



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Rafael Rodrigues Lourenço Marques

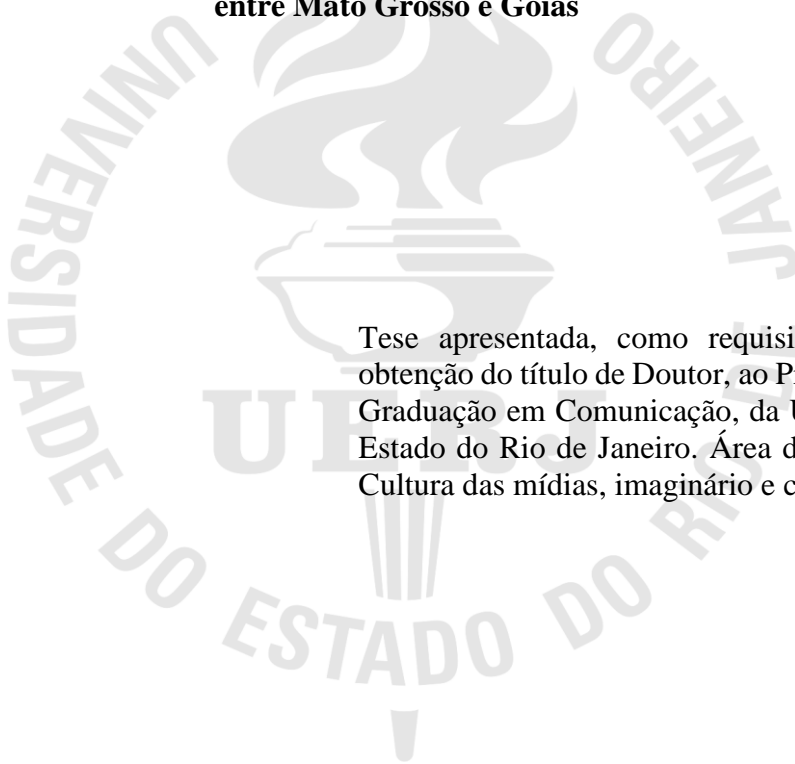
**Queijo Cabacinha do Araguaia: comensalidade, mediação e imaginários na
fronteira entre Mato Grosso e Goiás**

Rio de Janeiro

2023

Rafael Rodrigues Lourenço Marques

**Queijo Cabacinha do Araguaia: comensalidade, mediação e imaginários na fronteira
entre Mato Grosso e Goiás**



Tese apresentada, como requisito parcial para
obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-
Graduação em Comunicação, da Universidade do
Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração:
Cultura das mídias, imaginário e cidade

Orientador: Prof. Dr. Francisco Romão Ferreira

Coorientadora: Prof.^a Dr.^a. Shirley Donizete Prado

Rio de Janeiro

2023

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

M357 Marques, Rafael Rodrigues Lourenço
Queijo Cabacinha do Araguaia: comensalidade, mediação e imaginários na
fronteira entre Mato Grosso e Goiás / Rafael Rodrigues Lourenço Marques. –
2023.
248 f.

Orientadora: Francisco Romão Ferreira
Coorientadora: Shirley Donizete Prado.
Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Faculdade de Comunicação Social.

1. Comunicação Social – Teses. 2. Teoria da Comunicação – Teses. 3.
Alimentação – Teses. I. Ferreira, Francisco Romão. II. Prado, Shirley Donizete.
III. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.
IV. Título.

bs

CDU 316.77

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta
tese, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Rafael Rodrigues Lourenço Marques

**Queijo Cabacinha do Araguaia: comensalidade, mediação e imaginários na fronteira
entre Mato Grosso e Goiás**

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Cultura das mídias, imaginário e cidade

Aprovada em 14 de setembro 2023.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Francisco Romão Ferreira (Orientador)

Faculdade de Nutrição – UERJ

Prof.^a Dr.^a. Shirley Donizete Ferreira

Faculdade de Nutrição – UERJ

Prof. Dr. Fernando do Nascimento Gonçalves

Faculdade de Comunicação Social – UERJ

Prof.^a Dr.^a. Fabiana Bom Kraemer

Faculdade de Nutrição – UERJ

Prof. Dr. Yuji Gushiken

Universidade Federal do Mato Grosso – UFMT

Prof. Dr. Ronaldo Gonçalves de Oliveira

Instituto Nacional de Educação de Surdos – INES

Rio de Janeiro

2023

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu filho Raul, o mais breve comensal que tivemos em nosso lar. Hoje é um anjo no céu e sua existência curou nossos corações de rancores, mágoas e ressentimentos. Com ele aprendi que o amor é o verdadeiro alimento da alma. Hoje, um anjo no céu que me inspira a não desistir e a não esquecer os pequenos momentos entre as atribulações são o tempero essencial da vida. Never End.

AGRADECIMENTOS

Agradeço minha esposa, a jornalista e pesquisadora Wanderleia Pereira da Silva, que apareceu em minha vida como se fosse uma inserção retroativa em uma obra literária, proporcionando renascimentos e segundas chances. Pelas bibliotecas, pelas horas partilhadas nos estudos, na frente da televisão, nos streamings, procurando por filmes, documentários, animações. Pelas comidas da fronteira goiana e as horas cozinhando ingredientes e afetos. Minha comensal primeira. No amargo da Gueroba e na doçura das goiabadas partilhadas. A sua coisa é toda tão certa. Beleza esperta.

Aos meus pai Lauro Lourenço Marques e a minha mãe Cleonice Rodrigues Marques. Creio que agora sou o primeiro Doutor da família. Vindo de baixo, comendo muito arroz com feijão, lutando como lutamos, acho que isso significa muito. Essa é para vocês. Valeu a pena.

Ao camarada professor Lawrenberg Advincula da Silva, pelos bate papos noturnos que ajudaram a fazer sentido sobre o cotidiano e o mundo da pesquisa científica. Pela preocupação de um amigo, irmão. Pelas marmitas divididas na vida, que unem.

Ao meu orientador o professor Doutor Francisco Romão Ferreira pelas orientações e conversas, compreensão pelas questões pessoais que afetam a produção acadêmica, pelas ideias e sacadas do trabalho, como me fazer perceber que o queijo era central neste trabalho. Pelo espaço, pela autonomia e pelo sempre proveitoso diálogo entre as áreas do conhecimento. Acho que a ele devo alguns queijos, café e muita prosa.

À minha coorientadora, a professora Doutora Shirley Donizete Prado, referência no campo de alimentação e cultura, sempre muito assertiva e pontual em suas contribuições. A gentileza em pessoa. O primeiro artigo que li sobre alimentação e cultura foi dela, recomendado pelo professor Francisco. O começo da jornada, suas fundações dizem muito para onde vamos. Gratidão.

À professora Doutora Rosely Aparecida Romanelli, minha amiga e companheira de pesquisa. Para além do aprendizado e convivência como colegas no curso de Jornalismo da Unemat, alguém que sempre me deu bons conselhos e orientações para a vida. Muitos projetos para nós. Vida Longa e próspera, (e de preferência sem Glutén) já dizia o Sr. Spock.

Aos meus filhos Miguel Henrique e Mariana Beatriz e às minhas enteadas Manoela Caroline e Helena pela esperança e inocência que emanam, me fazendo acreditar que vale a pena lutar por um futuro melhor. Três deles estão longe de mim. Mas moram no meu coração.

Aos amigos e professores Mestre Sergio e Mestra Maira Terlizzi, seus filhos Ulisses, Vicente e seu fusquinha turbinado. Todos eles estavam lá quando eu mais precisei, para me acolher e escutar. Só sendo professor e pesquisador para entender os dilemas de outro professor.

Ao professor Doutor Paulo Cesar Tafarello e sua esposa Alessandra, pela escuta, pelos conselhos, dicas, cafés e mãos estendidas. E ao gravador que não foi usado, por um lapso levei para Tangará, mas que devolverei.

Aos ex-alunos, hoje amigos: o Jornalista Onofre Martins Alves, que gentilmente cedeu algumas de suas fotos das paisagens do Araguaia, além de ter me presenteado com uma câmera que salvou a minha vida. O olhar fotográfico dele para o cotidiano, que mistura simplicidade e técnica deveria ser mais apreciado; a Jornalista Aline dos Anjos, por ter sido minha fonte primária logo no início da pesquisa de campo. Mulher negra, ciente das suas raízes, forte, inteligente e resistente. Vai longe.

Aos colegas de doutorado Edson, Karine, Marli, Ulisflávio, Rosana, Antônia, Eduardo, Roscéli e Jefferson. Muito aprendizado. Muitas discussões. Muitas adversidades. Cada qual com seus desafios. Uma pandemia no meio do caminho. Muitas perdas. Muitos ganhos. Mas estamos firmes. Cada um no seu ritmo, rumo ao final do trajeto.

Aos professores (a) s do PPGCOM da UERJ Doutora Letícia Cantarella, Doutor Erick Felinto, Doutora Alessandra Aldé, Doutora Sonia Virginia, Doutor Fernando Gonçalves e Doutora Cíntia Sanmartin que com muita paciência e compreensão atravessaram conosco por este período de doutoramento e pandemia – período cheio de desafios e peculiaridades.

Aos professores Doutor Fernando Gonçalves (UERJ/PPGCOM), Doutor Yuji Gushiken (UFMT/ECCO), Professora Doutora Fabiana Bom Kraemer (UERJ/PPGANS) e Professora Doutora Larissa Escarce Bento Wollz (UERJ) pelo aceite para compor a banca de examinadores, bem como suas contribuições.

À Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ – e à Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT – pela parceria institucional que possibilitou a realização dessa pesquisa de Doutorado. Diálogos e parcerias institucionais diminuem a distância entre as localidades, permitem acesso ao conhecimento e possibilitam a transição de fronteiras, diminuindo o tamanho do abismo social em nosso país através do percurso científico.

A todos os colegas de NECTAR, em nome de Daniela, Juan, Victor e Mônica. São tantas pessoas. Não me levem a mal se não lembro de todos. Foram muitos momentos de partilha e aprendizado. Tenho só o que agradecer pelo novo campo a desbravar e pelos diálogos desenvolvidos.

À Associação de produtores de Queijo Cabacinha da região do Araguaia – APQCABACINHA – e aos personagens que gentilmente colaboraram com esta pesquisa, dando entrevistas, depoimentos, cedendo fotos, documentos. Roniclei, Maria Aparecida, Josuelma, Marizete, Gerson, Vanda e Fátima. E a todos os produtores, vendedores e demais atores que fazem parte do ciclo do Queijo Cabacinha do Araguaia. Este trabalho é de vocês e para vocês. Meu desejo é que, graças ao trabalho de todos vocês, com a conquista do IG que está próxima de se concretizar, o Queijo Cabacinha do Araguaia ganhe o mundo, ganhe reconhecimento e possa ser instrumento um instrumento cultural cada vez mais eficaz na travessia das fronteiras sociais e econômicas da região.

Às cidades de Santa Rita do Araguaia-GO e Alto Araguaia-MT que em 2014 me acolheram como morador e possibilitaram uma interessante vivência. Uma mistura de pés no chão e paraíso. Ali vivi minhas maiores alegrias e também as minhas maiores decepções, portanto foi um lugar de aprendizado e amadurecimento. Clima de serra. Rios maravilhosos. Cachoeiras. Ipês. Araras, Tuiuiús, corujas, quero-queros, pardais e canários. E a Jiboia gigante que apareceu na frente da minha casa e quase pegou meu gato Pudim - mas os bombeiros surgiram e a levaram para longe. Um potencial turístico incomensurável e parte da classe política local é míope para este fato. Não consigo entender. Enfim, como alguns autores locais falam, ali é realmente uma mistura entre o sagrado e profano. E é isso que faz com que a região seja interessante. Ainda bem seus os agentes do cotidiano resistem, reinventando o lugar e criativamente tecendo redes de vivência e afeto. Hoje não resido mais lá. Ficam as memórias e amigos que ali fiz.

Enfim, agradeço a todos aqueles que contribuíram direta ou indiretamente para a elaboração deste trabalho. Foram quatro anos de muito estudo e esforço. No entanto, não foram nada desagradáveis. Digo e repito: me diverti o quanto pude. A pesquisa foi minha referência em um mundo onde eu tinha cada menos lugares sólidos para pisar. Foram quatro anos em dois universos paralelos: um que passou até rapidamente e que me acrescentou inúmeras reflexões à minha vida profissional. E outro, uma eternidade desgastante, mais pessoal. Esse último, fica para trás e o primeiro é o que me impulsiona em direção ao amanhã. O que o futuro me reserva?

RESUMO

MARQUES, Rafael Rodrigues Lourenço. **Queijo Cabacinha do Araguaia**: comensalidade, mediação e imaginários na fronteira entre Mato Grosso e Goiás. 2023. 248f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

A presente pesquisa de doutoramento surgiu das possibilidades de se pensar articulações interdisciplinares entre os Campos da Alimentação e da Comunicação, por meio de um fio condutor que possibilite interfaces dialógicas entre estes, e que possa fomentar e atuar como elemento catalizador de novas reflexões: aqui, o conceito de comensalidade, e consequentemente as subjacentes relações sociais imanentes ao comer, ao estar a mesa, pelo viés das ciências sociais, pelo olhar cultural. O objetivo principal deste trabalho é investigar o Queijo Cabacinha do Araguaia como ator mediador comunicacional e fomentador de imaginários conforme as histórias de vida de atores sociais que vivem na região de fronteira entre Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-GO, compondo um mosaico que possa contemplar uma ampla paisagem sobre o tema. Entende-se aqui a comensalidade dentro da lógica do campo da comunicação como um processo de mediação e a comida, como um ator-mediador. Assim, pressupõe-se que os sujeitos desta pesquisa, através da sua história de vida, possam revelar marcas da sua relação de transição entre espaço, tempo, identidade e consumo, mediando através da comensalidade, tendo o Queijo Cabacinha do Araguaia como um ator central no processo. Os principais referenciais teóricos são: identidade Hall (1997), Roberto DaMatta (1976); consumo: Canclini (1999), Douglas e Isherwood (2006) e Bauman (2008); espaço: Milton Santos (2006), Tuan (1983), Arbaret-Schulz *et al.* (2017) e Foucher (1991); temporalidades e fenomenologia da percepção: Merleu-Ponty (1999); comensalidade: Flandrin e Montanari (2018), Fischler (2011), Câmara Cascudo (1967, 2014) e Doria (2009). Para os laços comunicacionais Martin-Barbero (2009) e Latour (2005). É uma pesquisa qualitativa e empírica, sobre o método etnográfico (GEERTZ, 2008; DAMATTA, 1978) e que utilizou a metodologia da história de vida (BERTAUX, 1997; BECKER, 1994; BRIOSCHI, TRIGO, 1987), instrumentalizando entrevistas abertas com os sujeitos da pesquisa – atores do ciclo comensal do Queijo Cabacinha do Araguaia -, fotografias, documentos e observação. (BAUER; GASKELL, 2010). A investigação percebeu que o Queijo Cabacinha do Araguaia, como um ator-mediador é central na vivência e memórias das personagens que contribuíram com suas histórias de vida. Ele faz parte da paisagem do imaginário local e de fato é indissociável da ideia da fronteira do Araguaia como um lugar imaginado. Mais do que isso ele é um elemento que favorece a transição entre pontes literais e simbólicas. Ainda que existam outros queijos similares pelo país e pelo mundo, o Queijo Cabacinha do Araguaia é único, na medida em que, para além do seu *terroir*, como ele é um elemento cultural que habita o tempo fenomenológico dos comensais do seu ciclo.

Palavras-Chave: Teorias da comunicação. Alimentação. Comensalidade. Mediações. Identidade.

