentação (restaurantes, bares, lanchonetes e similares), complementando o pacote de serviços oferecidos ao turista com o objetivo de suprir suas necessidades alimentares.

### 3.3 RELAÇÃO DO TURISMO COM A GASTRONOMIA

Como já visto anteriormente, a gastronomia pode ser por si só um atrativo turístico ou complementar outras atrações de maior envergadura. Segundo Fagliari (2005), turismo gastronômico consiste em toda a viagem cujo motivo principal é o prazer de degustar alimentos e bebidas e conhecer os elementos gastronômicos de uma localidade. Também pode ser descrito como uma forma de “[...] experimentar e oferecer as tradições vivas de uma comunidade, tornando-a também instrumento de desenvolvimento turístico de uma região.” (GIMENES, 2003. p. 295).

Funari e Pinsky (2003, p. 109) afirmam que os hábitos culinários de uma região são “o melhor caminho para conhecer sua herança cultural” e que as preferências alimentares refletem “as possibilidades naturais ou comerciais de uma

região, as tradições (inclusive religiosas) do povo que a habita e suas técnicas de preparação”. Pode-se considerar, portanto, a gastronomia como uma forma de mostrar a identidade de um lugar por refletir as preferências, aversões, identificações, discriminações e etc. de seus moradores.

Para Gimenes (2003), o turismo gastronômico proporciona maior contato com os costumes e tradições das comunidades visitadas, tendo em vista o envolvimento dos vários sentidos da percepção (visão, tato, olfato, paladar e audição) envolvidos na degustação de iguarias.

Ao explorar mais a gastronomia como forma de atrativo, o turismo resgata uma memória que poderia se perder no tempo (CÓRNER, 2007). Para Fonseca (2003), o turismo é um meio eficiente para promover a difusão de informações e dos valores naturais, culturais e sociais de determinada região ou localidade. A gastronomia, por ser uma manifestação cultural expressiva, torna-se uma atração de demanda turística.

Alimentos e bebidas típicos de grupos imigrantes refletem a história e cultura dos mesmos. O fato de manter-se a maneira de preparar e degustar os alimentos, mesmo longe de seu país de origem, é uma forma de reforçar a idéia de pertencer ao lugar que deixaram (SCHLÜTER, 2003). O processo cultural que determinou a receita e os ingredientes que compõe cada prato desperta o interesse dos visitantes, e influencia inclusive na escolha por determinados destinos turísticos.

A gastronomia típica de grupos imigrantes também faz parte do patrimônio cultural de uma localidade, podendo ser utilizada como referencial da herança cultural e para elaboração de roteiros turísticos (BAHL, 2004). O interesse por restaurantes especializados nesse tipo de gastronomia têm crescido muito pois oferecem a oportunidade de recordar ou conhecer um pouco de um outro país através das expressões culturais mantidas pelos descendentes, proporcionando ao turista lazer e cultura. A gastronomia tem uma função importante em uma comunidade, especialmente quando trabalha como atrativo, pois tem a capacidade de demonstrar valores culturais e a identidade local aos visitantes.

Com essas informações, e de acordo com Banducci e Barretto (2001), pode-se perceber que o turismo gastronômico viabiliza o convívio entre culturas, costumes e hábitos distintos.

Hoje em dia, em função da globalização, as trocas de experiências estão mais fáceis. Por exemplo, já é possível conhecer alimentos de todas as culturas sem

precisar conhecer suas respectivas localidades. É importante mencionar, de acordo com Schlüter (2003), que fora de seu local de origem é comum as receitas serem alteradas para agradar diferentes hábitos alimentares.

Para o turismo gastronômico não é suficiente conhecer apenas os alimentos e não conhecer o local de origem e sua cultura. Segundo De Paula (2004), a satisfação em comer fora de casa é atribuída a fatores ambientais e à expectativa emocional, e não apenas à escolha de determinada refeição, afinal, não se compra apenas o serviço, mas também a experiência da refeição. É a partir daí que o turismo gastronômico passa a ser um diferencial.

O Brasil é um país que possui um grande potencial turístico gastronômico em função de seu patrimônio cultural extremamente vasto, pois desde o início da colonização os imigrantes trouxeram seus hábitos e costumes alimentares. Porém, são poucas as cidades ou regiões que se preocupam em utilizar rotas gastronômicas como forma de atrativo aos visitantes. Notam-se esforços maiores em promover rotas gastronômicas na área rural, valorizando os recursos produzidos no local (SCHLÜTER, 2003).

Tendo em vista o crescimento do interesse de turistas pelo contato com a cultura de seus antepassados, diferenças culturais e valores étnicos, o turismo gastronômico pode e deve ser mais explorado no país, utilizando inclusive a imigração como potencialidade turística. Gimenes (2003) afirma que a diversificação em termos de oferta gastronômica no Brasil, mais especificamente no Paraná, é evidente e reflete um potencial que necessita de mais atenção.

O turismo gastronômico, segundo Gimenes (2003), pode ser encarado como uma forma de utilizar o patrimônio de uma comunidade como vetor para o desenvolvimento do turismo, objetivando a recuperação de antigas tradições e valorização dos produtos locais. Considera-se ainda a opinião de Bahl (2004) acerca desse tema quando afirma que o patrimônio cultural oriundo de um legado étnico associado ao turismo, constitui um componente da oferta turística. Utilizando a gastronomia étnica como atrativo turístico também é possível o resgate cultural da presença da etnia em determinada localidade.

De acordo com uma pesquisa feita pelo Ministério do Turismo, o turismo cultural aparece em terceiro lugar nas preferências dos viajantes brasileiros, só perdendo para o ecoturismo e para o turismo de aventura (CHIOZZINI, 2007). Como a gastronomia é considerada parte do turismo cultural, e tendo em vista que muitas



vezes o gasto dos turistas com alimentação é superior a 20% do gasto total da viagem, (FAGLIARI, 2005), torna-se notável a valorização da gastronomia como um diferencial competitivo para o setor de turismo no país.

A busca dos turistas pela culinária típica de uma região torna-se cada vez mais freqüente, e a cozinha tradicional é cada vez mais reconhecida pelo seu valor como patrimônio cultural. A gastronomia é um importante motivador para viagens, e mesmo quando não é o motivo ou elemento principal, sempre tem seu papel de destaque, pois agrega maior valor e incrementa os roteiros de viagem.

Essas informações confirmam o interesse por parte dos turistas em conhecer mais a história e características do local que estão visitando, incluindo a gastronomia. De acordo com Furtado (2007), a gastronomia como um produto, ou como atrativo é importante do ponto de vista turístico, pois apresenta formas de turismo voltadas para as características gastronômicas de cada região nem sempre bem exploradas.

Considera-se, com estes entendimentos, que a busca pelo lazer, novas experiências e conhecimentos podem ser sanados por meio do turismo, e mais especificamente com o turismo cultural, que torna possível a interação com outras pessoas, comunidades e lugares. Como a gastronomia faz parte do turismo cultural e reflete a identidade e memória de uma comunidade, sua valorização resulta na preservação e divulgação da cultura da comunidade como um todo. É notável a importância da gastronomia como patrimônio cultural e atrativo turístico, pois por meio dela as pessoas conhecem também mais sobre a história, costumes e tradições locais, além de ser uma forma de preservar a história dos imigrantes de determinada região. Aqui cabe mencionar a relevância da preservação da memória dos grupos de imigrantes, pois para eles esta vem a ser um instrumento para que suas tradições não se percam no tempo ou no espaço.

#### 4. IRATI E A IMIGRAÇÃO ESLAVA: MARCAS E IDENTIDADE CULTURAL

Os dados referentes à cidade de Irati escritos neste capítulo foram obtidos junto à Prefeitura Municipal da cidade, através de uma apostila comemorativa ao centenário da cidade, denominada Dados Gerais – 1907 a 2007 (2007), contendo informações atuais sobre o município.

A cidade de Irati está situada na região centro-sul do Estado do Paraná, numa altitude de 812m e com uma área de 998,30km<sup>2</sup>, representando 0,50% da área total do Estado. Desses 998,30km<sup>2</sup>, 33,52km<sup>2</sup> são área urbana, e o restante lavoura, reflorestamento, pastagem, mata nativa, entre outros. O município está distante 156 km da capital do Estado, Curitiba, e a 1.105km de Brasília, Distrito Federal. A cidade tem aproximadamente 54.855 mil habitantes, 0,55% da população do Paraná. Irati limita-se ao Norte com os municípios de Imbituva e Prudentópolis, ao Sul com Rio Azul e Rebouças, ao Leste com Fernandes Pinheiro, e a Oeste com Inácio Martins. O acesso rodoviário para a cidade é realizado pelas BR 277, 153 e 364.

De acordo com arquivos da Prefeitura Municipal de Irati, a inauguração da Estação Ferroviária Iraty, em dezembro de 1899, desenvolveu economicamente o município. Nessa época, Irati era chamada de Covalzinho, e pertencia ao Município de Imbituva. Além do arranchamento dos construtores da ferrovia, existiam apenas algumas rústicas moradias, mas a ferrovia transformou Irati em um entreposto comercial, e moradores de outros lugares vinham até ali para vender e embarcar seus produtos. Os cargueiros, único meio de transporte existente na época, traziam à cidade produtos agrícolas, erva-mate, farinha de milho, toucinho, mel, charque entre outros produtos. Levavam sal, tecidos, ferramentas e mercadorias necessárias à produção e sobrevivência no sertão.

