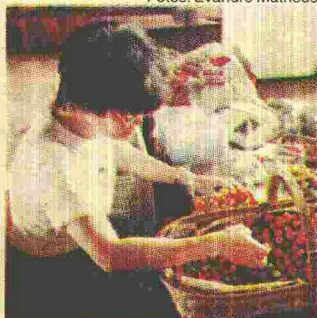


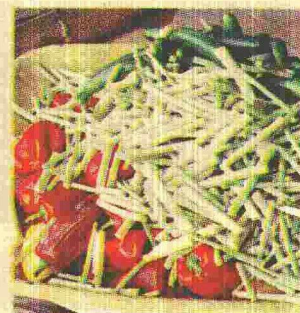
V A R G E M B O N I T A

Fotos: Evandro Matheus



**NÚCLEO RURAL, DE TRADIÇÕES NIPÔNICAS, É RESPONSÁVEL
PELA PRODUÇÃO DE LEGUMES E VERDURAS QUE CHEGAM
DIARIAMENTE À MESA DO BRASILIENSE**

BOA INFLUÊNCIA



Os japoneses montaram, há aproximadamente 40 anos, a Colônia Agrícola de Vargem Bonita, próxima ao Setor de Mansões Park Way, onde são produzidas hortaliças que influenciaram nos hábitos alimentares dos primeiros habitantes de Brasília.

No período da construção da capital, os japoneses vieram ao Brasil à procura de novas oportunidades de trabalho. O desvio de caminho dos nipônicos para Brasília ocorreu quando o primeiro prefeito da cidade, Israel Pinheiro, disse que queria a mão-de-obra dos japoneses porque "só eles tinham paciência e habilidade suficiente para conseguir produzir no Cerrado".

Com toda essa exaltação da cultura, os japoneses que já estavam na cidade chamaram o restante da família para trabalhar nas terras. Em 1961, foi criado o Núcleo Rural de Vargem Bonita a fim de acolher esses trabalhadores. Cada lote tinha, aproximadamente, cinco hectares. Na ocasião, foi feito com os produtores um contrato de arrendamento.

Mas onde fica a história da alimentação da população de Brasília? Quando a capital foi criada, a maioria da população era composta por nordestinos, acostumados a comer carne seca, ra-

padura e outros pratos tradicionais de sua região. Aos poucos, foi chegando à cidade o povo sulista, que tinha hábito mais freqüente de se alimentar com hortaliças.

Segundo Luiz Uema (foto), morador de Vargem Bonita, todos se acostumaram ao consumo de hortaliças e fizeram uma mistura tremenda de hábitos alimentares.

Começaram a comer carne seca com alface e inhame.

A produção da Vargem Bonita, com 67 chácaras e 300 hectares de terras cultiváveis, é voltada ao plantio de verduras, legumes e hortaliças, como pepino, alface, tomate, agrião, inhame, pimentão e aspargo, que são comercializados na Ceasa e em outros pontos do

comércio. Só o alface (40% do total produzido no DF) movimenta R\$ 1,1 milhão por ano.

Segundo Luiz Uema, o preço de um produto é ditado pelo mercado. Quando é vendido exclusivamente por uma barraca, por exemplo, o valor sobe. Mas se a oferta for muito ampla, ele cai até mesmo para o preço de custo.