ABSTRACT

MARQUES, Rafael Rodrigues Lourenço. **Cabacinha do Araguaia** Cheese: commensality, mediation, and imaginaries on the border between Mato Grosso and Goiás. 2023. 248. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

This doctoral research emerged from the possibilities of thinking about interdisciplinary articulations between the fields of Food and Communication, through a guiding thread that enables dialogical interfaces between them, fostering and acting as a catalyst for new reflections: here, the concept of commensality, and consequently the underlying social relations inherent in eating, being at the table, from the perspective of social sciences, through a cultural lens. The main objective of this work is to investigate the "Queijo Cabacinha do Araguaia" (Araguaia Cabacinha Cheese) as a communicational mediator and promoter of imaginaries based on the life stories of social actors living in the border region between Alto Araguaia-MT and Santa Rita do Araguaia-GO, composing a mosaic that can encompass a broad landscape on the subject. Commensality is understood within the logic of the communication field as a mediation process, and food as a mediating actor. Thus, it is assumed that the subjects of this research, through their life stories, can reveal marks of their transitional relationship between space, time, identity, and consumption, mediating through commensality, with the "Queijo Cabacinha do Araguaia" as a central actor in the process. The main theoretical references are: identity by Hall (1997), Roberto DaMatta (1976); consumption: Canclini (1999), Douglas and Isherwood (2006), and Bauman (2008); space: Milton Santos (2006), Tuan (1983), Arbaret-Schulz et al. (2017), and Foucher (1991); temporalities and phenomenology of perception: Merleau-Ponty (1999); commensality: Flandrin and Montanari (2018), Fischler (2011), Câmara Cascudo (1967, 2014), and Doria (2009). For communicational bonds, Martin-Barbero (2009) and Latour (2005). It is a qualitative and empirical research, based on ethnographic method (GEERTZ, 2008; DAMATTA, 1978) and used the methodology of life history (BERTAUX, 1997; BECKER, 1994; BRIOSCHI, TRIGO, 1987), employing open interviews with research subjects - actors in the commensal cycle of the "Queijo Cabacinha do Araguaia" -, photographs, documents, and observation (BAUER; GASKELL, 2010). The investigation realized that the "Queijo Cabacinha do Araguaia," as a mediating actor, is central to the experiences and memories of the characters who contributed with their life stories. It is part of the landscape of the local imaginary and is indeed inseparable from the idea of the Araguaia border as an imagined place. Moreover, it is an element that favors the transition between literal and symbolic bridges. Although there are other similar cheeses in the country and the world, the "Queijo Cabacinha do Araguaia" is unique, to the extent that, beyond its terroir, it is a cultural element that inhabits the phenomenological time of the commensals of its cycle.

Keywords: Communication Theories. Food. Commensality. Mediations. Identity.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 -	Recorte de trecho do filme <i>Qu'st-ce Qu'on a fait au bom dieu?</i>	22
Figura 2 -	Imaginários, sonhos e sensações.....	42
Figura 3 -	Recortes da vídeo-reportagem A fila dos ossinhos em Cuiabá-MT.....	46
Figura 4 -	Os comedores de batata, Vincent Van-Gogh	48
Figura 5 -	Reprodução de uma versão da obra Santa Ceia, de Leonardo da Vinci.....	57
Figura 6 -	A minissérie “O Quinto dos Infernos”, produção da rede Globo de televisão que foi ao ar no ano de 2002.....	65
Figura 7 -	Representação gráfica das manchas culinárias descontínuas no Brasil.....	70
Figura 8 -	O mestiço, obra de Cândido Portinari	82
Figura 9 -	Chimarrão, de Raul Campani	87
Figura 10 -	Reprodução fotográfica do grafitti <i>Shop Until You Drop</i> , de Banksy	92
Figura 11 -	Reprodução da obra <i>Campbell's Soup Cans</i> , obra de Andy Warhol, exposta no Museu de arte Moderna de Nova York. 1962.....	98
Figura 12 -	A persistência da memória. Salvador dali. 1931	116
Figura 13 -	Modelo das mediações, proposto por Jesus Martin-Barbero na terceira versão de sua introdução ao livro dos meios às mediações, de 2010.....	121
Figura 14 -	Quarta e última versão do Modelo das mediações, proposto por Jesus Martin-Barbero	122
Figura 15 -	Modelo da comensalidade como mediação, baseado no modelo macro já consagrado de Jesus Martin-Barbero	123
Figura 16 -	Arte rupestre egípcio mostrando a ordenha de uma vaca.....	129
Figura 17 -	Estatueta de uma mulher ralando queijo, da Grécia, início do século V aC.....	130
Figura 18 -	Tropeiros Pobres de São Paulo, 1823. Jean-Baptiste Debret	137
Figura 19 -	Carro de boi atravessando ponte de madeira o rio Araguaia em 1920	138
Figura 20 -	O queijo do Reino	140
Figura 21 -	O queijo Canastra em destaque	141
Figura 22 -	Queijo Coalho Nordestino.....	142
Figura 23 -	O queijo Serrano da Região Sul.....	143

Figura 24 -	O Queijo de Marajó.....	144
Figura 25 -	A polêmica do leite fake	147
Figura 26 -	Representação artística dos Selos ARTE e Queijo Artesanal	148
Figura 27 -	Logotipo da Associação de Produtores de Queijo Cabacinha do Araguaia – APQCabacinha.....	158
Figura 28 -	Localização Geográfica das cidades de Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-GO em relação à região Centro-Oeste.....	161
Figura 29 -	Mapa da divisa entre Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-MT ..	162
Figura 30 -	Dona Maria Aparecida e seu companheiro cãozinho em sua sala de estar	163
Figura 31 -	Um icônico Ipê amarelo, à frente do Fórum de Alto Araguaia. Marca do imaginário regional	165
Figura 32 -	Gerson e Marizete, produtores e comerciantes de Queijo Cabacinha	166
Figura 33 -	Josuelma Soares no PodCast “Pod Elas”. 10 de Junho de 2022	168
Figura 34 -	Josuelma Soares e a produção de Queijo	169
Figura 35 -	Josuelma Soares recebendo o certificado de Honra ao mérito pelo seu engajamento no ciclo do Queijo Cabacinha	170
Figura 36 -	Caboclos no Rio Araguaya. Início do século 20	171
Figura 37 -	Ponte sobre o Rio Araguaia e limite entre Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-MT	173
Figura 38 -	Roniclei Elias de Resende, advogado, em seu escritório	174
Figura 39 -	Monumento ao Queijo Cabacinha construído na divisa em Santa Rita do Araguaia-GO, na divisa com a cidade de Alto Araguaia-MT.....	177
Figura 40 -	Bandeirantes, de Cândido Portinari	182
Figura 41 -	Dona Vanda Maria, filha de Dona Fiúca.	185
Figura 42 -	Patronato Salesiano/Colégio Padre Carleti. 1956	186
Figura 43 -	Sede do câmpus da UNEMAT em Alto Araguaia, antigo Patronato Salesiano/Colégio Padre Carleti. 2021	187
Figura 44 -	Maria Martins Ferreira, que era conhecida como Dona Fiúca.	189
Figura 45 -	Retrato de Maria Martins Ferreira, a dona Fiuca e seu esposo João Alves	189
Figura 46 -	Artesanato em cabaça	191
Figura 47 -	Josuelma Soares em Exposição com o Queijo Cabacinha.....	194
Figura 48 -	Senhor Gerson e seu filho em sua barraca de Queijos, nos anos 90	197

Figura 49 -	Dona Marizete em casa, com o resultado da produção de Queijos Cabacinha	198
Figura 50 -	Feira do produtor de Santa Rita do Araguaia-GO.....	201
Figura 51 -	Rótulo do extinto Queijo da marca Vovó Fiuca	204
Figura 52 -	Dona Vanda com sua mãe Dona Fiúca.....	205
Figura 53 -	As barracas de queijo de Santa Rita do Araguaia-GO.....	208
Figura 54 -	Outro ângulo das barracas de queijo de Santa Rita do Araguaia-GO.....	208
Figura 55 -	Dona Lena em sua barraca.....	210
Figura 56 -	Visão interna da barraca de Dona Lena.....	211
Figura 57 -	O Queijo Cabacinha do Araguaia em exposição.....	215
Figura 58 -	Selo artístico do Correios em homenagem ao Queijo Cabacinha. Brasil. 2021.....	215
Figura 59 -	Dona Fiúca e a massa do Queijo Cabacinha.....	220
Figura 60 -	Donas Fiúca e Vanda.....	219
Figura 61 -	Queijo Cabacinha que acabou de ser feito. Em detalhe pode ser observada as mãos vermelhas de quem o modelou, graças às altas temperaturas.....	221
Figura 62 -	Entrevista com o Gerson e Marizete.....	222
Figura 63 -	Mesa posta para o tradicional lanche da tarde em Alto Araguaia.....	225

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -	Coordenadas metodológicas da pesquisa.....	35
Quadro 2 -	Noções/conceitualização de termos do campo da alimentação.....	54
Quadro 3 -	Manchas culinárias descontínuas no Brasil.....	70
Quadro 4 -	Concepções de sujeitos.....	75
Quadro 5 -	Linha do tempo: sínteses da História do queijo.....	133
Quadro 6 -	Principais queijos no Mundo, conforme seu país. Parte 1.....	134
Quadro 7 -	Principais queijos no Mundo, conforme seu país. Parte 2.....	135
Quadro 8 -	Queijos artesanais no Brasil, por Estado.....	145
Quadro 9 -	Atores sociais participantes da pesquisa.....	159
Quadro 10 -	Linha temporal entre Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-GO....	183

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	15
1	ACENDENDO O FOGÃO À LENHA OU ACERCA DAS BASES EPISTEMOLÓGICAS	38
1.1	Circunscrevendo o campo das comunicações	39
1.2	Entendendo e conceituando o campo da Alimentação	44
1.3	Alimentação e cultura	55
1.3.1	<u>Laços da comensalidade</u>	55
1.3.2	<u>Cozinha inzoneira: culinária e Brasil</u>	62
2	COMENSALIDADE E MEDIAÇÃO: A CONSTRUÇÃO DE UM MODELO	72
2.1	Identidades culturais e hibridismo na contemporaneidade	72
2.1.1	<u>A noção de identidade</u>	73
2.1.2	<u>Identidade e cultura nacional</u>	78
2.1.3	<u>Identidade hoje: global x local</u>	84
2.2	Consumo: entre os ismos e a cidadania	88
2.2.1	<u>Os vários olhares sobre a noção de consumo</u>	89
2.2.2	<u>Consumo e alimentação na contemporaneidade</u>	96
2.3	Cartografias de uma refeição: Geografia e comunicação	103
2.3.1	<u>Território: espaço político</u>	105
2.3.2	<u>O lugar: espaço cultural</u>	106
2.3.3	<u>Fronteiras: a pele, a casca e a borda</u>	108
2.4	Temporalidades	114
2.5	Atando os nós: a construção de um modelo	120
2.5.1	<u>Comensalidade é mediação</u>	121
2.5.2	<u>Comida: entre atores e actantes</u>	126
3	QUEIJO PRA QUE TE QUERO	127
3.1	Breve história cultural do queijo	127
3.2	Queijo e cultura em terras brasileiras	136
3.3	Queijo: política, legislação e tecnicidades	146
4	O QUEIJO-CABACINHA DO ARAGUAIA: MEDIAÇÕES NA FRONTEIRA	155

4.1	Por uma bússola que nos oriente.....	155
4.2	Os atores do palco social do Araguaia.....	157
4.3	Fronteira: o território e o lugar do Queijo Cabacinha.....	159
4.4	O tempo e o queijo.....	179
4.5	O consumo e o Queijo Cabacinha.....	199
4.6	A identidade cultural do Queijo Cabacinha.....	212
5	AQUELE ÚLTIMO NACO DE QUEIJO ANTES DO FIM DA PROSA	227
	REFERÊNCIAS.....	232
	APÊNDICE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e de autorização para uso de imagem e som de voz.....	237
	ANEXO – Termos de consentimento assinados.....	238

INTRODUÇÃO

No mês de Agosto do ano de 2019, antes da famigerada pandemia de COVID-19 que virou a nossa realidade de ponta-a-cabeça, meus colegas e eu estávamos iniciando o Doutorado em Comunicação, fruto de uma parceria entre a Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT – e o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – PPGCOM/UERJ. Naquele momento estávamos todos ansiosos para os desdobramentos, aulas e projetos de pesquisa. O autor deste trabalho, especificamente, estava ansioso para voltar à rotina de pesquisa, diálogos com seus pares, seminários e leituras. Esclareço: em tempos de graduação, iniciação científica e mestrado colaborei com vários projetos e grupos de pesquisa com viés interdisciplinar, ainda na Universidade Federal do Mato Grosso – UFMT, com sede em Cuiabá. Foi aí que me formei docente e iniciei minha carreira como pesquisador, levando posteriormente minha bagagem para os cursos de Comunicação da Universidade de Cuiabá – UNIC - e depois da Universidade Cândido Rondon – UNIRONDON -, faculdades particulares da Capital Mato-grossense. Ao me efetivar como professor da cadeira de Teorias da Comunicação do curso de Jornalismo da UNEMAT vi-me em uma situação idealizada, pois tratava-se do resultado do planejamento de uma vida. Poderia pesquisar, lecionar, com certo grau de autonomia. No entanto, o curso de Jornalismo da Unemat tinha sede nos rincões do Mato Grosso, na cidade de Alto Araguaia-MT.

Esse é um fato, com duas facetas: existia tranquilidade para trabalhar, ambiente favorável, mais lento para se cuidar da vida profissional e particular, no entanto, havia o problema do afastamento geográfico dos grandes centros urbanos, onde se concentram os grupos de pesquisa e a vanguarda acadêmica. Nesse sentido, o doutorado interinstitucional – DINTER - possibilitou o vislumbre de uma reaproximação com o ritmo de um pesquisador dos grandes centros.

A Unemat tem por filosofia levar conhecimento e pesquisa para a classe trabalhadora nos lugares mais distantes. É um objetivo significativo, se pensarmos a perspectiva hierárquica/colonial e da dicotomia entre centro e periferia que existe na academia e na sociedade como um todo. De certa forma “romântica”, o docente/pesquisador que aceita esse desafio de sair do seu espaço acadêmico tradicional, não só encara sua profissão como um trabalho remunerado, como também uma missão de sacrifício invisível para mudar realidades. Parafraseando Bourdieu, no jogo da academia, cada um joga com os capitais que tem em mãos no momento. Grosso modo, você trabalha, pesquisa e publica. Mas por não pertencer a estirpe

dos grandes centros, tudo o que se produz acaba inviabilizado pelo jogo concorrencial da academia.

O DINTER foi iniciado em meio à remoção do curso de Alto Araguaia para a cidade de Tangará da Serra, uma cidade bem mais próxima da capital e com um câmpus mais estruturado. O curso de Jornalismo já não tinha demanda na fronteira. Alunos eram escassos. Podemos elencar inúmeros motivos para a mudança. Mas o fato é que tanto a mudança quanto o Doutorado possibilitaram novos ares para os docentes do curso.

Então, no início da jornada de doutoramento estava eu com os colegas de curso em Cuiabá, no pós-aula presencial, pensando sobre todas estas questões profissionais, emocionais e afetivas que orbitam o fazer acadêmico. E onde estávamos? O que fomos fazer? Almoçar no Restaurante Universitário da UFMT. Matando saudades de um tempo que não volta mais. Além do RU, durante a semana fomos experimentando todos os restaurantes da região. Porque hoje nós podíamos. Na época da graduação e mestrado, só o restaurante universitário nos salvava. Algo comum para os filhos da classe trabalhadora, vindos de cidades pequenas do interior, bolsistas. Era um aperto. Saudosas marmitas divididas no mestrado. As macarronadas nas repúblicas. Engraçado que todo o estudo foi muito importante. Todas as dificuldades que passamos - que a maioria dos estudantes de baixa renda passam - viraram memórias. E o lugar onde vamos para dialogar, mediar e rememorar tudo isso é um restaurante ou lanchonete. No resto dos encontros, os colegas se reuniram ora almoçando, jantando ou “bebendo umas” ao final do expediente. E claro, levando os professores da UERJ à tiracolo.

Tivemos petiscos e bebidas na já tradicional Praça da Mandioca no centro de Cuiabá. Piqueniques no Parque Mãe Bonifácia. Encher a barriga em uma churrascaria até passar mal. Aquela cervejinha na rodoviária de Cuiabá. Os cafezinhos no intervalo da aula - cuja feitura era de responsabilidade do pesquisador que vos escreve.