Alguns anos depois da inauguração da Estrada de Ferro a cidade começou a ser chamada de Irati, e o desenvolvimento intensificou-se em todos os setores além do transporte e comércio. Ocorreu a instalação do serviço de Telégrafo em 1899, da Agência Postal e do Distrito Policial em 1900, a primeira escola em 1901, e a criação, em 1903, do Distrito Judiciário de Irati, instalado somente em 1904. Em 1907, um movimento pela autonomia cria então o Município de Irati, o que viria a facilitar o pagamento de impostos, atos judiciais, regularização de papéis, casamentos, e outros que antes só poderiam ser realizadas em Imbituva.

A principal atividade econômica entre a década de 20 e 40 em Irati e no Estado do Paraná foi a erva-mate, representando 85% da economia da província, e responsável inclusive, pela Emancipação Política do Estado. A atividade promoveu o desenvolvimento da navegação fluvial nos rios Iguaçu e Paraná, e a construção da Estrada da Graciosa e da Ferrovia Paranaguá/Curitiba, ligando o planalto ao litoral. A partir da década de 50, a madeira ultrapassou a erva-mate em arrecadação e tornou-se a principal atividade econômica da região, devido à extensa floresta de *Araucaria Angustifolia* existente nos planaltos paranaenses.

Com o ciclo extrativista de madeira, formou-se um bem-sucedido grupo de investidores em Irati, originando importantes empresas como a Companhia Metropolitana de Automóveis, Companhia de Fósforos Irati, Companhia Cimento Itambé, entre outras. Atualmente a economia é diversificada com indústria, serviços, comércio e educação. O desenvolvimento econômico da cidade recebe grande influência das indústrias, nacionais e estrangeiras no município.

Irati possui diversos atrativos turísticos, dentre eles a imagem de Nossa Senhora das Graças, a maior do mundo segundo o Guinness Book – Livro do Recordes, com 22 metros de altura. A cidade também conta com uma arquitetura religiosa diversificada, incluindo Igrejas e monumentos, e o Teatro da Paixão de Cristo, heranças dos imigrantes. O município também conta com recantos naturais e quedas d'água, ainda não explorados turisticamente.

Existem diversos eventos municipais, alguns de grande porte como o Rodeio Iratchê, o maior do Sul do Brasil, que acontece no mês de julho desde 1988 e celebra o tropeirismo do sul. A Casa da Cultura guarda o acervo histórico da cidade e o diversificado artesanato da região intitulado “É de Irati”, que também são formas de manter e promover a cultura do município. (PREFEITURA MUNICIPAL DE IRATI, 2007)

#### 4.1 A IMIGRAÇÃO ESLAVA E SUAS MANIFESTAÇÕES EM IRATI

O ano da chegada dos primeiros imigrantes ucranianos e poloneses no Brasil não pode ser determinado com certeza devido à falta de documentação. Muitos autores fixam como referência da imigração eslava no Brasil o ano de 1895, quando

chegou ao Paraná a primeira grande leva de colonos vindos da Galícia (região fronteira entre Polônia e Ucrânia), mas sabe-se que entre os anos de 1867 e 1948, famílias vindas da Ucrânia e Polônia passaram a residir em terras brasileiras, principalmente no Sul do País. Atualmente vivem no Brasil quase dois milhões de descendentes de imigrantes poloneses (SAHAIKO, 2007 e ZAVILINSKI, 2007).

Como afirma Rudek (2002, p. 04), “Em fins do século XIX e início do século XX, ocorreu uma massífica (sic) ocupação das terras no Estado do Paraná, pelos imigrantes, vindos da Europa Oriental, conhecidos como eslavos”. O primeiro registro de poloneses no Paraná foi realizado em Curitiba, com dezesseis famílias no mês de julho de 1871. Em 1904 a região contava com 30 famílias polonesas, e por volta de 1922, já estavam registradas 800 famílias. Em 1937, dos 16.000 habitantes em Irati, 4.500 eram poloneses. Registros de ucranianos datam de 1891, com 25 a 30 famílias ucranianas vindas da Província da Galícia, e a partir de 1895 já eram cerca de 5.000 famílias ucranianas no Paraná. Atualmente, 90% dos 300.000 descendentes de ucranianos no Brasil estão no Paraná, onde os imigrantes da etnia estabeleceram-se com maior presença (RUDEK, 2002).

Entre os anos de 1895 e 1896, houve grande incentivo para que se povoasse o Brasil. O governo brasileiro e suas políticas de imigração incentivavam a vinda de imigrantes porque o Brasil necessitava de pessoas para ocupá-lo (por meio da colonização), derrubar as matas, cultivar os campos e construir estradas, pontes e ferrovias. Portanto, o governo pagava as passagens de navio, cedia 10 alqueires de terra a cada família de imigrantes para ser pago num prazo de 20 anos, fornecia ferramentas para o trabalho agrícola e comida durante um ano. Em troca, os colonos trabalhavam pelo menos três vezes por semana na construção e conservação de estradas (ZAVILINSKI, 2007).

Nesse período de imigração, questões sócio-econômicas e políticas afetavam os povos eslavos, ocasionando um grande êxodo para países americanos à procura de um local onde fosse possível trabalhar, viver em paz, e manter a fé, costumes e tradições. Os motivos da vinda dos imigrantes poloneses e ucranianos para Irati foram a garantia de trabalho com a construção da estrada de ferro, as condições climáticas semelhantes ao país de origem, as matas que possibilitavam a indústria extrativista, e a facilidade em adquirir terras férteis. (RUDEK, 2002).

Porém, segundo Rudek (2002), a realidade no início do estabelecimento desses imigrantes no Brasil não foi fácil, pois quem se recusasse a cumprir as

condições impostas pelo governo teria suas terras confiscadas. Além da saudade dos parentes e do país de origem, os imigrantes não sabiam falar português, faltavam recursos financeiros, o trabalho era pesado, possuíam muitos filhos, não havia médicos, ocorria confronto com animais perigosos – comuns na região, pestes, pragas que destruíam as plantações devido à falta de inseticidas apropriados, falta de conhecimento sobre o país e moradias precárias “As primeiras moradias eram feitas de pau-a-pique, cobertas com folhas de palmeira e chão batido” (RUDEK, 2002, p. 23).

De acordo com Rudek (2002), os colonos eslavos organizaram colônias e dedicaram-se à agricultura e à criação de animais como requisito para a ocupação das terras, contribuindo muito para o desenvolvimento da economia do município. Experientes nas técnicas de cultivo, os poloneses foram os primeiros a utilizar carroças e arados para lavrar a terra, e a instalar a indústria moageira. Segundo Zavilinski (2007), os que não se dedicaram à agricultura, destacaram-se em outras profissões e em atividades empresariais e industriais.

As atividades que cabiam às mulheres ocupavam muito tempo, pois elas tinham a função de plantar o linho e utilizar suas fibras para a confecção de tecidos para roupas de cama, mesa, toalhas de banho e louça e vestimentas; e preparar os alimentos para toda a família, geralmente muito numerosa (RUDEK, 2002).

De acordo com Sahaiko (2007) e Zavilinski (2007), uma forte característica dos imigrantes ucranianos e poloneses é a preocupação com a religião. A maior parte dos poloneses (95%) é católica (RUDEK, 2002). Desde o início da organização das comunidades polonesas e ucranianas em Irati houve uma preocupação com o aspecto religioso, por ser esta a defesa espiritual e a riqueza material em tempos tumultuados. Muitos padres contribuíram na região dando assistência espiritual, ensinando a fé católica e promovendo festas religiosas. Pode-se dizer que a Igreja é a grande responsável por manter as tradições, expressões artísticas e culturais e estilo de vida dos descendentes eslavos.

A celebração da Páscoa, que representa a ressurreição de Jesus Cristo, é muito importante para as duas etnias, sendo obrigatório o período da Quaresma (penitência com privação de diversões 40 dias antes da Páscoa, onde realizam-se boas ações) e a confissão a partir da Quarta-feira de Cinzas. A tradição da bênção dos alimentos é realizada na missa de Sábado, representando um agradecimento pelos bens recebidos por Deus. São preparadas cestas decoradas contendo pão,

lingüiça defumada, carnes assadas, ovos, sal, pimenta, krin e cordeiro, que serão consumidos no café da manhã de Domingo (RUDEK, 2002).

No Natal, segundo as tradições de ambos os imigrantes, são servidos doze pratos típicos com exceção da carne. É uma celebração muito importante nas culturas polonesa e ucraniana, e seguem-se diversos rituais com muitas canções natalinas, orações e desejos de paz entre os familiares (RUDEK, 2002).

Os ucranianos construíram sua primeira Igreja em Irati no ano de 1950, a Igreja do Imaculado Coração de Maria. Com o crescimento do município, uma nova Igreja do Imaculado Coração de Maria foi inaugurada em 1979, e até hoje são mantidas as características religiosas do rito católico ucraniano, sendo que cerca de 1.100 famílias pertencem à Paróquia (SAHAIKO, 2007). Conforme afirma Rudek (2002), a Igreja Matriz de São Miguel foi construída pelos poloneses em 1919, e por muitos anos a missa fora realizada em polonês.

Oriundos de países ricos em tradições artísticas, e com um folclore muito admirado em toda a Europa, os imigrantes ucranianos e poloneses não poderiam esquecer da herança cultural recebida de seus antepassados.

A herança mais representativa neste sentido é a *Pêssanka* ucraniana, um costume muito antigo, mas ainda conservado com religiosidade e carinho. São ovos pintados artisticamente, representando a Páscoa com símbolos de amor, amizade, vida eterna, felicidade, ressurreição, cristianismo, etc... O que poucos sabem é que essa tradição também faz parte da cultura polonesa, e a chamam *Pisanki*. (RUDEK, 2002).

Segundo Rudek (2002), são também expressões artísticas dos eslavos o entalhe em madeira e bordados em toalhas e camisas. O bordado ucraniano utiliza muito as cores vermelha – que representa alegria e amor – e preta – que significa sofrimento.