Foram quase seis meses nesta toada. Trabalho. Estudo. E a comida, claro, mediando tudo. Como fui o último a permanecer em Alto Araguaia e dados alguns problemas pessoais que estava passando, nestes momentos me sentia menos só. E aí, veio a pandemia. O resto é história. Mas o que eu queria trazer destes relatos é a percepção de como nos reunimos em torno de uma mesa, para comer ou beber, para fazer sentido sobre as nossas vivências. Eu nunca havia pensado sobre isso com muita profundidade antes de começar a fazer este Doutorado e a começar a estudar sobre o papel social da comida junto ao Núcleo de Estudos sobre Cultura e Alimentação – NECTAR – da UERJ. Foi pensando sobre o comer e o “estar junto” e percebendo os fluxos culturais que permeiam a fronteira entre Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-MT – onde, estava eu em plena pandemia, em solidão – que aguicei minhas reflexões sobre o

comer e suas mediações. Fiz então, do limão uma limonada – um bom clichê, às vezes nos salva. Dentre as inúmeras possibilidades de comida de fronteira, a mais significativa para aquele lugar é o Queijo Cabacinha do Araguaia. Doce ironia: quando era moleque, vim de Minas Gerais para o Mato Grosso. E muitas eram as piadas sobre mineiros e queijos que a molecada me direcionava. Eu não deixava por menos e devolvia a ironia com piadas sobre gaúchos e picanhas (Em tempo, na adolescência eu morava no norte do Mato Grosso, que é basicamente colonizado pelo povo sulista). Anedotas à parte, não há como imaginar um desjejum no Araguaia sem o tradicional Queijo Cabacinha e um cafezinho. Ele foi testemunha, espectador silencioso de inúmeras narrativas, fofocas, amores, tramas políticas dignas dos antigos folhetins. O queijo pensa, fala, ele vive. Ele significa muito para as pessoas que orbitam seu ciclo cultural. Por isso que ele exemplifica, pelo menos aqui na região de Fronteira do Araguaia, a comensalidade como um processo de mediação comunicacional, inspirado no modelo de Jesus Martin-Barbero (2009) e a comida como um ator mediador, conceito inspirado na noção de actante de Bruno Latour (2005). Grosso modo a construção deste modelo é a soma de vários conceitos que se conectam organicamente, como um mosaico (BECKER, 1994).

Aliás, a ideia de mosaico é inspiração recorrente nas reflexões que partirão daqui, seja na metodologia, seja acerca das histórias de vida que darão baliza para a cartografia do Queijo Cabacinha no Araguaia. Se pensarmos que os sujeitos são complexos mosaicos, patchworks de sentidos e significados; que os vínculos entre tempo, espaço, ser e estar são mais profundos do que imaginamos e que aí está a raiz da comunicação; que, na contemporaneidade, mais do que nunca as conexões entre essas várias partes estão em profunda e perpétua mutação; poderemos visualizar a metáfora do mosaico, como uma colcha de retalhos em eterna construção, onde novas partes são costuradas pelas parcas/moiras mitológicas ao todo. Nada é excluído para acrescentar o novo. O antigo, memória, é base para os novos pedaços acrescentados. Juntas, contam uma história.

Das primeiras aproximações

Então, a ideia aqui posta é construir um patchwork composto por reflexões teóricas, histórias de vida, imagens, narrativas em torno do Queijo Cabacinha e a região do Araguaia. A partir de umas práxis teóricas interdisciplinares entre os Campos da Alimentação e das Teorias da Comunicação, por meio de um fio condutor – o queijo - que possibilite interfaces dialógicas

entre estes, e que possa fomentar e atuar como elemento catalizador de novas reflexões: aqui, o conceito de comensalidade, e conseqüentemente as subjacentes relações sociais imanentes ao comer, ao estar a mesa, pelo viés das ciências humanas, pelo olhar cultural.

Assim, esta iniciativa tenta dar conta de tecer laços entre dois universos distantes - quando se pensa em termos de espaço territorial - e próximos - epistemologicamente: se estrutura através dos desdobramentos dos estudos e reflexões dos pesquisadores do Grupo de Estudos sobre Cultura e Alimentação - NECTAR, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ, mantendo o olhar atento às bordas, às fronteiras e as vivências que orbitam e inundam a mente de pesquisadores da Universidade do Estado de Mato Grosso - UNEMAT, no interior da Região Centro-Oeste do Brasil.

O primeiro passo nessa reflexão é adentrar ao campo da alimentação com algumas primeiras definições, como a importância de se pensar o comer e a comensalidade em articulação com as comunicações. De acordo com Flandrin e Montanari (2018), acredita-se que o comportamento alimentar dos homens se distingue dos animais não apenas pela cozinha, como também pela comensalidade e pelo laço social proporcionado pelas refeições. Pode-se afirmar que a comida é que um dos motivos primeiros da emergência do processo civilizatório. Para Fischler no livro *El Hominivoro* (1995, p. 14 - tradução nossa), o humano é um ser onívoro que se alimenta de carne, vegetais e do simbólico. Para o autor

“[...] A grande angústia do comensal moderno, como talvez a do "primata ancestral", resulta, em última análise, de uma incerteza ligada à escolha dos alimentos. E essa angústia, como veremos, é consubstancial à condição de onívoridade, um estado próprio ao nosso ser biológico, do nosso metabolismo, como também de nossas mentes.

No artigo *Commensality, Society and culture*, Fischler (2011), aborda o tema do individualismo cada vez mais crescente em nossa sociedade e das práticas de alimentação solitárias que vem modificando as práticas de comensalidade, gerando o temor de uma possível decadência do comer em conjunto, em comunidade. Para o autor a comensalidade cria vínculos entre as pessoas. Produz união, coisa inestimável em tempos de desagregação. E na lógica do “se comer um alimento faz com que um se torne mais parecido que a comida”, então aqueles que compartilham a mesma comida se tornam mais parecidos uns com os outros. Novamente o “tornar comum” da comunicação vem à tona, no espaço de mediação das refeições. A partir daí, podemos perceber a questão do “estar junto” e da noção de identidade partilhadas à mesa.

Refletir sobre comensalidade é refletir sobre um universo coletivo que orbita e se desdobra em torno de toda uma dinâmica que compõe uma ampla paisagem no horizonte do imaginário social. Comensalidade em seu sentido literal é “comer na mesma mesa”. Mas não é só sobre o “estar à mesa”, confraternizando entre seus pares, segundo regras formais ou

informais de comportamento. É todo um complexo cultural - que ata os nós econômicos, afetivos, informacionais - que se estrutura da ponta da produção até o consumo, tendo ainda repercussões posteriores na área da saúde, bem estar e ciências. É tudo sobre um ciclo vital. Nesse sentido, a esta pesquisa interessa o *comer* como categoria analítica das ciências sociais, do ponto de vista cultural. Conforme Prado, *et al.* (2011, p.159),

“[...] no campo das ciências sociais, a “comida” ocupa um lugar de expressão social de um grupo, de sua organização. Cada qual elabora o seu próprio conjunto articulado de questões na definição de seu objeto científico, que obedece a um conjunto de princípios e teorias que servem de modelo ou quadro orientador às pesquisas produzidas em sua área”.

Assim, a comensalidade é aqui entendida como categoria analítica das ciências sociais, essencialmente cultural, em oposição à categoria *alimentação*, com fundo biológico e funcional. (PRADO, *et al.*, 2011). O estar juntos à mesa é indissociável da história da civilização humana. Podemos circunscrever uma época e a cultura que dela emana descrevendo as práticas e o consumo que orbitam o imaginário alimentar. (FLANDRIN, MONTANARI, 2018). Para Simmel (1997), “o comer junto” não só agrega, como também desvela a desigualdade na relação entre os sujeitos.

Conforme Fischler (2011), nos dias de hoje a comensalidade cria laços, vínculos e, em tempos de individualismo, resistência. Nesse sentido, o comer e as relações sociais dele derivadas podem ser inseridas como objetos de pesquisa dentro do campo teórico das comunicações por serem uma das mediações por excelência (MARTÍN-BARBERO, 2009). Para o autor o processo de comunicação é articulado pelas mediações. Nesse sentido:

“[...] “Mediações são aquele” lugar “a partir do qual é possível entender a interação entre o espaço de produção e o de recepção: o que é produzido na televisão não responde apenas aos requisitos do sistema industrial e estratégias comerciais, mas também às demandas que elas provêm do tecido cultural e dos modos de ver.” (MARTÍN-BARBERO, 2009. p.20).

No sentido da comunicação como um “tornar comum”, talvez seja uma das mediações mais naturais – aqui no sentido tanto por espontaneidade, quanto por evocar a natureza humana - e antigas que se possa registrar na história. Se alimentar em conjunto é confraternizar, celebrar o viver. Ao redor do mundo, diversas festas celebram a fartura e a bonança, muitas delas relacionadas a colheitas, à abundância de alimentos. Festejos são desculpas criadas para se comer e beber. É sagrado. E também profano.

Toda essa reflexão, vai de encontro com Simmel (1997, p. 130, tradução nossa), quando este em seu texto *The sociology of the meal* afirma que “[...] de todas as coisas que as pessoas têm em comum, o mais comum é que elas devem comer e beber”. Ainda, de acordo com autor, apesar de, sob certo aspecto, nivelar todos os atores sociais e transparecer a banalidade do cotidiano, a comensalidade é complexa, permeada por regras, ritos e estética que hierarquizam,

categorizam e diferenciam os atores sociais conforme contexto, tempo e história. Nem todos se sentam na mesma mesa, apesar de fazerem parte do mesmo sistema social. Nessa linha, de acordo com Simmel (1997, p.130) “[...] O que eu penso, eu posso comunicar com os outros; o que eu vejo, eu posso deixá-los ver, o que eu digo pode ser ouvido por centenas de outros --- mas o que um único indivíduo come pode em nenhuma circunstância ser comido por outro.”

Assim entende-se aqui que o comer em essência é mediação, e, portanto, faceta inseparável dos fenômenos comunicacionais. Assim, pela comensalidade nos comunicamos com o mundo, com nós mesmos e com os outros. Nos comunicamos com o mundo pois enviamos mensagens intencionais ou não, sejam elas por forma ou conteúdo. Nos comunicamos com nós mesmos pois a percepção transborda aos sentidos que atribuímos aquilo que consumimos e gera autoconhecimento. Também, via comensalidade mediamos o outro, acessamos o social, somamos, nos localizando no plural, intencionalidade para além dos gostos, preferências e sabores, há o nível simbólico e formas de conhecimento socialmente partilhado.

Tudo isso vai de encontro o pensamento de Sodré (2014) com a ideia da comunicação como uma ciência do comum humano, abrangendo a intersubjetividade que dá coesão ao social até à superfície das relações concretas influenciadas pela grande mídia. A rigor, as relações sociais que orbitam a alimentação são a própria vida em construção no cotidiano.

Grosso modo, comemos para viver e vivemos para comer tecendo as vivências cotidianas, as relações e significados, forjando a cultura. A partir desta lógica é inegável o fato de que a comida e seu consumo geram subjetividades, identidades marcadas na cultura dos sujeitos e até na estrutura de uma nação. Conforme Stuart Hall (1997), são as identidades nacionais que dão origens às diversas identidades culturais, como matrizes, dentro de uma nação. É dela que se derivam todas as outras identidades. É nessa toada, refletindo sobre a formação da culinária brasileira, que Carlos Alberto Doria (2009) afirma que

Quando uma nação se constitui, vários sistemas simbólicos se articulam, materializando o seu conceito. O desejo de ter uma literatura, uma pintura, uma música ou uma culinária funciona como diretriz do trabalho criativo; a ele se dedicam especialmente os intelectuais, peneirando o que entendem ser a “cultura do povo”. As nações modernas são construções políticas muito elaboradas. Elas foram arquitetadas no bojo do processo de formação dos estados surgidos a partir do século 19, combinando, quase sempre, um território, uma língua, um exército, tradições partilhadas pela população, religiões e, claro, uma determinada culinária.

Nesse sentido, a comida se trata de um artefato cultural, simbólico, cujo significado se dá na conjunção de sentidos atribuídos pelos atores do palco das relações sociais. Então, dado o seu caráter representacional, a comida e as formas de comer são alguns componentes que definem a identidade da cultura de um povo, dada a altura dos tempos. Para avançar, precisamos considerar que em uma sociedade contemporânea, da modernidade tardia ou pós moderna,

conforme o olhar de Hall (1997), a palavra de ordem é descontinuidade. Não no sentido da negação absoluta do passado, mas da quebra da estrutura de uma reprodução linear da cultura, com a reinvenção constante do presente a partir de elementos pretéritos.

É a era do hibridismo, época em que o sujeito se depara com um menu composto por uma diversidade de elementos/referenciais disponíveis para compor seu eu. Escolhemos e somos escolhidos por estes referenciais, graças à Internet, à globalização e à desterritorialização. Não mais identidade no singular, e sim no plural, uma vez que o sujeito pós-moderno em seu navegar pelos mares do hibridismo aglutina diversas identidades em seu eu, muitas delas, contraditórias. Não existem certezas, nem absolutos, sequer identidades fixas - ainda que existam núcleos estruturantes da identidade, que aglutinam estas identidades culturais híbridas – como raízes que sustentam uma árvore.

Assim como o sujeito do contemporâneo é híbrido, tudo à sua volta se complexifica e se mistura como em um caldeirão cultural, quanto mais ele supera fronteiras – literais e simbólicas - e consome. Então, consideremos que tudo o que este mundo pós-moderno toca, se hibridiza. Manifestações culturais das mais diversas fontes no mundo, hoje se retroalimentam. Então, não é de se estranhar que nos dias de hoje a comida e o seu consumo também sejam híbridos.

Um exemplo que pode ilustrar esta questão está no filme *Qu'est-ce Qu'on a fait au bon dieu?* - Que mal eu fiz a Deus?, no Brasil - (CHAUVERON, 2015) articula bem estes processos. A obra apresenta uma família francesa em que pai e mãe (Claude e Marie) são católicos fervorosos, conservadores e têm quatro filhas. A dita estabilidade da família vai para os ares quando três das quatro filhas se casam com homens que descendem de etnias e possuem religiões e ideologias divergentes – um árabe, um chinês e um judeu.

Figura 1 - Recorte de trecho do filme *Qu'est-ce Qu'on a fait au bom dieu?*



Fonte: Print da tela do filme. O autor, 2022.

Com muito humor, o conflito da trama basicamente se concentra nessas tensões entre mudança e conservação, apresentando a dinâmica o choque entre as diversas identidades culturais no seio familiar. Quando a terceira filha apresenta seu noivo, um homem negro, de origem africana, da Costa do Marfim, a tensão se aprofunda. Com o passar do tempo, o caos vai se sedimentando, entre diferenças e similaridades, dando lugar a algo novo, poeticamente refletindo um ajuntamento híbrido próprio das sociedades contemporâneas.

O interessante são as relações que se tecem em torno da mesa durante as refeições. Em certa cena a matriarca da família procura realizar a ceia de natal perfeita para agradar seus genros, contando com seu senso comum sobre suas raízes. Obviamente que, a realidade contemporânea é mais complexa do que previu a mãe da família e as identidades múltiplas e híbridas dos genros – deslocando-se como placas tectônicas sobre o magma – não corresponderam totalmente à sua previsão. Toda a construção desta etapa do filme se fecha em um cenário de bom humor, com os genros se reunindo em torno da ideia de nação, por meio do simbólico representado pelo hino da seleção de futebol francesa.

Grosso modo, uma metáfora sobre um produto – o futebol como indústria, logos do consumo – vinculado à rede simbólica de uma identidade nacional, que desperta o sentimento de pertença e acolhimento às demais identidades culturais, dadas as narrativas pessoais de cada sujeito envolvido. Percebe-se nesta dinâmica a riqueza de desdobramentos da comensalidade, de estar a mesa com o outro, das possibilidades da diversidade contemporânea.

Além deste emblemático exemplo, muitos outros podem ser exaltados. No caso do filme, foi um esporte. No nosso, uma comida, um objeto cultural por excelência. Então, a esta investigação, para esta entende-se que comensalidade dentro da lógica do campo da comunicação como um processo de mediação. Considerando que o processo de comunicação cria pontes em nossa sociedade, a comensalidade, como um processo comunicacional de mediação – que está no cerne do consumo, da significação dos lugares e na emergência das identidades -, pode ser um dos veículos que possibilitam o trânsito entre fronteiras, literais ou simbólicas - ainda que exista desigualdade nesse processo. Assim, pressupõe-se que os sujeitos desta pesquisa, através da sua história de vida, possam revelar marcas da sua relação de transição entre espaço e tempo, mediando através do processo de comensalidade e do Queijo Cabacinha, como um ator-mediador. Qual será a paisagem que irá compor este mosaico híbrido, composto de narrativas, histórias de vida, memórias e imagens mentais?

Assim, o objetivo principal deste trabalho é investigar o Queijo Cabacinha como elemento cultural de mediação comunicacional e fomentador de imaginários conforme as histórias de vida de atores sociais que vivem na região de fronteira entre os Estados de Mato Grosso e Goiás, compondo um mosaico que possa contemplar uma ampla paisagem sobre o tema.

- Investigar a noção de comensalidade como mediação, em regiões de fronteira interna do Brasil;
- Discutir sobre os processos de consumo e hibridismo em torno do comer e da comida na construção das identidades culturais contemporâneas;
- Criar um modelo comunicacional que possa dar conta de explicar a noção de comensalidade como mediação;
- Desenvolver uma investigação empírica, criando um método híbrido (método etnográfico, viés das histórias de vida, com o intuito de compor um mosaico que possa dar conta de uma ampla representação do objeto investigado.

O objeto desta pesquisa é o Queijo Cabacinha do Araguaia, um tipo queijo artesanal, uma comida que é símbolo cultural típico da região de fronteira entre as cidades de Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-GO, segundo as vivências dos sujeitos do seu ciclo produtivo, todos moradores desta região. Entende-se aqui que a comensalidade é um processo de mediação e as comidas – ingredientes e preparos – se tratam de atores-mediadores.

Para se discutir a questão do diálogo entre comensalidade e mediação, utilizou-se Martin-Barbero (2009). Para o autor a mediação é um processo imanente às práticas sociais cotidianas das pessoas que, ao realizar-se através dessas práticas, se traduzem em múltiplas

mediações. É a comunicação do cotidiano, do comum, baseada nos nós/elos que tecemos no dia a dia, nas nossas práticas culturais, em oposição a comunicação de massa da grande mídia. O “comer juntos” é mediação na medida em que podemos entendê-lo como um espaço em que tornamos comuns nossas subjetividades e partilhamos significados. Essencialmente é um processo comunicacional. Já a comida é um ator do processo, junto aos comensais. Ela, sendo um objeto cultural e simbólico, permanece, ainda que hibridizando, enquanto os comensais circulam. A ideia de ator mediador advém da noção de actante, de Bruno Latour (2005).

Para pensar um modelo de mediação mais apropriado a este trabalho, definiu-se quatro coordenadas principais para uma “bússola da mediação” que possa orientar a investigação: identidade, consumo, temporalidade e espaço.

A noção de identidade é compreendida a partir de Hall (1997), entendendo que esta é a noção do “eu” – como sou e existo no mundo, em relação a mim mesmo, aos outros e a realidade em que vivemos -, composta por significados vários, construída na relação de alteridade e partilhada socialmente. Hall trabalha a noção de identidade nacional com diversas categorias, que fomentam as identidades culturais que circulam por uma nação. Entendendo que uma nação é uma ideia, um coletivo representacional composto por significados diversos, podemos considerar que a comida de um povo também constitui seu arcabouço simbólico e conseqüentemente faz parte da dinâmica da construção das identidades, através do consumo.

Para Canclini (1999), o consumo na contemporaneidade é uma dinâmica que fomenta cidadania e assim entende-se que este dinamiza o processo de circulação de significados que atravessam o sujeito contemporâneo, gerando identidades. Assim, dentre estes elementos, se destacam a comensalidade e a comida, a primeira como um processo – mediação – e a segunda como conteúdo significativo. Dessa articulação se dá o processo de hibridização, gerando novas práticas e artefatos culturais, bem como novas formas do sujeito se relacionar, ser e estar no mundo, ou seja, identidades. Nesse, somos aquilo que comemos, na medida em que aquilo que comemos não é só alimento – do ponto de vista biológico -, mas algo que representa e traz a carga de todo um complexo de negociação cultural e de vivências daqueles que nos cercam e vieram antes de nós. O autor afirma que consumo é

“[...] é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos.” Este entendimento de consumo envolve capitais dos mais diversos, para além do econômico e também preconiza que o consumo gera identidades, formas de ser e estar no mundo.” (CANCLINI, 1999, p. 77)

Conforme o autor, nos dias de hoje, ser cidadão é consumir, é habitar, vivenciar e pertencer à cidade antes do que a uma nação. Percebe-se aqui um viés para atar reflexões sobre

a importância do local, consumo e identidades híbridas na contemporaneidade. O local como um espelho do global em tempos de hibridismo, norteados pelo consumo.

As temporalidades podem ser compreendidas a partir da fenomenologia da percepção (MERLEAU-PONTY, 1999), pela compreensão das dimensões da percepção do tempo cronológico, tempo histórico e tempo fenomenológico – que é o da memória, do imaginário, no qual um recorte cronológico, para o sujeito, é presente e pode ser revisitado a qualquer momento.

O espaço, suas dimensões e processos – território, lugar, fronteiras, a globalização - são definidas a partir do pensamento de Milton Santos (2006). Para o autor, a partir do processo de globalização cada lugar é, a seu jeito, um espelho do mundo. Ou seja, o local é – ao menos em potência –, mundial. Ao mesmo tempo, cada lugar é diferente, único, especial. Podemos inferir que esta diferença se dá pelas diferentes hibridações de significados e agentes culturais. Essa dinâmica de propagação dos significados socialmente partilhados se agrava nos dias de hoje pela evolução dos processos de comunicação, mediados pela tecnologia portátil e pelas teias da internet. A tecnologia aprimorou a relação dos sujeitos com o tempo e o espaço, permitindo relações não-presenciais, virtuais, trocas simbólicas por meio da internet, pela cibercultura.

Hoje os mais diversos tipos de conhecimento circulam pela web e isso acentuou o processo de hibridismo. Para além disso, no plano físico, há os movimentos de migração dentro dos países e fora deles. Dizem que na internet não há fronteiras, mas com certeza no mundo real elas existem. Virtualmente podemos nos deslocar e consumir o que quisermos, de qualquer lugar do mundo. Mas do ponto de vista concreto, nações têm limites – para dentro e para fora. É um modelo de existência aparentemente esquizofrênico, incoerente, mas que se articula e tem sua lógica, própria da sociedade pós-moderna, contemporânea. É complexo, híbrido.

As fronteiras existem e não existem ao mesmo tempo. Elas não existem em um plano digital, mas passam a existir a partir das relações humanas concretas. Assim como uma nação é uma ideia, suas fronteiras são as bordas deste *constructo* mental. Nesse sentido, compreende-se aqui a noção de fronteira não como mero limite territorial ou uma linha-arbítrio sobre as múltiplas formas de ver o mundo, mas sim como como um território/lugar de nuances gradativos, construído cotidianamente por atores diversos em torno de um caldeirão de hibridização.

Metodologia ou receita?

Assim como em uma refeição, o fazer científico requer preparação. A similaridade entre o percurso científico e a preparação de comidas está justamente na organização metódica dos saberes. Esta deve ser registrada, de forma que possa ser reproduzida posteriormente. Comparativamente, uma receita é basicamente a metodologia de um trabalho científico. Ingredientes, utensílios, sistema de preparação, cozimento, reações químicas. Estes registros é que orientam o fazer sistemático nos campos, seja ele o científico ou o culinário. Em ambos os casos, o processo é fundamental e talvez mais importante do que o resultado. A construção de saberes está na união entre o saber teórico – perpassado por toda uma perspectiva histórica, de atores que colaboraram com a sua construção - e da experiência concreta, que aplica sobre o mundo estes saberes e os soma a outros, entre erros e acertos. Em síntese, é a práxis. O bom cozinheiro e o pesquisador são, grosso modo, trabalhadores. Seu ofício é social. O produto e resultados do seu trabalho são para os outros, tal é a deontologia imanente a seu saber. Recebemos salários. Elogios. Mas o essencial que recebem em troca do seu agir sobre o mundo é o conhecimento adquirido pela experiência. Nesse sentido, o fazer empírico é fundamental tanto na cozinha, como no laboratório social. Não há como fazer uma omelete sem quebrar a casca dos ovos. Assim, esta investigação perpassa o plano das pesquisas empíricas.

Para Lakatos e Marconi (2003), a pesquisa empírica ou de campo é aquela em que, partindo de uma base bibliográfica sólida, a experiência do pesquisador e sua relação com o mundo se faz fundamental na comprovação de hipóteses sobre determinado problema. Ora, as ciências sociais se fazem necessariamente a partir de objetos próprios ao mundo social. Podemos refletir, inferir. Mas a comprovação, muitas vezes in loco, se faz necessária. O bom cozinheiro é aquele sempre disposto a aprender mais e não fica só isolado na cozinha. Se ele quer fazer uma refeição de qualidade ele investiga e saber sobre os melhores ingredientes – onde encontrar, como adquirir. E nem tudo está restrito aos livros de receita. O saber empírico – aquele da ordem da cultura e do cotidiano - saber científico sistematizado, em consonância vai em busca de olhares outros, como o filosófico e o religioso. Em algum momento da história, todo saber científico foi empírico. É fazendo que se aprende.

Da mesma forma, o bom cozinheiro entende o mundo das medidas: o tamanho das porções, quantidade, peso, etc. Mas não se atém a ele. A boa comida é aquela que entra na boca como substrato e sai como abstrato: o gosto definindo as qualidades estéticas, éticas, através da experiência do paladar humano. O viés qualitativo é fundamental. Aquele que reina na cozinha não tem como saber se determinado prato é bom ou ruim a não ser pelo feedback dos comensais. Da mesma forma, a pesquisa qualitativa em pesquisas sociais é uma forma de se compreender

e interpretar determinados processos da realidade, pelo olhar dos atores do palco social. Pode-se partir de uma lógica quantitativa que dê bases à dados primários e trabalhe em uníssono ao fazer qualitativo, mas é uma tarefa de ordem inconclusiva investigar o mundo social, interações, significados e sentidos sem buscar as qualidades pelo viés da experiência. (LAKATOS; MARKONI, 2003). Nesse sentido, esta pesquisa segue por um viés interdisciplinar: como uma pesquisa que parte do olhar e paradigmas do campo da comunicação, que se apoia em diversos outros lastros teóricos – a geografia humana, os estudos culturais e a sociologia – sobre o espaço epistêmico e objetos do campo da alimentação – transdisciplinar, em construção. (DE LOPES, 2005). Como em uma cozinha que atende às demandas contemporâneas de uma culinária híbrida: ingredientes aparentemente díspares, que se alinham, se conectam e formam uma nova lógica, que resultam em novos pratos, novas formas de se consumir e de se identificar.

Método etnográfico

Todo processo de pesquisa científica necessita de um espírito como norte. Uma bússola sensível que sirva como matriz sistemática do processo como um todo. Um tom, um clima. A este damos o nome de método. Segundo o Dicionário de filosofia (ABBAGNANO, 2007, p. 668) “[...] este termo tem dois significados fundamentais: 1" qualquer pesquisa ou orientação de pesquisa; 2" uma técnica particular de pesquisa. No primeiro significado, não se distingue de "investigação" ou "doutrina". O segundo significado é mais restrito e indica um procedimento de investigação organizado, repetível e auto corrigível. que garanta a obtenção de resultados válidos.” Ele tanto atua como regulador técnico - do estilo de escrita, da forma como se dão os diálogos epistêmicos – da tipagem da pesquisa, instrumentos, fontes – como na atribuição do tom e do clima do processo e das sensibilidades. Trazendo novamente um paralelo com a cozinha, basta refletir na diversidade de culinárias presentes no mundo social. Dependendo da matriz referencial que dá baliza e estilo, o cozinheiro atua sobre os ingredientes.

Os mesmos ingredientes podem resultar em pratos diferentes, dependendo do “guarda-chuva” culinário ao qual se abriga. A feijoada como é tradicionalmente feita no Brasil não é a mesma feita em Angola. A moqueca na Bahia-BA não é a mesma feita em Cuiabá-MT. Cada culinária regional tem variações, ainda que mínimas, por exemplo, no que se refere aos temperos. Apesar de uma mesma combinação, alguns pratos são mais apimentados que outros. Na pesquisa científica estas variações de tom, mudam conforme método, estilo do pesquisador

e condicionantes do campo de onde a pesquisa parte. No campo das Ciências Sociais, tendo a vida social como plano de fundo, são múltiplas as variações e olhares. A este trabalho, interessam os imaginários que orbitam o cotidiano do campo da cultura. Nesse sentido, nos serve o olhar proposto pelo *método etnográfico*. Para o antropólogo estadunidense Clifford Geertz (2008), realizar uma pesquisa a partir das coordenadas metodológicas da Etnografia é tentar interpretar as estruturas significantes que orbitam e sustentam todo o fazer humano e social, ou seja, realizar uma descrição densa da realidade, a partir de um esforço intelectual.

Originalmente a Antropologia instrumentalizava a etnografia tendo como eixo principal a noção de diferença, investigando civilizações e povos exóticos. Na contemporaneidade, em uma sociedade cada vez mais complexa, a etnografia nos serve para observar de perto os aspectos cotidianos ditos mundanos. Fenômenos sociais emergentes pelas novas formas de interação e constituição dos sujeitos e sua interface com artefatos culturais. E isso significa ir para campo, observar, entrevistar, relatar, recortar e interpretar a realidade das pessoas. É experimentar, em sua plenitude – com gradações maiores ou menores, dependendo do tipo da pesquisa. Assim, para Travancas (2009), o método etnográfico próprio às ciências sociais como hoje o conhecemos, teve berço na Universidade de Chicago dos anos 20 a 30, surgido a partir dos estudos de e a partir do chamado interacionismo simbólico do sociólogo Robert Park, (1967) que preconizava a experiência direta com atores sociais, via metodologias qualitativas – tais como história oral, histórias/relatos de vida - para a compreensão de sua realidade das cidades, bairros e ruas.

A etnografia, que é o agir científico dentro do Método etnográfico, para o dicionário eletrônico Houaiss (2001) significa o estudo das etnias, povo, das pessoas como um agrupamento social. Ainda, pode ser entendido como o “[...] 1 Estudo descritivo das diversas etnias, de suas características antropológicas, sociais etc.” e o “[...] 2 Registro descritivo da cultura material de um determinado povo.” Geertz (2008) utiliza o já clássico exemplo das piscadelas. Uma simples piscada de olhos pode ter inúmeros significados distintos para um determinado agrupamento social. Pode ser um sinal de paquera. Um aviso acerca de um subtexto em determinado assunto. A tarefa do etnógrafo é bem essa: sair das explicações e descrições à partir do senso comum e compreender como elas são produzidas, percebidas e interpretadas para as pessoas daquela comunidade.