Em Irati as tradições são mantidas, além da Igreja, através do Grupo Folclórico Ucraniano Ivan Kupalo, e do Grupo Folclórico Polonês Lublin.

O Grupo Folclórico Ucraniano Ivan Kupalo surgiu em fevereiro de 1976. O nome do grupo foi inspirado em um personagem mitológico dos eslavos, um deus a quem os jovens faziam seus pedidos amorosos na época pagã. As danças do grupo são relacionadas à fenômenos da natureza: vento, sol e chuva. Atualmente o grupo conta com aproximadamente 60 componentes entre adultos, jovens e crianças,

todos preocupados em estudar, divulgar e preservar a cultura dos imigrantes ucranianos. (SAHAIKO, 2007)

Na mesma época da fundação do grupo folclórico foi criada a Congregação Mariana, grupo de jovens descendentes de ucranianos com o objetivo de ajudar nos eventos da Igreja e manter os costumes étnicos. Atualmente, os jovens que fazem parte da Congregação Mariana também editam um boletim informativo, com notícias, entretenimento e outros assuntos relevantes para a comunidade ucraniana iratiense. (SAHAIKO, 2007)

A partir de 1985, com o objetivo de resgatar as tradições e promover os costumes, festas e cultura da etnia polonesa, formou-se o Centro de Tradições Polonesas 3 de Maio, e foi ao ar em uma rádio local, o programa “Hora Polonesa”. O Grupo Folclórico Polonês de Irati, que pertence ao Centro de Tradições Polonesas 3 de Maio, chama-se Lublin e teve sua estréia em 3 de janeiro de 1987. (ZAVILINSKI, 2007).

Ao longo dos cem anos de colonização em Irati, os ucranianos e poloneses foram responsáveis pelo desenvolvimento do município. Durante esse período, houve uma grande integração com outros grupamentos étnicos, mas isso não impediu que os costumes e tradições trazidos dos países de origem se mantivessem até os dias de hoje. Ainda é possível notar a presença da cultura polonesa e ucraniana em Irati através da arquitetura, artesanato, folclore, religiosidade, linguagem e hábitos alimentares. Os descendentes ucranianos e poloneses em Irati muito se orgulham da cultura dos países de onde seus ancestrais são oriundos, e dão continuidade à essa identidade cultural, procurando manter viva a lembrança, os costumes e a tradição, repassando-as de geração em geração.

#### 4.2 A GASTRONOMIA ESLAVA EM IRATI

Entre as manifestações culturais eslavas em Irati, pode-se mencionar a gastronomia. Conforme afirma Rudek (2002), dentre os pratos típicos mais consumidos nas famílias descendentes de imigrantes poloneses e ucranianos estão:

[...] charuto, sopa de tomates, pastéis de requeijão, molhos e cremes de cogumelos, canjas de galinha, geléia de porco, batata-doce, repolho

azedo, ensopados de repolho com carne defumada, peixes defumados, diversos doces e as massas [...] como o pão doce com sementes e papoula [...] broa, rética, coravai, polenta e arroz com leite, coalhada. (RUDEK, 2002, p. 18)

Os pratos citados, e outros, serão detalhados a seguir de acordo com as entrevistas realizadas com as descendentes das etnias polonesa e ucraniana em Irati, M.Z. e V.K. Segundo as entrevistadas, a gastronomia da Ucrânia e Polônia ainda é preservada nas famílias dos imigrantes em Irati, e os pratos típicos são servidos principalmente em datas comemorativas e reuniões de família. As informações expostas a seguir são resultantes das entrevistas.

Os povos eslavos e seus descendentes apreciam muito a pães e broas. A broa integral feita de centeio ou trigo sarraceno (*chleb razowy*<sup>1</sup> em polonês) é muito comum, assim como o *korowaj* (em polonês) e *korováí* (em ucraniano), um pão tradicional feito em formato redondo e decorado com massa em formato de tranças ou o *strucel* (em polonês), que também é um pão trançado. O *paska* (em ucraniano) está sempre presente na Páscoa, assim como o *babka* (em ucraniano) é um pão doce sempre presente no Natal.

Salsicha, linguiça (*kovbaça* em ucraniano ou *kubassat* em polonês), lombo de porco e toucinho (*salo* em ucraniano) são muito utilizados como aperitivos em dias de festa e como acompanhamento para outros pratos típicos. Podem ser preparados defumados, fritos, assados, cozidos ou servidos cru.

As sopas, a maioria com sabor forte, são muito comuns, sendo a *borchtz* (em ucraniano) a mais comum e apreciada. É uma sopa de sabor azedado, à base de beterraba, repolho ou couve, com costela, lombinho de porco ou outras carnes defumadas, e de preferência temperada com nata e servida acompanhada de pão preto de centeio ou trigo. É considerado o prato nacional da família ucraniana, mas também é muito apreciada pelos poloneses, que a conhecem como *barszcz czerwony* (consomê de beterraba). Aqui no Brasil é comumente chamada de sopa vermelha.

---

<sup>1</sup> Considerando que os idiomas ucraniano e polonês são grafados em alfabeto específico (cirílico), neste trabalho não se observou a maneira original para a grafia das palavras estrangeiras, que foram então transcritas para o alfabeto latino. Primou-se pela cópia fiel quando essas palavras surgiam em trabalhos de outros autores. Durante as entrevistas elas foram grafadas conforme mencionado pelas entrevistadas. Cabe comentar que foi utilizado como material de apoio para essa escrita o Pequeno Dicionário Português Ucraniano e Ucraniano Português, de autoria de Waldemiro Chomem.



As sopas são tradicionalmente servidas como entrada para outro prato principal, e são degustadas acompanhadas por pão preto de centeio ou trigo. Outra sopa tradicional encontrada em Irati é a *kasp´śniaki* (em polonês) e *kapusniak* (em ucraniano), feita com repolho azedo, batata e carne de porco.

Dentre as carnes, a carne de porco é a mais encontrada nas receitas eslavas, existindo também receitas com a tripa (*flaki*) e o Joelho de porco (*golonka*). Existem em ambas as culturas receitas com carne de marreco ou frango, bovino, novilho (*krazy*) e vitela. Quanto à forma de preparo, são muito variadas: assadas, defumadas, fritas, abafadas, amassadas, moídas, enroladas, recheadas, etc. Os ucranianos também apreciam muito a *kozá*, carne de cabrito assada.

Os molhos mais consumidos são os molhos de nata e suas variações (como o de requeijão com nata), e o molho à base de raiz forte moída conhecido no Brasil como krin (*hryn* em ucraniano, *chrzan* em polonês), que acompanha principalmente carnes.

Pratos a base de batatas são muito comuns nas duas etnias. O *pierogi* (em polonês) ou *perohê* ou *varéneke* (em ucraniano), uma espécie de pastel cozido, de massa amanteigada feito com farinha de trigo e recheado com uma mistura de batata e requeijão, é a receita mais comum entre os descendentes de ucranianos e poloneses. Tradicionalmente é servido acompanhado por um molho de nata ou molho de carne temperado, semelhante ao molho bolonhesa.

Existem muitas variedades de recheio deste prato típico na Ucrânia, como cogumelos, feijão, carne, peixe, papoula, pêssegos, trigo mourisco, entre outros, mas o mais encontrado em Irati é a receita tradicional com batata e requeijão. Outra receita polonesa muito conhecida a base de batatas é o *platzki*, uma mistura de batatas, trigo e ovos fritos.

Outros pratos típicos:

- *bigos* (em polonês): servido acompanhado de pão de centeio e batatas, é uma mistura de couve branca ou repolho azedo com grande variedade de carnes defumadas e diversos temperos como pimenta, louro, ameixas secas, vinho branco, mel cogumelos, tomates, batatas maçãs e outros ingredientes.
- *holoptchi* (em ucraniano) ou *aluszki* (em polonês): charuto feito com recheio de carne, miúdos, trigo ou arroz e envolvido com folhas de repolho ou couve;
- *cholodetz* (em ucraniano): geléia, que pode ser de porco, de galinha, de peru...
- *mamalega* (em ucraniano): polenta de fubá;

- *kasha* (em ucraniano) ou *kasza* (em polonês): mingau com quirera de trigo, aveia, milho ou arroz cozidos, consumido em diversas ocasiões; e
- *retica* (em ucraniano): um cereal, conhecido no Brasil como arroz preto.

Como sobremesas, a grande preferência são doces feitos com ricota. A *sernik* (em polonês) é a tradicional e muito apreciada torta de requeijão. Citados pela senhora M.Z., iogurtes, tortas, sorvetes de frutas, mousses gelados, sonhos (*paczki*), além da torta de papoula (*makowiec* em polonês) e do bolo de levedo (*drozdzowka* em polonês) são sobremesas muito apreciadas pelos povos eslavos. O *kutiá* (em ucraniano), um doce a base de trigo, papoula, frutas secas e mel, é servido como sobremesa, mas originalmente é uma receita consumida na ceia de Natal.

A tradicional bebida eslava é a *wodka* gelada. Aqui no Brasil, a *pivo* (em polonês) ou *pevo* (em ucraniano), mais conhecida como cerveja caseira é a grande herança dos colonizadores.

A possibilidade de apresentar os pratos tradicionais poloneses e ucranianos nos restaurantes da cidade pode ser viável em razão da facilidade em encontrar na região os ingredientes utilizados na confecção dos pratos, além de haver mão de obra especializada, já que é grande o número de descendentes que têm conhecimento da forma de preparo dos pratos típicos e disposição para fazê-lo.