O antropólogo brasileiro Roberto DaMatta (1978), em seu texto *O ofício do etnólogo, ou como ter Anthropological Blues*, fala sobre como são os processos da pesquisa etnográfica e especificamente se concentra nele. O período de divórcio do pesquisador com a sua sociedade. Para ele, não há como realizar uma pesquisa etnográfica sem um processo de distanciamento

do objeto., A rigor, não há etnografia sem exotismo. O pesquisador deve encontrar o “estranhamento” deste objeto de investigação. Este é um processo difícil, quando se investiga a sua própria sociedade, cidade, bairro, rua. Lugar e cultura às quais o pesquisador reconhece de imediato e tece redes de memória. Este processo é veiculado pelo aperfeiçoamento bibliográfico. A partir de um novo olhar, fundado pelo referencial, tornam o comum, incomum. Uma melancolia própria a um exilado que já não mais reconhece seu lar. O *Anthropological Blues: a transformação do exótico em familiar ou o familiar em exótico*. Para o autor, o investigador não é uma figura divina. Somos humanos, então o sentimento e emoção se manifestam:

“[...] Seria, então, possível iniciar a demarcação da área básica do anthropological blues como aquela do elemento que se insinua na prática etnológica, mas que não estava sendo esperado. Como um blues, cuja melodia ganha força pela repetição das suas frases de modo a cada vez mais se tornar perceptível. Da mesma maneira que a tristeza e a saudade (também blues) se insinua no processo do trabalho de campo, causando surpresa ao etnólogo. É quando ele se pergunta, como fez Claude Lévi-Strauss, "que viemos fazer aqui? Com que esperança? Com que fim?" e, a partir desse momento, pôde ouvir claramente as intromissões de um rotineiro estudo de Chopin, ficar por ele obcecado e se abrir à terrível "descoberta de que a viagem apenas despertava sua própria subjetividade:” (DAMATTA, 1978, p. 5)

O texto *Ritos corporais entre os Nacirema*¹ (1976) clássico texto antropológico, trabalha com este estranhamento, ao descrever diversos aspectos sociedade americana pelo viés do distanciamento, tentando uma escrita e estilo neutros, sem utilizar o nome real do país, das coisas e processos. Somente a descrição e pistas. Nacirema é American ao contrário. É óbvio que a neutralidade é um processo que inexistente, na medida que só ao ler um texto já estamos interferindo em sua rede de significações. Mas aqui ele serve como um exemplo para referendar a melancolia do antropólogo em DaMatta (1978) e para levantar a questão da preparação junto aos referenciais bibliográficos, antes de um trabalho de campo. Desse modo, são etapas da pesquisa etnográfica:

- 1) **Levantamento e leitura do material bibliográfico:** melhorar o repertório para melhor interpretar os processos e os espaços a serem investigados e criar este processo de “distanciamento”;
- 2) **Elaboração de um diário de campo:** para registrar todos os aspectos que possam passar despercebidos ou que a memória não dê conta. Entendemos aqui este diário não só como um caderno de anotações, mas como um arquivo que possa agregar

¹ Horace Miner In: A.K. Rooney e P.L. de Vore (orgs) YOU AND THE OTHERS - Readings in Introductory Anthropology (Cambridge, Erlich) 1976 – Adaptado. Fonte: http://www.escolasapereira.com.br/storage/post_arquivos/594/15219_onacirema-1.pdf

documentos, fotografias e outros conteúdos significativos e que possam ajudar na escrita posteriormente;

- 3) **Entrada em campo:** a inserção do pesquisador no campo, que deve ser antecipado, planejado a fim de se antecipar quaisquer imprevistos.

Os instrumentos de pesquisa mais comuns em uma pesquisa etnográfica são entrevistas, abertas e em profundidade, a observação participante e a história de vida. A este último, que será instrumentalizado neste trabalho, será dedicado um tópico específico. É importante que a redação final do texto, fruto da coleta de dados, seja plural, contendo muitas vozes. O etnógrafo deve se impor, explorar a sua experiência. Mas os sujeitos devem compor parte significativa, tendo o pesquisador como uma espécie de porta-voz.

À luz destas questões técnicas e sensíveis, fica o questionamento: o que significa fazer etnografia, partindo do campo da comunicação, tendo por bases referenciais interdisciplinares, para uma leitura de objetos da área da alimentação? A pesquisa aqui parte do campo da comunicação, mas não tem por objeto meios ou processo diretamente mediados pelos conteúdos e pautas comunicacionais. Diz mais a respeito das mediações mais próximas a um nível de comunicação social, interpessoal. No cotidiano de determinada sociedade, em que as vivências são mediadas por artefatos culturais e processos imanentes ao campo da alimentação.

Pode-se usar como exemplo todas as relações e dimensões sociais que orbitam o Queijo Cabacinha – um dos alimentos destacados neste trabalho, fragmentos de identidade cultural de um povo. Como as pessoas o significam, o interpretam e o que viveram e experienciaram sob a mediação dos fenômenos da comensalidade próprias a esta comida. Voltando às metáforas culinárias, é como se aquele cozinheiro, de um determinado restaurante, saísse do espaço da cozinha para conversar com os clientes, aproveitando para observar e questionar se eles gostaram dos pratos que ele preparou, tentando entender o que isso suscita a eles, afim de compreender mais sobre seus gostos e a partir daí, interpretar as informações que obteve como um referencial para pensar o seu fazer e o produto que é o resultado da sua força de trabalho.

Histórias de vida

Assim como o cozinheiro dispõe de inúmeras estratégias, aparelhos e ingredientes para o preparo de seus pratos, o método etnográfico possui variadas estratégias metodológicas e instrumentos para a interação com os sujeitos e a entrada no campo. Algumas são mais comuns e inerentes à própria essência do fazer do etnógrafo, como a observação, o caderno de campo e

as entrevistas abertas. Outras são apropriadas de outros métodos, como a metodologia da história de vida, que é imanente ao método biográfico. Mas ao contrário de sua utilização sob uma perspectiva biográfica, aqui as histórias de vida nos servem, combinadas às outras estratégias etnográficas, para compreender a partir do singular, o todo. A investida de pesquisa aqui desenvolvida não tende a trabalhar em apenas uma história de vida. Mas várias, entrelaçadas pelo cotidiano e que perpassam ou de uma forma outra pelo viés da alimentação, que possibilitem compreender determinados processos sociais. Sob pena de cometer excessos e redundâncias, tenta-se aqui uma lógica híbrida, mestiça. Nem líquida ou sólida. Como o arroz com feijão.

A metodologia da história de vida surge a partir dos anos 30, junto aos pesquisadores da chamada Escola de Chicago. Nesta época, os estudos sociais estavam em ebulição nos Estados Unidos, com diversos pesquisadores vindos do mundo todo, buscando oportunidades, investindo em múltiplas frentes. A maioria deles se reuniu na Universidade de Chicago. Esta época inaugurou a chamada *Communication Research*, a longa tradição de estudos no campo da comunicação, com vários estudos indo pela lógica do controle, à serviço do governo e a instituições privadas, com perspectivas administrativas e funcionalistas, com o entendimento primário da noção de massas.

Quando falamos da Escola de Chicago no campo da comunicação, pensamos logo em uma perspectiva de manipulação dos grupos sociais com fins de compreensão de determinado comportamento. Se invocarmos a Escola de Chicago sob o viés dos estudos econômicos, piorou. No entanto, isso é uma visão limitada sobre esta perspectiva, que teve diversas outras frentes. Sem detalhar muito, a mais interessante a este trabalho é justamente a frente sociológica e etnográfica, pelo viés do interacionismo simbólico, originada por Herbert Blumer (1900-1987), cuja tradição foi seguida por nomes como Clifford Shaw (1895-1975) e Erving Goffman (1922-1982). O interessante é que estava investida conseguiu, através da combinação de diversas estratégias de pesquisa, sendo a mais destacada a história de vida, construir um panorama, um mosaico composto pelo resultado de múltiplas iniciativas, que deu um vislumbre macro sobre o cotidiano da cidade de Chicago à época. Este mosaico é destacado por Becker (1994), que nos explica que é uma perspectiva muito interessante para o campo acadêmico, que nos remete ao fazer coletivo e social. Que uma pesquisa se conecta a outra e que no limite, a autoria é importante, mas seu conteúdo que é o mais significativo. Assim, o mosaico não é uma muralha. É um trabalho que se sustenta por si só, mas não é uma produção isolada, mas que possui metafóricos *Hiperlinks* com múltiplas interfaces e conexões, que possibilitam circunscrever tempo e espaço específico.

Assim, a história de vida se insere nesta perspectiva de um processo que segue micro para o macro, em crescente escala. O sociólogo Becker *apud* Mead (1994, p. 109) nos ensina que “[...] A história de vida pode contribuir para a noção de processo. O processo social é um processo observável de interação simbólica mediada.” Cabe aqui ressaltar que o social é observável sim, mas não facilmente. É necessária um olhar sensível e maturidade de interpretação por parte do pesquisador. Pré-conceito, estruturas classistas não são facilmente abandonadas. E nem devem. Até porque a neutralidade é um mito. A subjetividade do pesquisador sempre estará impressa do processo à finalização de sua pesquisa. É necessário sim um estranhamento, um afastamento. Mas a interpretação de uma outra subjetividade sempre vai ser realizada pelo filtro do pesquisador. Por isso o pesquisador que utilizar a História de vida deve ter em mente que quanto maior a participação de seu sujeito em seu texto final, maior o rigor metodológico proposto. A rigor, um panorama sobre determinado objeto ou processo social, composto por várias vozes.

Neste sentido, para Brioschi e Trigo (1987, p. 637), o uso da história de vida pressupõe a superação da pretensa neutralidade do pesquisador, substituída pela relação de comunicação entre entrevistador e entrevistado. Ainda, para as autoras esta estratégia de pesquisa “[...] é justamente aquela que fornece indicações válidas para o conjunto da sociedade, não pela redução da diversidade de vivências singulares, mas pela apreensão do determinismo dessas vivências enquanto modos de inserção nas situações sociais das quais o indivíduo é, ao mesmo tempo, produto e produtor.” Assim, a neutralidade e a objetividade deixam de ser fundamentais no trajeto da pesquisa, pois

“[...] o processo de aproximação entre sujeito e objeto coloca a relação duas espécies de intencionalidades: a do sujeito que procura conhecer a do sujeito/objeto. Assim sendo, o pesquisador se depara, no seu processo de pesquisa, com um objeto que reage à sua presença, detém um saber que lhe é próprio decorrente de sua experiência de vida, capaz de atribuir significados às suas ações e ao seu discurso, expressando e articulando seus pensamentos à sua maneira. Essa é justamente a riqueza que se busca na coleta de relatos de vida.” (BRIOSCHI; TRIGO, 1987, p. 633).

Assim como o pesquisador se coloca em sua pesquisa, o sujeito da história de vida não é nem um pouco “opaco”. Suas tonalidades subjetivas e intencionalidades também estão em jogo. A história de vida é, portanto, o resultado de condições diacrônicas e sincrônicas, entre o etnógrafo e o sujeito. É importante que o pesquisador tenha em mente todas as variáveis/fronteiras sociais, econômicas e culturais. É fundamental romper a alienação do pesquisador, para que este compreenda como um trabalhador que está realizando um ofício e não um ser divino que desce dos céus – academia – para observar ou interagir com o plano mundano. Para Becker (1994, p. 111), “[...] A história de vida, por causa da própria história de

seus atores, é uma mensagem viva e vibrante que vem de lá, e nos conta o que significa ser um tipo de pessoa que nunca encontramos face a face.”

Do ponto de vista de utilidade no campo acadêmico, além de ser útil como pedra de toque teórica, a História de Vida pode servir: 1) como uma forma de tirar determinado campo da estagnação e da mecanização de metodologias ou instrumentos mecanicistas; 2) a verificação profunda de pressuposições e hipóteses que temos como verdades absolutas em discussões na academia; 3) lançar luz sobre o ponto de vista, os aspectos subjetivos de uma determinada instituição – compreender como funciona uma escola pública, por olhares que não dos gestores, a dinâmica de um restaurante, pelas vivências dos trabalhadores que movem o processo. (BECKER, 1994).

A entrada em campo pela história de vida, pelo seu caráter pé no chão não deve ser considerada como um bate papo, uma mera interação. Deve ser encarada como algo da síntese entre o valor teórico e o cotidiano. Imbuída de uma lógica praxiológica, a metodologia de História de Vida não é uma biografia de alguém, ou literatura de romance sobre a vida uma pessoa. A narração imanente à história de vida pode levar o sujeito da pesquisa à uma tomada de consciência sobre a sua trajetória, sobre suas relações pessoais, com a comida – que aqui, é entendida como artefato cultural da ordem das mediações.

É uma metodologia de entrada em campo que se apropria e ressignifica múltiplas fontes e procedimentos para coleta de dados, como: Entrevistas em profundidade: narradas ou escritas; Documentos: autobiografias, desenhos, diários, cartas, fotografias e objetos pessoais. Da seleção dos sujeitos, à pesquisa de fato, tudo deve ser encarado com muito critério. A noção de processo aberto, não deve ser confundido com processo sem balizas, sem planejamento.

Para Bertaux (1997), em seu livro *Le recite de la vie*, é essencialmente importante a etapa da interpretação do corpus, obtido na pesquisa de campo. Para o autor, a análise de cada história de vida obtida tem por objetivo averiguar a incidência dos processos sociais e questões suscitadas por cada pesquisa. Assim,

“[...] A investigação por histórias de vida passa pelo campo e por observações diretas, mas mais profundamente as histórias de vida mostram de onde vêm os 'atores' cujas interações são observadas e o que eles procuram obter. a médio prazo. Os atores fornecem, na forma de índices, elementos de descrição dos contextos sociais que atravessaram.” (BERTAUX, 1997, p. 69). (tradução nossa).

Para Bertaux (1997), são três os níveis de fenômeno que devem ser levados em consideração: Individual; relacionamentos e sócio estrutural. Assim, para a transcrição e interpretação devem ser consideradas: 1) Comunicação não verbal; 2) gestual; 3) movimentos oculares, 4) expressões faciais, 5) as entonações da voz; 6) as próprias palavras. Assim, a

pesquisa por este viés deve ser feita pessoalmente, uma vez que com a mera gravação não é possível apreender as dimensões citadas. Para o autor, a história de vida:

"[...] é uma produção dialógica de um discurso improvisado, sem anotações, sem recurso a arquivos escritos, com base na lembrança espontânea dos principais eventos que foram experimentados, memorizados e totalizados, esforçando-se para encontrar as sequências e comunicar à pessoa oposta com uma preocupação real pela veracidade / veracidade." (1997, p. 77). (tradução nossa).

Nessa toda, para o autor, na interpretação, devem ser consideradas as realidades do sujeito. São diversas dimensões, e com isso o sujeito por ser entendido como múltiplo. As realidades são: **Histórico-empírica:** É a trajetória diacrônica das vivências dos sujeitos no cotidiano; **Realidade psíquica e semântica:** Como o sujeito vê, percebe e reflete a sua trajetória e experiência no mundo; **Narrativa:** o que o sujeito quer falar sobre o que falou e o que refletiu no dia da entrevista da história de vida.

Assim, a metodologia da história de vida, combinada à etnografia apresenta-se como uma possibilidade de apreensão de uma realidade social em específico, apontando para o sujeito como agente social que transforma espaços em lugares e territórios, transita fronteiras, construindo sua identidade, através das narrativas. Para este trabalho, ainda temos o lugar da comensalidade e do seu universo como uma perspectiva de mediação. São saberes atrelados ao seu agir no cotidiano, seu agir laboral e relações sociais. Como estas narrativas se articulam em torno da comida?

Assim, “[...] na afirmação - a narrativa de vida deve ser considerada em sua subjetividade - está implícito um pressuposto teórico: no fundo da narrativa encontra-se a realidade social e coletiva incorporada pelo sujeito.” (BRIOSCHI, TRIGO, 1987, p. 637).

Síntese metodológica

Assim, a partir do método etnográfico e da metodologia de Histórias da Vida, os instrumentos de coleta de dados serão entrevistas abertas, consulta a documentos, fotos e observação – com anotações no caderno de campo e registros fotográficos. (BAUER, GASKELL, 2010). O *locus* da pesquisa será na região fronteira entre os Estados de Mato Grosso e Goiás (Santa Rita do Araguaia-GO e Alto Araguaia-MT). Os sujeitos das pesquisas serão selecionados após exploração do campo, conforme seu envolvimento com a comensalidade e a cadeia de consumo na região. Em síntese:

Quadro 1 - Coordenadas metodológicas da pesquisa

Quadro metodológico		
<i>Coordenadas</i>	Autores	Referencial
Método	Geertz (2008), DaMatta (1978), Travancas (2009):	Método etnográfico
Tipo de pesquisa	Lakatos, Marconi (2003):	Pesquisa empírica, qualitativa
Metodologias	Brioschi e Trigo (1987), Bertaux (1997), Becker (1994):	Metodologia de história de vida
Estrutura e estilo	Câmara Cascudo (2014).	estrutura e estilo textual da análise e apresentação dos dados
Instrumentos	Bauer; Gaskell (2010).	Entrevistas abertas, documentos, fotos e caderno de campo
	Dados	
Lócus	Região fronteira entre os Estados de Mato Grosso e Goiás (Santa Rita do Araguaia-GO e Alto Araguaia-MT).	
Sujeitos	Agentes do campo da comensalidade: quem produz, quem comercializa, quem consome e suas variáveis, conforme o processo de pesquisa se estrutura.	

Fonte: O autor, 2022.