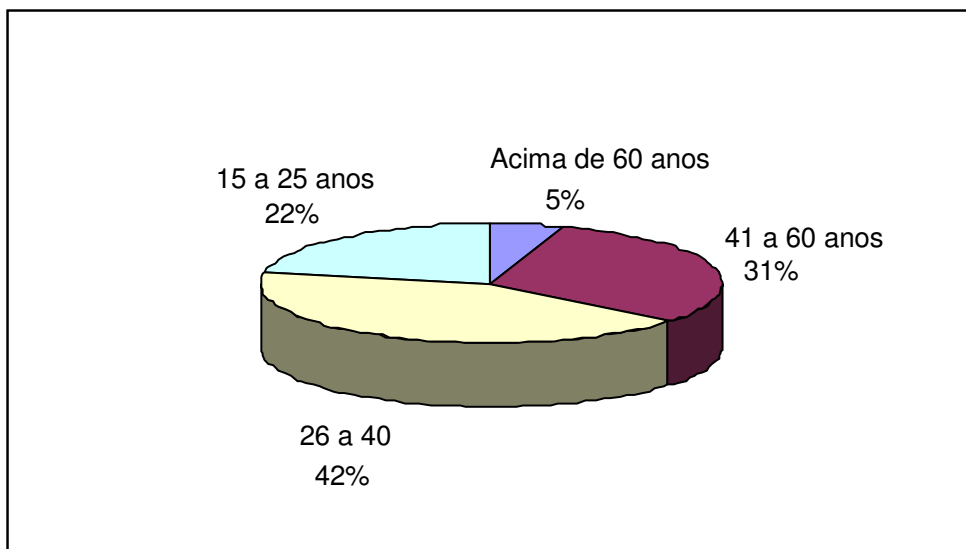
Essa assertiva pode ser corroborada com De Paula (2004), que afirma que a gastronomia interessa para o turismo, não apenas como um serviço, mas também como um atrativo por seu apelo cultural.

## 5. APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Neste capítulo serão apresentados os dados obtidos com as entrevistas realizadas com os clientes e com os proprietários dos estabelecimentos gastronômicos pesquisados.

### 5.1 DADOS COLETADOS COM CLIENTES

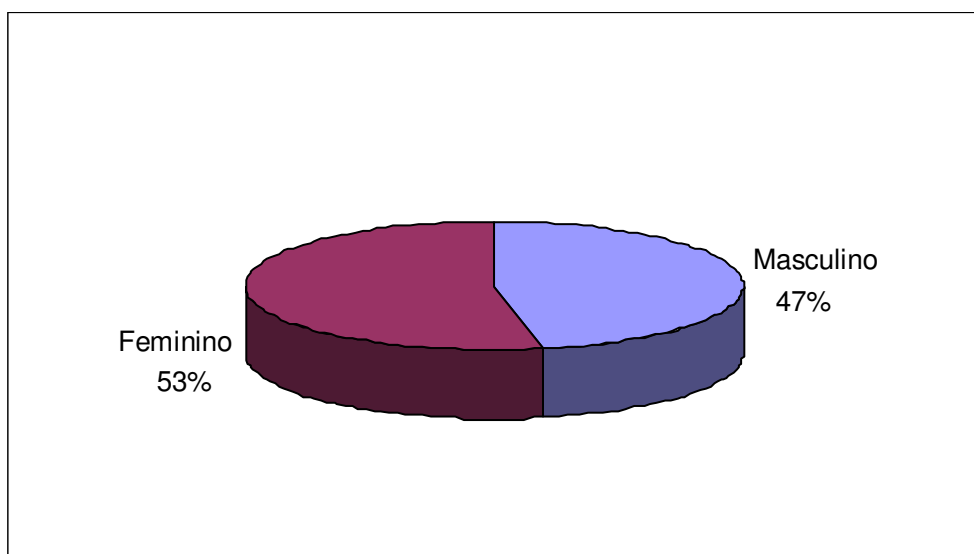
Percebe-se que as pessoas com idade entre 26 e 40 anos foram as que mais participaram das entrevistas, representando 42% do total de entrevistados. Em menor número, 5% estão as pessoas com mais de 60 anos.



FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

GRÁFICO 1 – FAIXA ETÁRIA DOS ENTREVISTADOS EM IRATI - 2007

No que tange ao gênero dos entrevistados, as mulheres foram encontradas em maior número nos restaurantes pesquisados, representando 53% dos entrevistados, enquanto os homens, 47%.



FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

GRÁFICO 2 – GÊNERO DOS ENTREVISTADOS EM IRATI - 2007

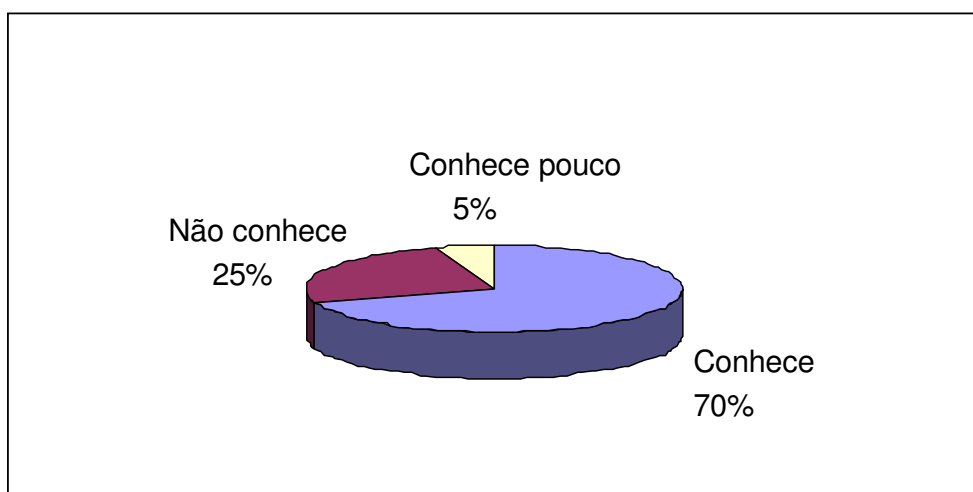
Para a procedência, conforme dados coletados, 65% dos entrevistados nos restaurantes pesquisados residem em Irati. O restante, 35% estava temporariamente na cidade, a trabalho, e eram provenientes de cidades próximas como Curitiba, Guarapuava, Ponta Grossa, Imbituva, Porto União, Inácio Martins, Fernandes Pinheiro, Mallet, Pinhão e Rebouças. Também foram entrevistadas pessoas provenientes de cidades não tão próximas como Rolândia, São João do Triunfo, Apucarana, Cascavel, Maringá, Foz do Iguaçu (todas no estado do Paraná), Resende (Rio de Janeiro) e Montevidéu (Uruguai).



FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

GRÁFICO 3 – NÚMERO DE ENTREVISTADOS RESIDENTES E NÃO RESIDENTES QUE FREQUENTAM OS RESTAURANTES PESQUISADOS EM IRATI - 2007

A grande maioria dos entrevistados (70%) conhece a gastronomia da região. Os que não a conhecem (25%) ou a conhecem pouco (5%) são os que não residem na cidade ou residentes que não são descendentes das etnias polonesa ou ucraniana.

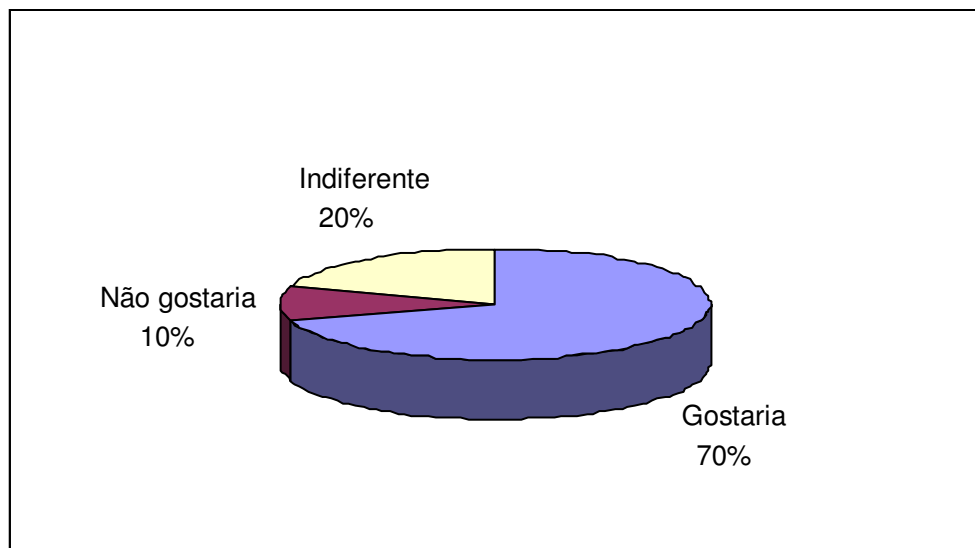


FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

GRÁFICO 4 – CONHECIMENTO DOS ENTREVISTADOS SOBRE A GASTRONOMIA TÍPICA EM IRATI - 2007

A maioria dos entrevistados (70%) gostaria que os restaurantes da cidade servissem pratos da gastronomia eslava, mas 10% deles não apreciam essa

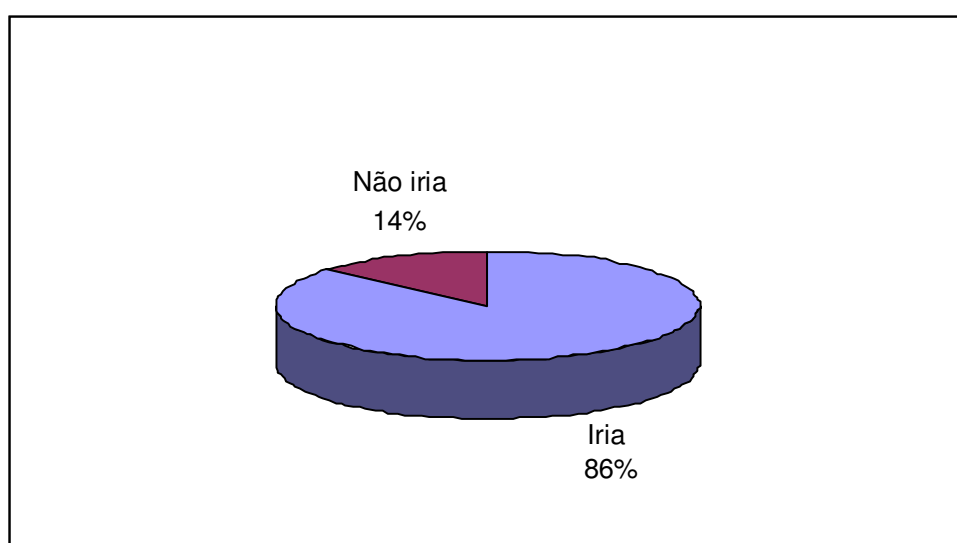
culinária, portanto não gostariam que os restaurantes a servissem. O restante, 20%, é indiferente ao questionamento por não residirem na cidade de Irati.



FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

GRÁFICO 5 – ENTREVISTADOS QUE GOSTARIAM QUE OS RESTAURANTES SERVISSEM COMIDA TÍPICA UCRANIANA E POLONESA EM IRATI - 2007

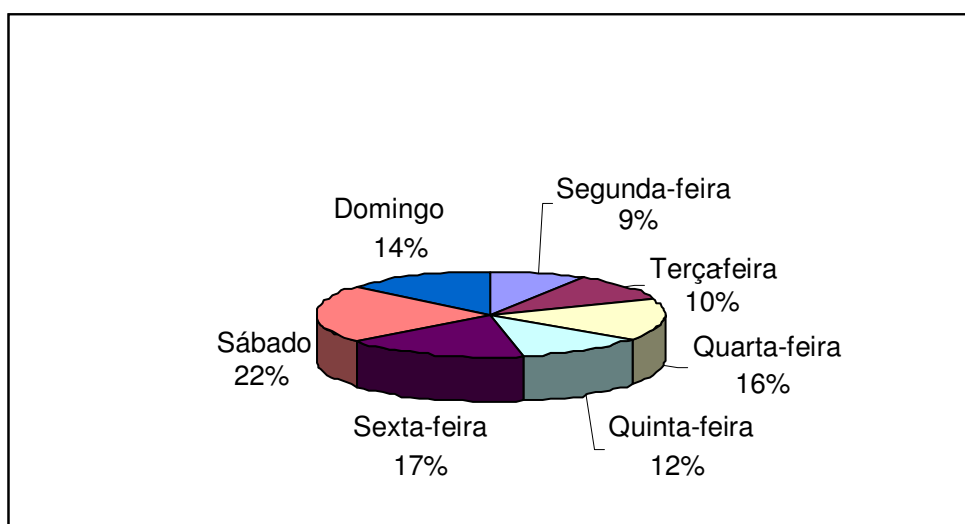
Quando questionados a respeito do interesse em freqüentar estabelecimentos que oferecem gastronomia eslava, 86% dos entrevistados afirmam que iriam a um restaurante para degustá-la, porém, 14% não iriam por não apreciar essa culinária.



FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

GRÁFICO 6 - ENTREVISTADOS QUE IRIAM A UM RESTAURANTE QUE SERVE PRATOS TÍPICOS UCRANIANOS E POLONESES, IRATI - 2007

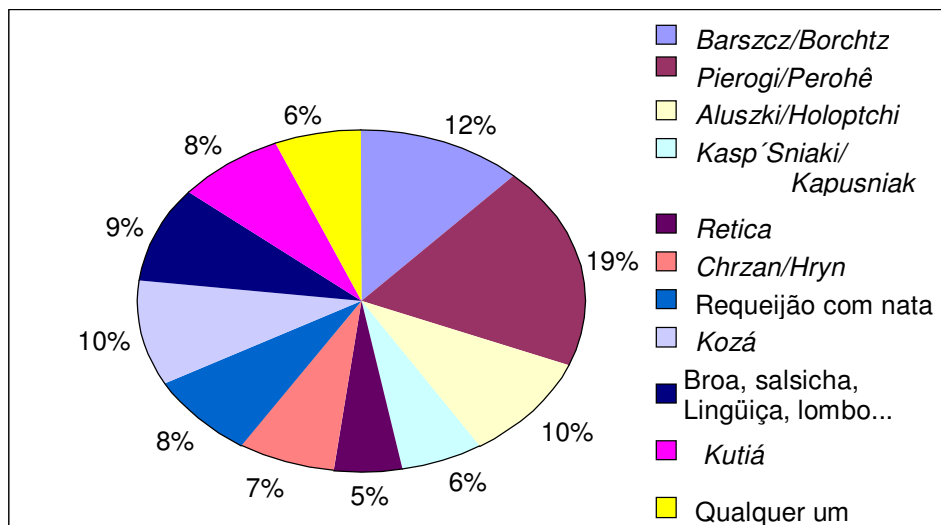
Na opinião dos entrevistados residentes em Irati, o fim de semana é a melhor opção para degustar os pratos típicos ucranianos e poloneses, principalmente no sábado (22%) e na sexta-feira (17%), em função da maior disponibilidade de tempo. A quarta-feira foi um dia muito cogitado (16%) pelos que não residem em Irati, e que de acordo com a pesquisa da autora, a maioria vem à cidade durante a semana, a trabalho.



FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

GRÁFICO 7 – O DIA IDEAL PARA DEGUSTAR PRATOS TÍPICOS UCRANIANOS E POLONESES SEGUNDO OS ENTREVISTADOS EM IRATI - 2007

Com relação à preferência acerca de qual prato típico gostaria que fosse servido nos restaurantes, e de acordo com as opções apresentadas, os entrevistados escolheram em maior número o *pierogi/perohê* (19%), e a *barszcz/borchtz* (12%). Esses dois pratos típicos são os mais conhecidos pela população, o que explica a maioria das escolhas. O *aluszki/holoptchi* e o *kozá* foram o terceiro mais votados (10%). A escolha de qualquer prato, deu-se por 6% dos entrevistados, que alegaram gostar de todos ou ter interesse de provar qualquer um dos pratos.



FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

GRÁFICO 8 – O PRATO TÍPICO QUE OS ENTREVISTADOS GOSTARIAM QUE FOSSE SERVIDO NOS RESTAURANTES EM IRATI - 2007

## 5.2 DADOS COLETADOS COM PROPRIETÁRIOS

Esta sessão trata das entrevistas realizadas com os proprietários dos restaurantes.

Quando questionado aos proprietários se os mesmos já serviram algum prato típico da culinária polonesa ou ucraniana, todos afirmam que sim, com exceção do restaurante B, que preparou pratos típicos ucranianos e poloneses apenas em eventos, e não em seu restaurante. Os demais servem *pierogi/perohê* pelo menos uma vez por semana, seja nos *buffets* ou quando é o prato do dia (no caso do restaurante C).

O prato típico que foi servido por todos foi o *pierogi/perohê*. Os restaurantes E e A serviram, além do *pierogi/perohê*, o *chrzan/hryn*. O restaurante F serviu também uma receita com repolho azedo, considerando-a como um prato típico das etnias em questão. Os restaurantes C e D foram os que mais serviram pratos típicos eslavos, como *barszcz/borchtz*, *kasp´sniaki/kapusniak*, *aluski/holoptchi*, a *rética*, *chrzan/hryn*, requeijão com nata, *kozá*, broa, salsicha, lingüiça e lombo de porco defumados, *kutiá*, e *platcki*.



Ainda segundo os proprietários entrevistados, os clientes do restaurante A aprovaram as receitas eslavas oferecidas no estabelecimento. No restaurante C, os clientes gostam muito quando têm a possibilidade de degustar pratos eslavos, assim como nos restaurantes D e F. Os clientes do restaurante E sempre elogiam quando um prato típico ucraniano ou polonês é incluído no cardápio.

O restaurante B, que ainda não serviu nenhum prato típico eslavo, a não ser em eventos, afirma que tem interesse em fazê-lo algum dia da semana.

Todos os proprietários dos restaurantes pesquisados interessaram-se em saber o resultado da pesquisa com seus clientes, para verificar se há interesse dos mesmos em provar pratos da gastronomia eslava.

### 5.3 ANÁLISE DOS DADOS

Considerando os dados expostos, parte-se neste momento para sua análise em profundidade. Para tal, foram efetuados alguns cruzamentos entre dados pertinentes obtidos com o formulário e com as entrevistas.

Questionou-se aos pesquisados abordados com o formulário, informações como idade, sexo e local de residência justamente para realizar o cruzamento dessas respostas com as respostas relacionadas à gastronomia eslava, além de obter seu perfil.

Como exemplo dos cruzamentos: qual a relação entre o conhecimento sobre a gastronomia eslava e a idade dos pesquisados, ou se haveria relação entre o sexo e o interesse por degustar os pratos eslavos nos restaurantes, teria alguma relação a procedência do entrevistado e seu conhecimento acerca dos pratos eslavos, ou seja, os iratienses teriam maior conhecimento sobre esta gastronomia do que os questionados de outras cidades.

Sendo assim, apresenta-se a análise desses cruzamentos.

Cruzamento 1: relação entre a idade dos entrevistados e o conhecimento dos mesmos acerca da gastronomia típica da região.