Do ponto de vista da organização das categorias de análise, a tese se sedimentará em Luiz da Câmara Cascudo (2014), a partir de sua obra “Antologia da alimentação no Brasil” e no documentário “História da Alimentação no Brasil” (PUPPO, 2017), inspirado em suas reflexões sobre a comida e o comer a partir da lógica da tradição cultural Brasileira. No entanto, este é só um alicerce ou um norte. A ideia é constituir capítulos, com tema central em uma comida/ingrediente com vínculo local, econômico e cultural à região investigada, como um eixo principal, cercada pelas histórias de vida dos sujeitos que a orbitam, levando em consideração o modelo da comensalidade como mediação circunscrito no capítulo 3.

Os sujeitos serão selecionados dada a sua relação direta ou indireta com um dos ingredientes/comidas em foco. O roteiro das entrevistas abertas vai seguir Bertaux (1997), propondo os seguintes eixos principais:

- 1) **O sujeito e sua trajetória de vida;** perspectiva diacrônica e onde entra o alimento como eixo que norteou suas vivências e memórias
- 2) **Percepção do seu sujeito desta trajetória:** identidade – quem ele é e porque hoje está assim -, espaço - o que é ser uma pessoa que reside entre fronteiras – literais e simbólicas, como ele atribui sentidos e significa -; consumo – simbólico, econômico; tempo – suas histórias e memórias -; – e o Queijo Cabacinha e a comensalidade – este está em último, de forma intencional, pois consideramos que os outros temas podem suscitar questões sobre a função social do comer;

- 3) **Reflexão sobre a entrevista:** quais as repercussões que a entrevista em história de vida teve para ele.

Estes eixos vão se desdobrar em outras questões durante o desenrolar do processo. A ideia é ter eixos principais, subtemas e conseqüentemente questões que surgirão durante o processo de entrevista, de cada sujeito. Em comparação, é o mesmo que consideramos que cada refeição é única. Algumas vezes colocamos um tempero mais picante. Outra experimentamos algo mais amargo. Outras, só uma ou outra inclusão no cardápio. O importante é saborear o processo.

Convite à leitura

Este trabalho se estrutura em duas etapas distintas: a primeira, acerca das reflexões epistêmicas, mais densa, com vistas à construção de um modelo para orientar o trabalho de campo; e em seguida o texto sobre o trabalho etnográfico em si, descritivo, a partir das narrativas das personagens. Esta introdução, até por sua arquitetura, considera-se aqui um primeiro capítulo.

O segundo capítulo vai tratar das epistemologias pelas quais transitamos. Primeiro, acerca do campo da comunicação, depois o campo da alimentação e a lógica interdisciplinar. Finalmente, o foco será dado à alimentação e à cultura, com a noção de comensalidade sob uma ótica histórica e localizada em nosso país.

O terceiro capítulo é uma construção que tenta delimitar as direções da nossa bússola da comensalidade: Identidade, tempo, espaço e consumo. A seguir, tentamos costurar estas noções em um modelo das mediações, levando em consideração Martin-Barbero (2009) e Bruno Latour (2005).

O quarto capítulo foca especificamente no queijo como alimento e comida, sua história no Mundo e no Brasil, a questão do modo de fazer artesanal, da legislação vigente e toda a trama política dela advinda.

O quinto capítulo é a jornada etnográfica em si, quando conheceremos os nossos companheiros de viagem, em busca de uma caracterização do nosso ator-mediador, o Queijo Cabacinha do Araguaia. Aqui, os subcapítulos foram construídos com orientação de cada direção do nosso modelo da bússola comensal. Então, a jornada começa pelo espaço, passa pelas dimensões do tempo, passeia pelo consumo e finaliza em uma reflexão sobre a identidade cultural do Queijo Cabacinha do Araguaia. Finalmente, nas considerações finais, chegamos à

síntese do trabalho, em uma tentativa dupla de caracterizar as dimensões do Queijo e de fazer sentido da jornada como um todo.

1 ACENDENDO O FOGÃO À LENHA OU ACERCA DAS BASES EPISTEMOLÓGICAS

Na minha rede, Almir Sater é o violeiro;
aduba em poesia meu ar,
deixa meu coração em estado de traço.
Minha janela para uma jabuticabeira,
minha porta detrás das amoreiras,
fundo do quintal, cajueiros em algodão,
O fogão a lenha – cepilhou-se!

Mãe, voltei por um agorinha...
Pausas que a vida me dá.
Troquei

Todorov, Caillois, Platão, Freud, Sartre,
pela mangueira, amoreira, Boiadeiro
pelo Araguaia – suas janelas em cachoeiras.
Agora é churrasco, caipirinha, família.

O mundo é bão, Sebastião!

Até que a vida recomece cheia de pena
e prazeres imperfeitos,
quando o cotidiano dos doutores
se aguça em certezas!

(Fogão a lenha, Poesia de Irene Severina Rezende, in: *No chão do Araguaia, li meu mundo*, 2016).

A poesia que abre este capítulo, dando um tom de sensibilidade a um início de circunscrição de noções, talvez seria mais apropriada “nos finalmente” do trabalho, uma vez que fala da paz que o Araguaia traz nos momentos de descanso do trabalho acadêmico. O sentido dela aqui é “climatizar”, “colorir de sensações” e tentar perpassar os sentidos do que é pesquisar e escrever estando aqui no coração das fronteiras do Araguaia. Não é exagero: aqui, quando os olhos abrem para os fenômenos aqui manifestos, as palavras se concatenam por si só. É a magia do lugar. Além disso, algumas características do fogão à lenha são paralelas, metaforicamente, ao trabalho acadêmico. Para que o fogão acenda, é necessário todo um processo: é preciso coletar a lenha, acender o fogo, dar o tempo adequado para o fogo “pegar”. Como uma fornalha, o pesquisador também precisa do cotidiano, das banalidades, do ócio criativo como combustível. As chamas ascendem aos céus. Não para baixo, nem para o lado. Para cima, aquecendo as panelas no preparo da comida.

É com este sentimento, das dificuldades do início da escrita e suas inspirações para a superação das imobilidades, que se inicia este primeiro tópico. Mais teoricamente denso, será realizado um debate epistemológico que tende a definir o lugar desta pesquisa: 1) dentro do

campo da comunicação e cultura e 2) na costura ao campo transdisciplinar da alimentação – caracterização de conceitos, perspectiva diacrônica, localização no Brasil.

1.1 Circunscrevendo o campo das comunicações

Pensar o campo de estudos em torno da Comunicação em convergência interdisciplinar com outros espaços de pensamento é sempre um desafio. O campo da comunicação, transdisciplinar por excelência, tem em sua essência uma força motriz, dialógica. Se tem aí um potencial positivo para o diálogo, há outras questões que devem ser colocadas à baila: todos os campos parecem ter autoridade para falar sobre a comunicação – psicologia, sociologia, filosofia -, tomando seus fenômenos como objeto. E os comunicólogos parecem ser autorizados na academia a falar sobre tudo, ainda que superficialmente. Esta expectativa do pesquisador em comunicação em atuar como mediador de um saber científico para o senso comum, herdada dos espaços jornalísticos – o jornalismo como prática de generalismos -, de certa forma coloca o pesquisador como e o campo de pesquisas em comunicação em uma posição inferior em uma suposta hierarquia científica – não dita, mas da ordem das sensibilidades.

Como não é uma ciência pura – ironia aos que acreditam em lógica de superioridade -, a comunicação, como os demais campos inter ou transdisciplinares não seriam agraciadas com a autoridade científica imanente às ciências puras, de sangue azul. Como ciência bastarda, a comunicação vem se constituindo ao longo da sua história agregando elementos de outros campos, misturando, hibridizando. Lidando com objetos de estudo subalternos à corrente hegemônica na academia. Se a outrora comunicação massiva foi objeto de estudos paradigmático e hegemônico, hoje objetos e sensibilidades do cotidiano estão no radar das pesquisas em comunicação. A vantagem de estar em campo bastardo é o de ousar buscar aquilo que ninguém mais se atenta. É buscar em algo aparentemente banal, as estruturas que podem dar base para responder à pergunta “isso é um objeto do campo da comunicação?”

Mais do que uma evolução cronológica, a passagem diacrônica do funcionalismo de Chicago, pela crítica de Frankfurt, até os estudos culturais e seus desdobramentos, nos mostra que o campo da comunicação é mais prolífico quanto mais se afasta do centro do pensamento hegemônico, quanto mais sai do geral e foca no específico. Uma ponte que atravessa a técnica, o grupal, o indivíduo e finalmente nos traz à contemporaneidade, aos espaços do imaginário. Em seu significado etimológico, a palavra *comunicação* vem do latim *communicare*, que

significa 'ação de comunicar, de partilhar, de dividir'. (HOUAISS, 2001). Para Abbagnano (2007, p. 161),

“[...] Filósofos e sociólogos utilizam hoje esse termo para designar o caráter específico das relações humanas que são ou podem ser relações de participação recíproca ou de compreensão. Portanto, esse termo vem a ser sinônimo de "coexistência" ou de "vida com os outros" e indica o conjunto dos modos específicos que a coexistência humana pode assumir, contanto que se trate de modos "humanos", isto é, nos quais reste certa possibilidade de participação e de compreensão.”

Conforme estas demarcações, podemos perceber que a comunicação tem um sentido de vínculo, de ligação, de partilha na relação entre as pessoas. Mas é a partilha do que? Se a comunicação é, metaforicamente falando, um canal, uma ponte, entre as pessoas, o que transita neste “caminho”? Qual é o conteúdo do fluxo comunicacional? Podemos inferir que o conteúdo da comunicação é tudo aquilo que as pessoas partilham, independentemente do nível. Pode ser:

- Coordenada 01: linguagem – falada, escrita, imagética - arbitrário, estruturado pelas convenções, social. resultado do jogo entre percepção e representação, dos significados, objetivo. Isso tanto nas trocas simbólicas da comunicação interpessoal, como na comunicação massiva;
- Coordenada 2: subjetividade, sentidos, das sensibilidades, emoção, onírico, do imaginário, fenomenológico.

Ou seja, a comunicação “é isso, mas também é aquilo”. É uma noção ampla, que ainda seja circunscrita, sintetizada como uma definição, requer uma bagagem para a sua interpretação. Por isso é interessante pensar em comunicações, no plural. Considerando o todo, é possível se concentrar em um de seus aspectos. Isso pode ser considerado ao se pensar, por exemplo, no status científico do campo em questão e na sua relação com os seus objetos. Um campo inter ou transdisciplinar se encontra em diálogo perpétuo com outros saberes científicos, além de ter como objeto de estudo outros tipos de saberes, como o religioso, o do senso comum ou o filosófico. Um campo científico bastardo, é exatamente isso: um espaço próprio à miscigenação dos saberes, para a vanguarda na construção de novos conhecimentos a partir daquilo que a ciência hegemônica não dá valor. E isso é quando falamos acerca dos espaços instituídos nas ciências sociais.

Então, do macro ao micro, cabe um afunilamento, que sirva a esta pesquisa. E este foco se dará a partir da segunda coordenada de conteúdos/fluxos comunicacionais, a partir de um plano de fundo das subjetividades, das narrativas que se conectam ao imaginário social, interpretadas à luz de um olhar fenomenológico. Então, temos aqui a necessidade de uma

costura epistêmica ao campo das comunicações, ao conceituar as seguintes noções: subjetividade, narrativas, imaginário e fenomenologia.

A subjetividade é uma noção que caminha no campo científico ao lado da objetividade. No senso comum, ser objetivo é a característica do sujeito que é direto em suas ações sob o mundo, sem margens para interpretações. Nesta toada, subjetividade pode ser confundida com subjetivismo, que é a tendência a se avaliar uma determinada questão a partir de uma perspectiva individual. A subjetividade, a rigor, pode ser entendida como da ordem do interior do sujeito. Daquilo que existe como fenômeno manifesto, mas não está na ordem das aparências. Para o Dicionário de Filosofia (ABBAGNANO, 2007, p. 933) se trata do “[...] 1. Caráter de todos os fenômenos psíquicos, enquanto fenômenos de *consciência* (v.), que o sujeito relaciona consigo mesmo e chama de "meus".

A subjetividade é, portanto, aqui relacionada à noção de sujeito e em outra medida, à noção de “eu”, de identidade, daquele conteúdo de saber que se encontra no plano individual, ainda que fomente e alimente o social - subjetivação. Algumas noções da psicanálise tendem a se alinhar com este conceito. Do plano psíquico, o inconsciente em Freud é de ordem subjetiva. A rigor, pensar uma pesquisa em comunicação no plano das subjetividades nos impele a uma dada importância ao conteúdo de ordem interior do sujeito, como este se constitui, se manifesta e retroalimenta o social.

Nestes processos, as narrativas do sujeito tomam proeminência. Para o dicionário Houaiss (2001), uma narrativa é a “[...] 1 exposição de um acontecimento ou de uma série de acontecimentos mais ou menos encadeados, reais ou imaginários, por meio de palavras ou de imagens.” A noção de narrativa aqui não é meramente uma perspectiva de narração de um determinado fato. É fio condutor do sujeito, imanente à sua vivência e pontos de vista. É construção imanente à memória, à história – portanto, atravessa ainda o tempo e o espaço, como veremos mais para a frente.

Ainda, de acordo com Paul Ricoer (2007), memória e narrativas são intimamente ligadas à imaginação. O autor, dialogando com o pensamento de Platão chega a definir a memória como a “representação presente de uma coisa ausente.” Neste tripé, dinamizam a memória, a narrativa e a imaginação, que se confundem. O que realmente aconteceu e aquilo que é de ordem onírica sendo narrados como uma coisa só. A verdade já não mais importa, tal é o fenômeno para o sujeito. A rigor, o imperativo do rigor das lembranças, quando falamos da memória e narrativa é conflituoso com a noção de imaginário. No campo da comunicação contemporânea, muito se discute sobre a construção de narrativas, inclusive no campo da política. Nesse baile o que conta nem sempre é a coerência diacrônica, mas a adesão do público às determinadas narrativas. A

narrativa e as memórias em Ricoer não são exatamente sobre esse aspecto coletivo e político, se concentrando mais nas narrativas das pessoas sobre suas vivências e seu olhar sobre a história. Mas usar este exemplo como paralelo pode ser útil para refletir sobre a noção de verdade para o sujeito e que ela não se opõe à noção de imaginário.

O imaginário não é algo concreto, mas nem por isso inexistente. Em seus estudos sobre o imaginário, Gilbert Durant (1993) traz à baila o poder da imagem dentro de nossa sociedade. Imagens como símbolos atuam como atalhos cognitivos. O autor entende a metáfora do imaginário, como um arcabouço, uma coleção de símbolos, imagens e cenas que partilhamos socialmente e que alimentam nossas subjetividades. É algo maior que a noção de representação social, ao englobar a objetivação da imagem incluindo o plano fenomenológico, onírico, das sensibilidades.

Figura 2 - Imaginários, sonhos e sensações. Grafite sobre papel.



Fonte: Arte por Wanderleia Pereira. 2022.

Para o campo das comunicações, o imaginário provoca interessantes debates. Se por um lado, a produção iconoclástica da televisão, dos streamings e cinema alimentam o imaginário

social, produzindo e reproduzindo novos *themas*², por outro, entregam sonhos e delírios prontos e acabados, em uma lógica de produção em série, massificadas. Aos críticos, uma produção de referências que acaba por afogar o potencial e rebeldia criativa do sujeito. Preguiça de sonhar. Independente do ponto de vista, é fato que o imaginário é repleto de conteúdos transmitido pelos fluxos comunicacionais formais e informais, na construção do espírito.

Para Maffesoli (2001, p. 75) o imaginário é o estado de espírito de um povo ou “[...] o uma força social de ordem espiritual, uma construção mental, que se mantém ambígua, perceptível, mas não quantificável.” É aquilo para além da cultura, é cimento social. Se levarmos em conta que a cultura é fruto de uma construção social e, portanto, é organizada, o imaginário seria uma esfera próxima de um inconsciente coletivo. Imagens são universais, como as teorias sógnicas - como a semiótica - nos mostra. Independente do território ou lugar, do tempo ou o espaço, determinadas imagens mentais são símbolos identificáveis. Em tempos de internet, conexões em tempo real, a imagem carrega este potencial de compreensão e interpretação dinâmica.

Além disso, determinadas narrativas cristalizam como imagens mentais, ou ainda se entranham suas raízes em algo mais profundo como os planos “[...] onírico, o lúdico, a fantasia, o imaginativo, o afetivo, o não racional, o irracional, os sonhos, enfim, as construções mentais potencializadoras das chamadas práticas. De algum modo, o homem age por que sonha agir.” É um fenômeno, portanto, que está entre o subjetivo manifesto e a partilha de compreensão/interpretação. De fato, na contemporaneidade a imagem se sobrepõe ao texto escrito, como o digital se opõe ao analógico.

Em um processo de tentar compreender os fluxos que transitam através das mediações da comunicação, o entendimento que estes se dão como fenômenos se faz mister. Estas narrativas podem ser interpretadas através de um viés fenomenológico-hermenêutico. Segundo o dicionário de Filosofia (ABBAGNANO, 2007, 437-438), a Fenomenologia é a o exercício intelectual de reduzir os fenômenos à sua essência. Ainda, pode ser entendida como a “[...] Descrição daquilo que aparece ou ciência que tem como objetivo ou projeto dessa descrição.” Entendendo aqui a ideia de comunicação para além da noção de *ponte*, como uma dinâmica perpétua entre percepção e representação, banhada pelo fluxo de imaginários, a fenomenologia

² Este termo é aqui entendido tanto como um assunto, pauta como com a noção de *Tema*, noção da TRS de Serge Moscovici, vinculado à noção de *Themata*. Os *Temas* são circunstanciais, mutáveis, enquanto as *Thematas* são representações já cristalizadas em nossa sociedade. Em tempo: o debate aqui é de outra ordem, no entanto, cabe frisar que alguns estudiosos acreditam que as representações sociais, como fenômeno do senso comum, derivam do imaginário. Debates posteriores.

das percepções de Maurice Merleau-Ponty (1999, p. 02), que possui um viés antropológico, nos parece instrumental adequado. Para o autor:

[...] A fenomenologia é o estudo das essências, e todos os problemas, segundo ela, resumem-se em definir essências: ã a essência da percepção, a essência da consciência, por exemplo. Mas a fenomenologia é também uma filosofia que repõe as essências na existência, e não pensa que se possa compreender o homem e o mundo de outra maneira senão a partir de sua "facticidade". [...] É a tentativa de uma descrição direta de nossa experiência tal como ela é, e sem nenhuma deferência à sua gênese psicológica e às explicações causais que o cientista, o historiador ou o sociólogo dela possam fornecer.”

Merleau-Ponty (1999) dá continuidade aos estudos sobre a fenomenologia em Husserl, se apoiando nos fenômenos da percepção, através dos sentidos, ou sensações – o que a torna ainda mais apropriada para uma pesquisa etnográfica, ao campo da comunicação. As sensações que as cores nos causam, por exemplo. Como a cor azul, e todo o seu significado socialmente construído nos afeta? Como as memórias – boas ou ruins – ficam cravadas em nosso corpo, veículo pelo qual nosso intelecto se move para a ação no mundo. Os 5 sentidos do ser humano - olfato, paladar, tato, audição e visão - como instrumentos do sujeito para interagir com o mundo à sua volta, captando sensações, informações, imagens mentais. Um paralelo interessante, é a noção de extensão ou prótese, que nos serve como aprimoramentos de nossos sentidos.

A tecnologia em geral tende a servir a esta ideia, conforme um olhar mais aproximado ao pensamento de Marshall McLuhan (1911-1980)³. Na pesquisa em comunicação a fenomenologia nos serve para tentar alcançar a essência dos fenômenos, sentidos ou sensações relatadas pelos atores sociais inquiridos, em consonância com uma noção de imaginário que transita pelos fluxos comunicacionais. Esta costura híbrida é reflexo de um campo interdisciplinar, híbrido e mestiço por excelência – sem coincidências ou referências acidentais.

1.2 Entendendo e conceituando o campo da Alimentação

O campo de estudos sobre a alimentação é complexo e transdisciplinar. Entende-se aqui a ideia de campo pelo viés da praxiologia de Pierre Bourdieu (1989), ou seja, como um *locus* de disputas pelos mais diversos capitais simbólicos. Uma questão de poder. Em se tratando de uma das faces do campo científico, considera-se que a disputa é pelo monopólio da *autoridade*

³ Filósofo e linguista Canadense, teórico do campo da comunicação. Sua obra mais conhecida é *MCLUHAN, Marshall. Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.

científica. Ou seja, quem tem a legitimidade e a credibilidade socialmente outorgada sobre determinado assunto.

Seguindo esta lógica, no Campo da Alimentação existem disputas entre pontos de vista, entre consenso e dissenso, que geralmente se estruturam em dois eixos de pesquisa. O mais comum, vinculado à área de saúde e nutrição, com viés biológico entende a alimentação sob o prisma da subsistência – valor nutricional, metabólico, atribuindo qualidades como o que é o que não é saudável para o corpo humano. Um outro olhar, que aqui nos serve, se estrutura a partir de múltiplos olhares provenientes às Ciências Sociais, entendendo a alimentação como fator imanente à cultura e sociedade humana. Para Prado, *et al* (2011)

“[...] A biomedicina, em suas pesquisas, se apropria do “alimento”, compreendendo-o como elemento da ordem da natureza associado a uma concepção de corpo orgânico funcional e objeto de modificações nesse corpo. As Ciências Sociais têm a “comida” como elemento da ordem da cultura, associada a uma concepção de corpo social em que ela é expressão de uma forma de organização social.”

A rigor, como tema em proeminência na cultura contemporânea, a alimentação cada vez mais suscita questões sociais. Seja na imprensa, nas redes sociais, nos programas de entretenimento, a ciência social é cada vez mais acessada ou convocada pelas instituições sociais ou pelas outras áreas da ciência – da saúde e biológicas para explicar estas e vidência e suas consequências. No *Youtube*, temos uma vastidão de canais sobre receitas, comida, alimentação, degustação. No Facebook, Instagram e Twitter, vídeos, fotos e flashes que registram o nosso cotidiano ou produções de conteúdo voltados ao público mais popular. Os conteúdos comunicacionais tornam público aquilo que era do âmbito particular – sejam os saberes, estética, narrativas, modos de fazer. Programas na televisão como o *Master Chef* – e seus *spin-offs* - tem como atração principal a gastronomia e a cozinha regional. Reality shows dão destaque à ingredientes e às formas de comer de seus participantes. (POULAIN, 2004).

Ao mesmo tempo, na interface com as mídias, o cotidiano, as relações sociais objetivas, concretas seguem seu ritmo. Em tempos de crise econômica, consequência de escolhas equivocadas no que tange à gestão política econômica governamental e da Pandemia de COVID-19, o impacto à segurança alimentar sofrido pela camada mais pobre da população vira pauta para explicar a sociedade. Por exemplo, as filas gigantes em açougues para doação de ossinhos em Cuiabá-MT⁴, e pés de frango como opção proteica à preço acessível para

⁴ A matéria *Açougue tem fila para doação de ossos em Cuiabá para famílias carentes* foi escrita pela jornalista Katia Kruger, da TV Centro-América, para o portal G1-Mato Grosso, em 17/07/2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/mt/mato-grosso/noticia/2021/07/17/acougue-tem-fila-para-doacao-de-ossos-em-cuiaba-para-familias-carentes.ghtml>

alimentação nos mercados⁵ podem ser um ponto de partida para uma leitura das dinâmicas alimentares sob um olhar social e cultural. Se nos aproximarmos dos demais campos da ciência, como a biologia, nutrição, economia, podemos formular uma paisagem mais ampla, através da interdisciplinaridade.

Figura 3 - Recortes da vídeo-reportagem A fila dos ossinhos em Cuiabá-MT.



Fonte: <http://g1.globo.com>

Especificamente, a polaridade entre a nutrição e as ciências sociais, nos interessa à priori. São campos específicos, cada um com suas construções conceituais, que atendem demandas próprias. Em um momento ou outro interfaces podem ser criadas entre eles e até entre outros campos, para a compreensão de um cenário maior. Neste sentido faz-necessária a conceitualização de algumas noções, como categorias analíticas. Em geral, são termos que no senso comum são utilizados como sinônimos, mas para fins de aprofundamento científico, possuem consideráveis variações.

Se levarmos em consideração o fator interdisciplinar, estas definições e seus significados são basilares para a construção de saberes híbridos. Em tempo: alimentar/alimentação, nutrir/nutrição, comer/comida, culinária, comensalidade. O tripé alimentação, nutrição e comer é explicitado em Prado *et al.*, em artigo dedicado a diferenciar e

⁵ A matéria *Consumo de pé de galinha em alta e outros 5 dados que revelam retrato da fome no Brasil* foi produzida pela agência BBC News. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/10/05/consumo-de-pe-de-galinha-em-alta-e-outros-5-dados-que-revelam-retrato-da-fome-no-brasil.ghtml>.

conceituar estas noções. Assim, o comer e a comida são entendidos como da ordem dos significados – simbólico, cultural, social. Enquanto o alimento e alimentação são da ordem dos sentidos – percepção, relacionado à experiência corpórea frente ao mundo. Segundo o dicionário Houaiss (2001), o alimento é:

“[...] **1** Toda substância digerível que sirva para alimentar ou nutrir. Ex.: a carne é um bom alimento.; **2** Derivação: sentido figurado. Aquilo que mantém, que sustenta; **3** Derivação: por extensão de sentido. tudo o que pode concorrer para a subsistência de alguma coisa. Ex.: grande trecho da mata serviu de *alimento* àquele incêndio. **4** Derivação: sentido figurado. Tudo o que concorre para desenvolver as faculdades intelectuais e morais. Ex.: a boa leitura é o *alimento* do espírito.”

Como podemos perceber na definição dicionarizada acima, o alimento, a alimentação e seus derivados estão intimamente ligados ao corpóreo, ao biológico. Um significado funcional. O alimento seria como um combustível da máquina humana. Conforme Sahdi Lahlou (1998), pesquisador da área da TRS⁶ em seu livro *Penser manger. Alimentation et représentations sociales*, a alimentação e o alimento são compreendidos, através de uma investigação que instrumentaliza o software de análise lexical Alceste – utilizando corpus de fontes dicionarizadas e de sujeitos/grupos sociais - como próprio ao núcleo estruturante da representação social do comer.

Portanto, dentro do senso comum social, são do nível prático, voltados à ação. Nesse sentido, na linguagem, a noção da alimentação estaria subordinada ao comer. O *alimento* cumpriria a função de incorporação, agregando ao corpo valores nutricionais. Toda esta construção ajuda a entender o lugar da palavra alimentação e suas derivações para o campo das biológicas.

A obra, os comedores de batata, de Vincent Van-Gogh, de 1885, retrata o compromisso do autor com a classe trabalhadora dos Países Baixos. A batata, um alimento humilde, sendo devorado à mesa pelos comensais, convivas em um ritual semelhante a um banquete. Aqui, há um baile entre o comer e o se alimentar. A família operária que à época provavelmente trabalhava em minas de carvão é retratada pelo artista com a delicadeza das relações comensais, que sobrepuja a miséria, claro sem romantização da miséria. É apenas uma obra muito honesta sobre as pessoas e a importância do seu cotidiano.

⁶ Teoria das representações sociais, perspectiva teórica do campo da Psicologia Social que estuda o senso comum, fundada por Serge Moscovici.

Figura 4 Os comedores de batata, Vincent Van-Gogh



Fonte: <https://www.historiadasartes.com/sala-dos-professores/os-comedores-de-batatas-vincent-van-gogh/>

Voltando à análise das noções, a palavra *comer* se apresenta complexa no arcabouço léxico dicionarizado. Possui cerca de 24 verbetes. Prioritariamente, se apresenta como sinônimo de alimentação. “[...] 1 ingerir alimento(s) ou tomar por alimento; alimentar-se. Ex.: <adora comem carne> <as crianças comem bem>.” A multiplicidade de utilizações do termo na linguagem do português brasileiro é um indício de sua complexidade literal ou simbólica e da sua utilização dentro do ponto de vista cultural. Do ponto de vista das figuras de linguagem o termo comer se apresenta de muitas formas. Como experienciar – “comer do fruto proibido” -, como uma atribuição de qualidades humanas à natureza – “o pântano comeu/engoliu o cavalo” -; como metáforas de ações imanentes ao ser humano – “Ele comeu milhões de reais do contribuinte”, “ele devorou/comeu/saboreou atentamente as palavras do professor”, “o chicote vai comer hoje”, “Comer alguém” - possuir sexualmente -, ele se comeu de inveja, de ódio ou de ansiedade - desgaste emocional.

DaMatta (1986, p. 39) em seu livro *O que faz o Brasil, Brasil*, a certa altura, aborda sobre a diversidade dos termos comer e da comida em expressões de linguagem do português brasileiro:

“[...] Assim, comer do bom e do melhor denota mais do que alimentar-se, indicando um passadio de rico, uma vida boa, gostosa, nobre. Vida de político ou de milionário que vive em palácio e tem gasolina paga pelo erário público ou pela firma. A comida vale tanto para indicar uma operação universal – o ato de alimentar-se – quanto para

definir e marcar identidades pessoais e grupais, estilos regionais e nacionais de ser, fazer, estar e viver.

O autor, de forma divertida, discute sobre as várias utilizações dos termos, inclusive dando destaque ao irônico e ao sexual. A questão da mulher associada às qualidades culinárias - aquela que prepara o alimento, que cuida – e aquela que tem qualidades da comida – gostosa, saborosa. A associação da comida com o erótico - o Eros da pulsão de vida freudiano.

“[...] Não é, pois, por acaso que muitas figuras de nosso panteão mitológico são mulheres cozinheiras ou que sabiam usar as artes da culinária para conseguir uma posição social importante. Gabriela e Dona Flor são cozinheiras de rara capacidade e estilo; também Xica da Silva, na criação cinematográfica de Cacá Diegues, foi genial articuladora de temperos (que usava como arma e requinte) e sexualidade para transformar em dominado o dominante-branco comedor. Gabriela, cravo e canela. O nome é suficiente para inspirar essas formas de fazer e esses estilos de preparar que os poderosos ignoram e só os “fracos” podem conhecer. São segredos que permitem uma inversão do mundo, fazendo com que a cabeça seja trocada pelo estômago e pelo sexo (onde todos os homens se igualam e se deleitam...). (DAMATTA, 1986, p. 41).

Este debate entre o comer e as pulsões será travado posteriormente no trabalho, ao abordarmos as especificidades culturais sobre a culinária brasileira. Sahdi Lahlou (1998) ao abordar os significados sobre o comer, revela que hoje, o termo está associado a significados sobre performance, qualidade e saúde – revelando a sobreposição dos discursos da saúde sobre as representações sociais e o aspecto cultural. Comer bem – uma visão imperativa - em polarização com comer o que se gosta – que revela uma dimensão afetiva e emocional a partir dos termos desejo, prazer e inveja, próprios ao que conhecemos no senso comum como a gula, um dos sete pecados capitais. O comer como algo negativo, que deve ser gerenciado, para evitar excessos. Fica patente a circunscrição e diferenciação entre os termos alimentação e comer e sua utilização dentro dos campos.

A partir daí, podemos definir outras noções que aparentemente são sinônimos, mas possuem dimensões específicas que as diferenciam. A própria nutrição, como um campo científico, abarca prioritariamente a ideia de nutrientes. Aquilo que compõem o alimento e, portanto, serve para cultivar a saúde do corpo. Como campo científico, surgiu aproximadamente no século 15, no Canadá, sob a égide da economia doméstica e foi se consolidando paralelamente aos avanços da medicina e dos estudos do campo das biológicas. Em uma definição dicionarizada, nutrir significa “[...] prover (-se) de alimento, de substâncias nutritivas; alimentar(-se). (HOUAISS, 2011). Nutrir então, é tudo sobre as substâncias, uma hierarquia de qualidades e potenciais sob uma égide funcional que os alimentos possuem para movimentar a máquina humana, para o cultivo do corpo e sua saúde.

Lembre-mos que palavra comida é utilizada no cotidiano como sinônimo de Gastronomia, de culinária. Ex: a comida nordestina, mineira, goiana, cuiabana. Mas Gastronomia e culinária são termos utilizados como sinônimos, mas possuem diferenciações

nos significados. Segundo o dicionário *Houaiss da língua portuguesa* (2001), a gastronomia é “[...] **1** prática e conhecimentos relacionados com a arte culinária. **2** o prazer de apreciar pratos finos.” Se aprofundando nas definições, ela diz respeito a um tipo de saber organizado e hierarquizado, portanto, ciência ou arte que diz respeito a formas de preparo, técnicas e apresentação dos alimentos.