QUADRO 2 – IDADE X CONHECIMENTO SOBRE A GASTRONOMIA DA REGIÃO

|                    | <b>15 a 25 anos</b> | <b>26 a 40 anos</b> | <b>41 a 60 anos</b> | <b>Mais de 60 anos</b> |
|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|------------------------|
| <b>Conhece</b>     | 60%                 | 80%                 | 80%                 | 100%                   |
| <b>Não Conhece</b> | 40%                 | 20%                 | 20%                 | -----                  |

FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007.

Percebe-se que a grande maioria dos entrevistados, em todas as faixas etárias tem conhecimento da gastronomia típica da região. Importante ressaltar que a totalidade dos entrevistados acima de 60 anos conhece a gastronomia típica da região (a gastronomia eslava). Com esse dado, pode-se pensar que a tradição dos imigrantes é mais difundida entre a população mais idosa, e menos difundida entre os mais jovens.

Cruzamento 2: relação entre a idade dos entrevistados e o interesse dos mesmos na oferta de pratos eslavos nos restaurantes da cidade, onde sim indica que há interesse, e não, que não há interesse.

QUADRO 3 – IDADE X INTERESSE DOS ENTREVISTADOS EM QUE OS RESTAURANTES DE IRATI SIRVAM COMIDA TÍPICA UCRANIANA E POLONESA

|                    | <b>15 a 25 anos</b> | <b>26 a 40 anos</b> | <b>41 a 60 anos</b> | <b>Mais de 60 anos</b> |
|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|------------------------|
| <b>Sim</b>         | 60%                 | 70%                 | 70%                 | 100%                   |
| <b>Não</b>         | 10%                 | 10%                 | 15%                 | -----                  |
| <b>Indiferente</b> | 30%                 | 20%                 | 15%                 | -----                  |

FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

Mais uma vez é relevante perceber que o grupo de entrevistados com mais de 60 anos demonstra maior interesse pela cultura dos imigrantes ucranianos e poloneses no que diz respeito à gastronomia. Além dessa informação, é notável que a maior parte dos entrevistados, em todas as faixas etárias, gostaria que os restaurantes da cidade servissem comida típica ucraniana e polonesa.

Cruzamento 3: relação entre o gênero dos entrevistados e o conhecimento dos mesmos acerca da gastronomia típica da região.

QUADRO 4 – GÊNERO X CONHECIMENTO SOBRE A GASTRONOMIA TÍPICA EM IRATI

|                    | <b>Masculino</b> | <b>Feminino</b> |
|--------------------|------------------|-----------------|
| <b>Conhece</b>     | 65%              | 80%             |
| <b>Não conhece</b> | 35%              | 20%             |

FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

Também neste cruzamento é notável que em ambos os sexos o conhecimento da gastronomia ucraniana e polonesa predomina sobre o desconhecimento, porém com maior destaque que para as mulheres.

Cruzamento 4: relação entre o sexo dos entrevistados e o interesse em que os restaurantes da cidade sirvam pratos típicos poloneses e ucranianos, onde sim representa que há interesse, e não, que não há interesse.

QUADRO 5 – GÊNERO X INTERESSE EM QUE OS RESTAURANTES DE IRATI SIRVAM COMIDA TÍPICA UCRANIANA E POLONESA

|                    | <b>Masculino</b> | <b>Feminino</b> |
|--------------------|------------------|-----------------|
| <b>Sim</b>         | 70%              | 70%             |
| <b>Não</b>         | 10%              | 10%             |
| <b>Indiferente</b> | 20%              | 20%             |

FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

Com ambos os sexos obteve-se a maioria das respostas positivas, quando perguntado se gostariam que os restaurantes da cidade servissem comida típica ucraniana e polonesa. Um dado interessante é que há um número superior de indivíduos que se sentem indiferentes quanto à oferta da gastronomia eslava em relação aos que não têm interesse. Os indiferentes não sentem falta da gastronomia eslava nos restaurantes de Irati porque, pode-se aferir, na maioria, consomem os pratos típicos em suas próprias casas.

Cruzamento 5: relação entre a procedência do entrevistados e o conhecimento acerca da gastronomia eslava na região, onde sim significa que conhece, e não, que não conhece.

QUADRO 6: CIDADE DE ORIGEM X CONHECIMENTO SOBRE A GASTRONOMIA TÍPICA DA REGIÃO

|            | <b>Irati</b> | <b>Outra cidade do Paraná</b> | <b>Outro estado</b> |
|------------|--------------|-------------------------------|---------------------|
| <b>Sim</b> | 90%          | 50%                           | 50%                 |
| <b>Não</b> | 10%          | 50%                           | 50%                 |

FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

Em Irati, a maior parte dos entrevistados conhece a gastronomia típica da região, provavelmente por conviverem de alguma forma com as culturas polonesa e ucraniana na cidade. Em se tratando de outras cidades, é perceptível que o número de respostas negativas e positivas é o mesmo, sendo que os entrevistados que afirmaram não conhecer a tradição da gastronomia eslava em Irati, na maioria, não eram moradores de cidades próximas. Os entrevistados procedentes de outros estados não foram em número relevante (duas pessoas) para tornar possível uma análise para este cruzamento.

Cruzamento 6: relação entre a cidade de origem e o interesse pela oferta de pratos eslavos nos estabelecimentos gastronômicos de Irati, onde sim significa que há interesse, e não, que não há interesse

QUADRO 7 – CIDADE DE ORIGEM X INTERESSE EM QUE OS RESTAURANTES DE IRATI SIRVAM COMIDA TÍPICA UCRANIANA E POLONESA

|                    | <b>Irati</b> | <b>Outra cidade do Paraná</b> | <b>Outro estado</b> |
|--------------------|--------------|-------------------------------|---------------------|
| <b>Sim</b>         | 65%          | 80%                           | -----               |
| <b>Não</b>         | 10%          | 10%                           | 50%                 |
| <b>Indiferente</b> | 25%          | 10%                           | 50%                 |

FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

Os moradores da cidade, em sua maioria, gostariam que os restaurantes servissem comida típica ucraniana e polonesa, apesar de um número representativo de respostas indiferentes à essa pergunta. Interessante notar que pessoas provenientes de outras cidades têm um grande interesse de encontrar em Irati

restaurantes que sirvam comida típica ucraniana e polonesa. Provavelmente obteve-se este dado porque os visitantes gostam, em grande parte das vezes – como já foi observado na fundamentação teórica por outros pesquisadores – de experimentar pratos típicos do local visitado. O número de entrevistados provenientes de outros estados não foi suficiente (2 pessoas) para resultar em um dado relevante, porém chama a atenção o fato de nenhum dos indivíduos ter interesse em que se sirvam pratos típicos ucranianos e poloneses em Irati. A justificativa está em um deles não apreciar essa gastronomia, e outro não conhecê-la.

Cruzamento 7: a relação entre cada restaurante pesquisado e o interesse de seus clientes em que o mesmo sirva pratos típicos da gastronomia ucraniana e polonesa.

Considerando que, de acordo com as respostas dos proprietários dos restaurantes durante as entrevistas, todos teriam interesse em montar um cardápio contendo pratos típicos da culinária eslava ao menos em algum dia da semana, dependendo do resultado da presente pesquisa.

No restaurante A, 65% dos entrevistados gostariam que os restaurantes da cidade servissem pratos típicos ucranianos e poloneses, sendo 15% de respostas indiferentes à esta pergunta. O restante, 20% não gostaria.

No restaurante B, não houve nenhuma resposta negativa. Apesar de 30% dos entrevistados serem indiferentes à esta pergunta, o restante dos entrevistados (70%) têm interesse em provar pratos típicos da gastronomia eslava nos restaurantes em Irati. Relevante ressaltar o fato de que o restaurante B é o único que nunca serviu pratos eslavos, talvez desconhecendo o grande interesse de seus clientes.

No restaurante C também não houve nenhuma resposta negativa por parte dos clientes quando questionados sobre o interesse em que os restaurantes de Irati sirvam pratos típicos poloneses e ucranianos, sendo 40% dos clientes indiferentes ao questionamento.

No restaurante D, a maioria dos entrevistados (65%) gostaria que fossem servidos pratos eslavos, 25% não gostariam e 10% são indiferentes ao questionamento.

No restaurante E, apenas 5% dos entrevistados deram uma resposta negativa ao questionamento, 30% foram indiferentes, e o restante (65%) gostaria, sim, que os restaurantes da cidade servissem os pratos típicos da região.

Finalmente, no restaurante F, o resultando do cruzamento em questão foi positivo para a pesquisa, afinal, entre todos os entrevistados não houve nenhuma resposta negativa, sendo que 90% deles gostariam de provar pratos típicos eslavos nos restaurantes da cidade, e apenas 10% sentem-se indiferentes quanto à esta questão.

Cruzamento 8: todos os seis restaurantes pesquisados afirmam que recebem muitos clientes advindos de outras cidades. De acordo com um cruzamento de dados referentes à cidade de origem dos entrevistados em cada restaurante, obteve-se como resposta a tabela a seguir, onde as letras do alfabeto representam cada um dos restaurantes pesquisados.

QUADRO 8 – CIDADE DE ORIGEM DOS ENTREVISTADOS EM CADA RESTAURANTE PESQUISADO

|                                   | Restaurante<br><b>A</b> | Restaurante<br><b>B</b> | Restaurante<br><b>C</b> | Restaurante<br><b>D</b> | Restaurante<br><b>E</b> | Restaurante<br><b>F</b> |
|-----------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| <b>Irati</b>                      | 70%                     | 90%                     | 60%                     | 65%                     | 35%                     | 50%                     |
| <b>Outra cidade<br/>do Paraná</b> | 25%                     | 10%                     | 40%                     | 35%                     | 60%                     | 50%                     |
| <b>Outro<br/>estado</b>           | 5%                      |                         |                         |                         | 5%                      |                         |

FONTE: PAULA TURRA GRECHINSKI, 2007

Percebe-se que o restaurante E é o que mais recebe pessoas de outras cidades, sendo o número de entrevistados que não residem em Irati superior ao número de moradores da cidade. No restaurante F, o número de clientes residentes e visitantes entrevistados foi o mesmo. Nos restaurantes A, B, C e D, o número de clientes da cidade foi superior ao número de visitantes, sendo que a diferença maior encontra-se nos estabelecimentos A e B, onde o número de clientes iratienses foi superior ao de visitantes.

Cruzamento 9: perguntou-se aos proprietários dos restaurantes, qual o dia de maior movimento em cada um dos estabelecimentos. A seguir, faz-se o cruzamento

dessas respostas com as respostas dos clientes quando questionados sobre qual o dia da semana ideal para degustar pratos típicos da gastronomia eslava.

O proprietário do restaurante A afirma que durante todos os dias da semana seu restaurante é bastante movimentado. Para seus clientes, a Sexta-feira e o Sábado são os melhores dias para degustar pratos eslavos, ambos com o mesmo número de respostas.

Para o proprietário do restaurante B, o Domingo é o dia de maior movimento em seu estabelecimento. Seus clientes escolheram a Sexta-feira, o Sábado e o Domingo como os melhores dias para serem servidos pratos típicos ucranianos e poloneses, os três igualmente com o mesmo número de respostas.

De acordo com o proprietário do restaurante C, o dia de maior movimento é o Sábado, o que está de acordo com a escolha de seus clientes como o melhor dia para degustar pratos típicos da culinária eslava.

No restaurante D, o maior movimento encontra-se durante a semana, de Segunda a Sexta-feira. Seus clientes optaram, na maioria, pelo Sábado.

O restaurante E afirma que os dias da semana de maior movimento são a Terça-feira e o Sábado, sendo o último o preferido pelos clientes para que sejam servidos pratos típicos eslavos.

O Sábado é o dia de maior movimento também para o restaurante F, de acordo com seu proprietário, dia este que foi escolhido pela maioria de seus clientes para degustar os pratos típicos da culinária polonesa e ucraniana.

Cruzamento 10: fez-se um cruzamento entre o que cada restaurante afirma já ter servido da culinária eslava, e o que os clientes dos mesmos restaurantes gostariam de encontrar nos restaurantes. Quando citados, os nomes dos pratos estarão escritos conforme a maneira polonesa e ucraniana, respectivamente.

O restaurante A, que já serviu *pierogi/perohê* e *chrzan/hryn*, teve com um número maior de respostas o *pierogi/perohê* como a melhor opção da culinária eslava.

Com os clientes do restaurante B, que não possui nenhum prato típico eslavo em seu cardápio, o prato típico que se destaca, mais uma vez, é o *pierogi/perohê*, mas houve um expressivo número de respostas em todos os pratos típicos sugeridos, uma vez que diversos clientes quando questionados respondiam que

gostariam de degustar qualquer um dos pratos, seja por gostarem de diversos deles, ou para conhecê-los.

O proprietário do restaurante C afirma já ter servido quase todos os pratos típicos citados na entrevista como *barszcz/borchtz*, *pierogi/perohê*, *aluszki/holopti*, *kasp'niaki/kapusniak*, *chrzan/hryn*, *kozá*, além de requeijão com nata e broas, salsicha, lingüiça e lombo de porco defumados, que também são tradicionais nas culturas eslavas. Os clientes escolheram, na maioria, o *pierogi/perohê*, que é um prato típico servido ao menos uma vez por semana neste estabelecimento.

O restaurante D também já serviu diversos pratos da gastronomia eslava. Além dos já citados no restaurante C, e com exceção do *kozá*, foi servido também *retica*, *kutiá* e *platzki*. Mais uma vez, a maioria dos clientes escolheu o *pierogi/perohê* como o prato típico que gostariam de encontrar com mais freqüência nos restaurantes da cidade.

O restaurante E, assim como o restaurante A já serviu *pierogi/perohê* e *chrzan/hryn* aos seus clientes, que escolheram o *pierogi/perohê* como o prato típico da gastronomia eslava que gostariam que fosse servido nos restaurantes em Irati.

Por fim, o estabelecimento F já serviu *pierogi/perohê* com diferentes recheios, além do repolho azedo, que é outro alimento tradicional nos países eslavos. Um grande número de entrevistados respondeu que gostaria que fosse servido qualquer prato da culinária eslava. Vale ressaltar que, conforme o cruzamento 8, 90% dos entrevistados neste estabelecimento gostaria que os restaurantes da cidade servissem pratos típicos poloneses ucranianos, o que talvez justifique o fato de seus clientes responderem de maneira ampla quando questionados sobre quais pratos eles gostariam que fossem servidos nos restaurantes da cidade.

Depois do *pierogi/perohê*, o prato mais escolhido, em todos os restaurantes foi a *barszcz/borchtz*. Talvez isso se dê pelo fato de que estes são os pratos típicos mais comuns na cidade. Não houve nenhuma sugestão de prato típico presente no formulário que não foi escolhida por ninguém, todos foram escolhidos ao menos por uma pessoa. Também não houve nenhum caso com os clientes em que o entrevistado sugerisse algum prato que não estivesse contido no formulário utilizado.

Com os cruzamentos e a análise individual de cada restaurante, é possível um parecer amplo quanto às questões abordadas nos formulários e entrevistas. Os moradores de Irati são os que mais conhecem a gastronomia polonesa e ucraniana, provavelmente por conviverem com essas culturas na cidade. Mas são as pessoas



de outras cidades as que mais gostariam de ver os pratos típicos dessas etnias nos restaurantes de Irati. Uma hipótese para a ocorrência deste dado dá-se em função de que diversos entrevistados iratienses, por serem descendentes das duas etnias, estão acostumados a consumir os pratos típicos em suas próprias casas. Além de ser notável o interesse dos que não vivem na cidade em degustar ou conhecer os pratos típicos poloneses e ucranianos.

Durante a aplicação das entrevistas com os clientes dos estabelecimentos, notou-se que muitos deles, apesar de conhecerem o prato típico, desconheciam o nome do prato. Também houve casos em que os entrevistados acreditavam ser o *pierogi/perohê* um prato típico da cultura italiana, ou que o *aluszki/holoptchi* era um prato típico libanês. Coube à pesquisadora esclarecer esses aspectos e outros que geraram dúvidas nos pesquisados acerca das culturas ucraniana e polonesa.

Percebe-se pela pesquisa que a gastronomia eslava interessa tanto aos iratienses como aos visitantes, e ainda mais do que isso, é desejada pelo público freqüentador de restaurantes.

Partindo do princípio de que a gastronomia, mais do que um serviço prestado, pode ser um atrativo turístico em Irati, pode-se dizer que na oferta de pratos eslavos reside um grande nicho de divulgação, atração e manutenção de turistas à cidade, agregando valor à visita por colocar à mostra aspectos tão ricos da cultura local.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste trabalho, a gastronomia é entendida como patrimônio cultural por fazer parte, e traduzir de alguma forma a história e a identidade de um povo e de um local. O turismo gastronômico pode ser uma forma de utilizar o patrimônio cultural como um atrativo turístico, ajudando inclusive a preservar tradições que aos poucos vão se perdendo.

Em razão disso, apresentou-se a possibilidade de análise para esta pesquisa, considerando a colonização eslava em Irati e seu legado gastronômico, tendo por finalidade examinar a oferta de pratos típicos eslavos nos estabelecimentos gastronômicos de Irati e suas interfaces com o turismo local.

Assim sendo, esta reflexão percebe que a cultura iratiense é uma somatória das características dos colonizadores da região. O processo de colonização contribuiu com valores culturais para a sociedade em formação e para o desenvolvimento da cidade. Os poloneses e ucranianos, pesquisados neste trabalho por representarem grande parte dos descendentes na cidade, recordam-se sempre de suas origens, e procuram manter os costumes de seus antepassados no que diz respeito principalmente à religião, cultura, tradições, festas e gastronomia.

Os objetivos específicos da pesquisa foram alcançados com êxito por meio da pesquisa de campo. Quando avaliado o interesse pela oferta de pratos eslavos em Irati, do ponto de vista dos estabelecimentos gastronômicos, foi possível notar que existe, sim, o interesse dos mesmos em ofertar alimentos desta gastronomia. Porém, há um receio por parte dos proprietários dos restaurantes pesquisados no que diz respeito à demanda para tal.

Esse receio pode ser sanado pela pesquisa da avaliação do interesse pela oferta de pratos eslavos na cidade de Irati do ponto de vista dos clientes (turistas e residentes) dos estabelecimentos gastronômicos, cujo resultado foi muito positivo. Foi possível detectar que os visitantes da cidade gostariam que houvesse um local onde pudessem degustar e conhecer os pratos típicos da gastronomia da região. Seria interessante também para os moradores de Irati em muitos aspectos, inclusive para aqueles que moram na cidade, mas ainda não tiveram a oportunidade de provar os pratos típicos ucranianos e poloneses, já que eles são servidos principalmente na residência dos descendentes dessas etnias.

O prato típico mais citado pelos entrevistados foi o *pierogi/perohê*. Vale ressaltar que muitas pessoas que participaram da pesquisa, sejam elas moradoras da cidade ou não, não conhecem os outros pratos típicos comuns para os descendentes, mas teriam interesse em conhecê-los. Os pesquisados não residentes em Irati, e os que não conhecem a gastronomia da região, afirmam que iriam a um restaurante da cidade que serve pratos da gastronomia eslava e que gostariam que qualquer um dos pratos típicos fosse servido, mostrando um grande interesse em conhecer a gastronomia em questão.

Nota-se que a gastronomia eslava pode ser um atrativo relevante para o turismo em Irati quando servida e divulgada nos restaurantes da cidade. Dessa forma, ela pode atuar como um atrativo propriamente dito, por traduzir a identidade da cidade, ou ainda agregar valores intangíveis a outros produtos e experiências turísticas mesmo quando utilizada apenas como um serviço.

O presente trabalho encerra-se aqui, mas a reflexão e a temática que envolveram a pesquisa, seguirão instigando a pesquisadora e outros interessados no tema.

## REFERÊNCIAS

AURÉLIO, **Dicionário Básico da Língua Portuguesa**. São Paulo: Nova Fronteira, 1995

BAHL, Miguel. **Legados Étnicos e Oferta Turística**. Curitiba: Juruá, 2004.

BARRETTO, Margarita. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. Campinas: Papyrus, 1995.

BARRETTO, Margarita, BANDUCCI, Álvaro Jr. (orgs). **Turismo e Identidade Local: Uma visão antropológica**. Campinas: Papyrus, 2001.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC, 2002.

CAMARGO, Haroldo Leitão. **Patrimônio Histórico e Cultural**. São Paulo: Aleph, 2002.

CHOMEM, Waldemiro. **Pequeno Dicionário Português Ucraniano e Ucraniano Português**. São Paulo, 1981.

DE PAULA, Nilma M. **A indústria de serviços de alimentação** in DENCKER, Ada. **Planejamento e Gestão em Turismo e Hospitalidade**. São Paulo: Pioneira, 2004.

DRUMMOND, Siobhan; YEOMAN, Ian. **Questões de Qualidade nas Atrações de Visitação a Patrimônio**. São Paulo: Roca, 2004.

FAGALI, Claudia C. **Qualidade dos estabelecimentos gastronômicos de Irati-Pr**. (monografia de graduação em turismo). Universidade Estadual do Centro-Oeste: Irati, 2006.

FAGLIARI, Gabriela S. **Turismo e Alimentação: Análises Introdutórias**. São Paulo: Roca, 2005.

FONSECA, Márcia M. **Turismo Histórico-Cultural em Ouro Preto: Sentidos Simbólicos e Configuração de Identidades no Século XX** in BAH, Miguel. **Turismo: Enfoques Teóricos e Práticos**. São Paulo: Roca, 2003.

FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY Jaime. **Turismo e Patrimônio Cultural**. 3<sup>a</sup>. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

FUNES, Avonir. **Evolução Econômica nos 100 anos de Irati**. Folha de Irati. Irati, 14 a 20 de julho de 2007, p. 28

GIMENES, Maria Henriqueta S. G. **Perfil dos Eventos Gastronômicos do Estado do Paraná em 2001** in BAHL, Miguel. **Turismo: Enfoques Teóricos e Práticos**. São Paulo: Roca, 2003.

LAGE, Beatriz H. G.; MILONE, Paulo Cesar (orgs.). **Turismo: Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. São Paulo: Atlas, 2002.

MONTEJANO, Jordi M. **Estrutura do Mercado turístico**. 2 ed. Roca. São Paulo, 2001.

PENA, Luiz Carlos. **Conteúdos Culturais e Naturais em Roteiros Turísticos versus Artificialismo Induzido** in BAHL, Miguel. **Turismo: Enfoques Teóricos e Práticos**. São Paulo: Roca, 2003.

PREFEITURA MUNICIPAL DE IRATI. **Dados Gerais: 1907 – 2007**. Irati, 2007.

RUDEK, Cláudia M. (coord.) **A Cultura Ucraniana e Polonesa em Irati**. Irati: Gráfica D´arte, 2002.

SAHAIKO, Andréa Bulka. **Epopéia Ucraniano-Brasileira**. Folha de Irati. Irati, 14 a 20 de julho de 2007, p. 14

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

ZAVILINSKI, Genoveva. **Influência Polonesa nos 100 anos de Irati**. Folha de Irati. Irati, 14 a 20 de julho de 2007, p. 30

## FONTES ELETRÔNICAS

CHIOZZINI, Daniel. **Turismo Cultural e Educação Patrimonial mais próximos.** Disponível na internet. <http://www.revista.iphan.gov.br/materia.php?id=147>. Acessado em 28/05/2007.

CORNER, Dolores Martin Rodríguez. **A Gastronomia Étnica no Turismo Gaúcho.** Disponível na internet. <http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/artigos.php?cod=1>. Acessado em 19/04/2007.

FURTADO, Fábio Luiz. **A Gastronomia como Produto Turístico.** Disponível na internet. <http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/artigos/gastronomia.html>. Acessado em 28/05/2007.

SEGALA, Luiziane V. **Gastronomia e Turismo Cultural.** Disponível na internet. <http://revistaturismo.cidadeinternet.com.br/materiasespeciais/gastronomia.html>. Acessado em 25/05/2007.

UNESCO. **Patrimônio Cultural Imaterial.** Disponível na internet. [http://www.unesco.org.br/areas/cultura/areastematicas/patrimonioimaterial/patrimaterial/mostra\\_documento](http://www.unesco.org.br/areas/cultura/areastematicas/patrimonioimaterial/patrimaterial/mostra_documento) Acessado em 15/10/2007.

## APÊNDICES

APÊNDICE 1 – ROTEIRO DA ENTREVISTA APLICADA AOS PROPRIETÁRIOS  
DOS RESTAURANTES PESQUISADOS EM IRATI



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE IRATI

ALUNA: PAULA TURRA GRECHINSKI

CURSO DE TURISMO

RESTAURANTE \_\_\_\_\_

O(A) SENHOR(A) JÁ SERVIU EM SEU RESTAURANTE, ALGUM PRATO TÍPICO DA CULINÁRIA POLONESA OU UCRANIANA?

- Sim  
 Não

SE SIM, QUAL OU QUAIS PRATOS?

- Barszcz/Borchtz* (sopa de beterrabas com carnes defumadas)  
 *Pierogi/Perohê* (pastel cozido com recheio de batata)  
 *Aluski/Holoptchi* (Arroz com miúdos enrolado em folha de repolho)  
 *Kasp`Sniaki/Kapusniak* (sopa de repolho azedo com batata e carne de porco)  
 *Retica* (arroz preto)  
 *Chrzan/Hryn* (raiz forte)  
 Requeijão com nata  
 *Kozá* (cabrito assado)  
 Broa, salsicha, linguiça e lombo de porco defumados (como entrada)  
 *Kutiá* (sobremesa a base de trigo, leite condensado, mel, uva passa, ameixa preta e nozes)  
 Outros (especificar)
- 

QUAL FOI A OPINIÃO DOS CLIENTES?

---

SE AINDA NÃO SERVIU, TERIA INTERESSE EM FAZÊ-LO ALGUM DIA DA SEMANA?

- Sim  
 Não (justificar)
- 

CERCA DE QUANTAS PESSOAS ALMOÇAM EM SEU ESTABELECIMENTO POR DIA?

---

SEU RESTAURANTE RECEBE VISITANTES DE OUTRAS CIDADES?

- Sim  
 Não

QUAL O DIA DA SEMANA EM QUE O RESTAURANTE TEM MAIOR MOVIMENTO?

- Segunda-feira  
 Terça-feira  
 Quarta-feira  
 Quinta-feira  
 Sexta-feira  
 Sábado  
 Domingo

APÊNDICE 2 – FORMULÁRIO APLICADO AOS CLIENTES DOS  
RESTAURANTES PESQUISADOS EM IRATI

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE  
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE IRATI

ALUNA: PAULA TURRA GRECHINSKI

CURSO DE TURISMO

IDADE

- 15 a 25 anos
- 26 a 40 anos
- 41 a 60 anos
- acima de 60 anos

SEXO

- Masculino
- Feminino

CIDADE DE ORIGEM \_\_\_\_\_

O QUE LEVOU-O A VISITAR A CIDADE DE IRATI? \_\_\_\_\_

JÁ CONHECE A GASTRONOMIA TÍPICA DA REGIÃO?

- Sim
- Não

GOSTARIA QUE OS RESTAURANTES DA CIDADE SERVISSEM COMIDA TÍPICA UCRANIANA E POLONESA?

- Sim
- Não
- Indiferente

QUAL PRATO TÍPICO O(A) SENHOR(A) GOSTARIA QUE FOSSE SERVIDO?

- Barszcz/Borchtz* (sopa de beterrabas com carnes defumadas)
- Pierogi/Perohê* (pastel cozido com recheio de batata)
- Aluski/Holoptchi* (Arroz com miúdos enrolado em folha de repolho)
- Kasp´Sniaki/Kapusniak* (sopa de repolho azedo com batata e carne de porco)
- Retica* (arroz preto)
- Chrzan/Hryn* (raiz forte)
- Requeijão com nata
- Kozá* (cabrito assado)
- Broa, salsicha, lingüiça e lombo de porco defumados (como entrada)
- Kutiá* (sobremesa a base de trigo, leite condensado, mel, uva passa, ameixa preta e nozes)
- Outros (especificar) \_\_\_\_\_

SE HOUVESSE UM DIA DA SEMANA EM QUE UM RESTAURANTE DA CIDADE SERVISSE COMIDA TÍPICA UCRANIANA/POLONESA, O (A) SENHORA(A) IRIA?

- Sim
- Não (justificar) \_\_\_\_\_

QUAL SERIA O DIA IDEAL, NA SUA OPINIÃO?

- Segunda-feira
- Terça-feira
- Quarta-feira
- Quinta-feira
- Sexta-feira
- Sábado
- Domingo