Se é arte, agrega as dimensões da percepção e de representação – comunicação – e, portanto, pressupõe quem prepara/faz e quem consome – um público. A gastronomia então, orbitaria o eixo do gosto, entre ética – valores - e estética – o que é belo, admirável, saboroso. (BRAUNE, 2007). Ela possui esta dimensão que transita entre o artístico e o científico. Importa tanto o “como fazer” – o sistema e organização das receitas seguem o método científico, sendo a hierarquização e organização fundamentais em sua estruturação – quanto a semiótica, o mundo as aparências e semblâncias, bem como os efeitos sensíveis sobre o comensal.

A culinária pode ser entendida como sinônimo de gastronomia – arte e técnica de cozinhar. No entanto, ela possui uma dimensão mais específica, identitária. Se trata de um coletivo de pratos, especialidades de uma localidade, região ou país. Ou seja, a culinária é a gastronomia localizada e territorializada. Podemos compreender a gastronomia como um campo maior e a culinária como seus desdobramento e especificidades identitárias. Quando falamos de uma comida mineira ou cozinha italiana, estamos nos referindo à uma culinária específica, conjunto de regras, ritos, formas de ver e consumir próprios a uma identidade cultural. Nesse sentido ela está inscrita nas histórias e na cultura de um povo.

Interessante que a cozinha, aqui também utilizada como sinônimo de culinária ou gastronomia é um espaço, que colonizado por afetos, se transforma em lugares permeados de memórias. Também é território pois é politizado, circunscrito por relações de poder – quem pode cozinhar, quem cozinha melhor, quem exerce o poder dentro deste lócus, quem estabelece horários, o que comer, como comer. Dentro de uma residência, comumente a cozinha é *locus* de integração – ainda que a sala de jantar seja sua extensão. Em um restaurante, oficina onde o trabalho se dá ou a arte se faz. Podemos inferir que, assim como a culinária, cozinha é uma noção que trata do conjunto de saberes e técnicas sobre a alimentação e o comer, localizados e territorializados. No entanto, cozinha traz uma ideia de proximidade e segmentação maior do que a culinária. Traz toda essa noção para ordem do privado – a “minha” cozinha, da “minha” casa, do meu “restaurante”.

A guisa das percepções do comensal, cabe aqui uma distinção entre outras noções que se assemelham e são utilizadas como sinônimos: Gosto, sabor e paladar. O gosto é uma categoria analítica de muita importância dentro do campo da filosofia, orbitando entre o

objetivo e o sensível, ética e estética. A rigor, é a capacidade de discernir o que é belo. O gosto passa pela ideia de apreciação, fruto de uma construção subjetiva individual, uma matriz de interpretação do mundo construída pela experiência, portanto, é também coletiva, cultural. Assim, é abstrata, conceitual. A conceituação de gosto como um sentido, pode ser utilizada no senso comum tanto como sinônimo de *sabor* – “sinto o gosto do mel” -, como para o de *paladar* – “O Jiló é uma comida que não agrada o meu gosto”.

Segundo o Dicionário de Filosofia (ABBAGNANO, 2007, p. 486), o gosto é o “[...] Critério ou cânon para julgar os objetos do sentimento.” Ou ainda, conforme concepção kantiana “[...] a faculdade de julgar aquilo que torna universalmente comunicável o sentimento suscitado por dada representação, sem a mediação do conceito.” Então, ao campo da alimentação, o gosto pode ser definido como uma capacidade de julgamento, a partir de uma matriz de avaliação pessoal aquela comida ou refeição à qual, através dos meus sentimentos, atribuo qualidades. Se a comida é bela, gostosa e me traz algum efeito afetivo.” Aqui o gosto pode ser mais associado à gastronomia e seu aspecto de arte.

O sabor é aquela atribuição de sentidos físicos, da experiência. Mas imanente ao alimento. É através do nosso paladar que identificamos o sabor de algo. Para o dicionário Houaiss (2001) o sabor é a “[...] sensação que certos corpos ou substâncias exercem sobre os órgãos do paladar.” É ingerindo os alimentos e saboreando-os, através das papilas gustativas é que sabemos se determinado alimento é doce, salgado, azedo. É aí que sabemos se algo é para comer ou não. Se nos é aprazível. A qualificar algo por via dos sentidos. Daí a piada pronta de que alguns tipos de cogumelos só se come uma vez. Grosso modo, o paladar, um dos cinco sentidos nos serve para se aperceber se algo é comestível, se nos fará bem.

A bem da verdade, o olfato, a visão, a audição e o tato são as extensões da nossa existência que permitem uma interação com o mundo a nossa volta. E, dessa forma, primariamente, ajudam a formar o nosso gosto. Quando alguém nos fala que determinado sujeito tem um paladar apurado, isso quer dizer que ele já experienciou tanto o mundo dos sabores, que consegue identificar as mínimas diferenças qualitativas em uma determinada comida – tanto é que os cinco sentidos apurados são características desejáveis a um bom cozinheiro, um *sommelier* de bons vinhos e por aí vai. Um paladar apurado também pode ser um sinônimo para alguém de bom gosto, alguém cuja matriz de percepções e emoções consegue realizar bons julgamentos quanto ao que é bom ou ruim. Daí que, através do paladar sabemos o sabor de alguma coisa. O gosto entraria em nossa capacidade de atribuir qualidades à determinados sabores. Algumas pessoas gostam de comidas picantes, outras não. Algumas gostam de alimentos com sabor azedo ou amargo.

O Gourmet, que tanto associamos no senso comum à alta qualidade e ao nível de atribuição de excelência de determinadas comidas e ingredientes, conforme o dicionário Houaiss (2001) é um termo que etimologicamente significa “[...] 'aquele que sabe degustar e apreciar vinhos' (mas já em conhecido em 1330 como 'comerciante de vinhos'), do francês *grommes* 'criado', este, um empréstimo do inglês *grom* - 'rapaz jovem; depois, homem de posição inferior, criado.” Ainda “[...] indivíduo que é bom apreciador e entendedor de boas mesas, de bons vinhos e se regala com finos acepipes e bebidas.” Ou seja, podemos entender a comida *Gourmet* ou *Gourmetizada* – reelaborada conforme saberes específicos ou modismos próprios à altura dos tempos – seria aquela cujas boas qualidades são atribuídas por um comensal com gosto apurado, pelo acúmulo de experiências, saberes e sensibilidades gastronômicas.

Estas definições partem de uma tentativa de se criar um mapa que oriente cruzamentos epistêmicos de ordem interdisciplinar ou transdisciplinar à posteriori. É um processo didático, na medida em que se compreende que uma pesquisa científica se trata de uma construção coletiva, possui função educativa e uma lógica de legado. É importante observar que a lógica imanente ao campo científico de se produzir apenas para nossos pares, na disputa pelo capital simbólico acaba por tornar muitas reflexões estereis e restritas. Daí a questão fundamental da interdisciplinaridade. O diálogo entre lugares científicos diversos, com fins de uma leitura mais completa da realidade. Quando é dito que o campo da alimentação é interdisciplinar, isso significaria que ele está aberto para dialogar com outros saberes canônicos a fim de construir um pensamento complexo sobre determinado objeto.

Dessa forma, é importante pontuar que olhares múltiplos propiciam uma definição mais ampla sobre determinada paisagem. No caso, entende-se aqui que as características do campo da alimentação não pertencem a um ou outro espaço e ao se formar como um espaço onde várias áreas – saúde, ciências sociais, biologia, etnografia, geografia, história e comunicação – trazem contribuições e com isso, coletivamente constroem um determinado saber, pode ser considerado transdisciplinar.

Não há regulada a figura do *alimentólogo* – um cientista detentor tanto dos saberes em seu aspecto biológico, quanto do cultural. Há a gastronomia como campo e o gastrônomo como o seu cientista e agente. Mas a rigor, a alimentação não é uma ciência. É um processo, passível de ser analisado pelos diversos saberes. São sociólogos, filósofos, nutricionistas, cientistas da saúde que orbitam seus saberes. Interessante também considerar que o campo de pesquisa em Comunicação Social também se constitui em seu início, nos anos 30, com a Escola de Chicago, como um campo transdisciplinar, híbrido. Seus objetos são analisados por psicólogos,

sociólogos, filósofos. Neste campo há a figura do comunicólogo, mas a rigor, este se ancora em aportes teóricos das outras áreas para construir seus saberes. Assim, em síntese, são as coordenadas básicas do campo da alimentação:

Quadro 2 - Noções/conceitualização de termos do campo da alimentação

Noção	Características
Nutrir/Nutrição	#Campo de estudos sobre a alimentação, próprio às biológicas e saúde; #Foco nos Nutrientes que vão ser combustível para cultivo e manutenção da máquina humana.
Comer/ Comida	#Mais associado ao cultural; #Elemento da ordem da cultura, associada a uma concepção de corpo social em que ela é expressão de uma forma de organização social; #A comida ocupa um lugar de expressão da estrutura social de um grupo, de sua organização; #Artefato cultural
Alimentação/ Alimento	#Mais associado às ciências naturais; # Elemento da ordem da natureza associado a uma concepção de corpo orgânico funcional e objeto de modificações nesse corpo. #Valor do “alimento” está, hegemonicamente, relacionado à sua composição química, qualidade sanitária, inocuidade, tecnologias de produção e distribuição e possibilidades terapêuticas.
Gastronomia	#Coletivo organizado de técnicas e saberes sobre a alimentação e o comer; #Arte ou ciência.
Culinária	#Coletivo organizado de técnicas e saberes, localizado e territorializado; #Da ordem da tradição, dos manuais e livros de receitas
Cozinha	#Utilizado como sinônimo de culinária (Coletivo organizado de técnicas e saberes, localizado e territorializado). #Da ordem do privado. Espaço físico. Território. Relações de poder.
Gosto	#noção que diz respeito à nossa relação com o mundo, à partir de uma matriz de percepções. #distinção do que é bom, o que é ruim. O que é belo e o que é feio. O que nos atrai e o que nos causa repulsa.
Sabor	#Característica dos alimentos, identificável pelo sentido do paladar, via órgãos gustativos. #Nos ajuda a saber se algo é doce, azedo, amargo, picante, salgado.
Paladar	#O sentido do paladar é o que nos ajuda, como extensão humana a discernir o sabor dos alimentos. #paladar apurado é sinônimo de bom gosto.
Gourmet	#No senso comum, sinônimo para comida de alta qualidade. #Aquele indivíduo com gosto apurado, especializado, que atribui qualidades à comida.

Fonte: O autor, 2022.

Assim, podemos considerar que o campo da alimentação – por ter objetos de estudo claros, ainda que segmentados e por estar em plena construção - é transdisciplinar por se constituir a partir do diálogo interdisciplinar das mais diversas áreas. Esta reflexão justifica o exercício de conceitualização realizado aqui. Como um campo em construção, híbrido em sua essência – irônico paralelo com a mestiçagem nacional – é importante pensar em legado. Pensar nos jovens pesquisadores, em quem irá ler e que função este produto acadêmico terá a posteriori.

A última coordenada básica que orientar os estudos neste campo é a ideia de comensalidade. Esta, veremos a seguir.

1.3 Alimentação e cultura

Uma das coisas que distinguem o ser humano dos outros animais é a sua alimentação. Não é tanto pelo fator nutricional, de sobrevivência frente à natureza. Mas pelo fator cultural derivado das ações e estratégias que circundam sua alimentação e que foram se desenvolvendo desde os primórdios. A superação do imperativo de que para existir era preciso subsistir.

Conforme Flandrin e Montanari (2018) o ser humano desde sempre foi onívoro – se alimentando tanto de carne como de plantas – apesar de que esta característica não pode ser colocada como um marco de início da história humana. A história surge a partir do momento em que o ser humano passa a registrar sua passagem pelo mundo, para posterior decodificação.

Ou seja, a partir do surgimento do simbólico e como este se articula em narrativas. Em algum momento destas amarras narradas, a comida, a busca por ela e o desenvolvimento social e tecnológico – aqui entendida como a técnica que condiciona e muito nos diz sobre o tempo em que foi utilizada – começaram a fazer parte do seu núcleo

1.3.1 Laços da comensalidade

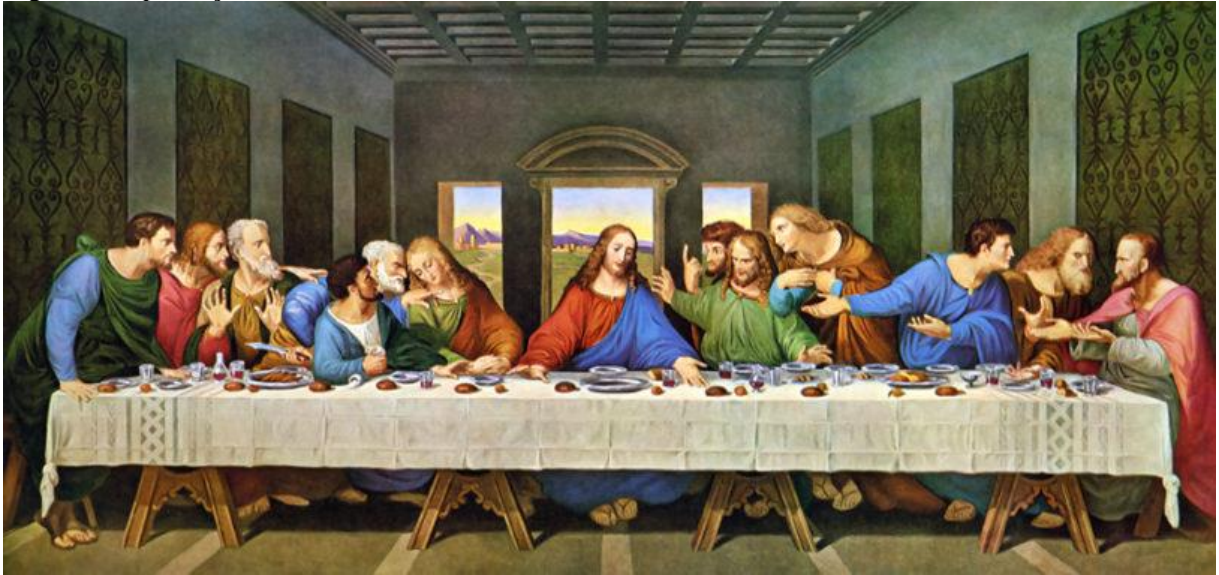
. Sabe-se que as primeiras sociedades humanas se estabeleceram por solidariedade, por sobrevivência. O primitivo homem caçador e coletor começa a se deparar com a escassez e se volta para uma noção de comunidade. O fogo, dominado pelo homem a cerca de 500 mil anos a.c. surge como tecnologia que favoreceu a passagem do cru ao cozido, e para alguns estudiosos

como Claude Lévi-Strauss (2004) é o vetor que moveu gradativamente o homem do status primitivo ao civilizado. Terá então a cozinha feito o homem ou o homem feito a cozinha? O fato é que em torno da comida – o alimento em si, sua produção e o seu valor como capital -, a sociedade humana se desenvolveu e com ela todo um espectro cultural. Conforme a sociedade humana foi se expandindo, a diversidade alimentar e todo a sua variação simbólica se complexifica, com variações geográficas – e, portanto, influenciadas pelo clima, terreno, etc – identitárias e políticas.

Simmel (1997) nos fala que a refeição compartilhada eleva um evento primitivo e fisiológico e de generalidade inevitável à esfera da interação social. É da ordem daquilo o que as pessoas tem em comum, comer e beber é a mais comum delas. É exclusividade humana, tece laços, cria senso de comunidade. É a junção de uma atividade egoísta, de subsistência – afinal, o que eu como, só eu posso comer – com a relação social – frequentemente partilhando a comida à mesa, em porções. Seja a partir de dogmas religiosos como as refeições sacrificiais, aos primeiros judeus que entendiam que o comer é uma relação fraterna através do acesso comum a Mesa de Deus, os gregos que associavam o consumo de determinados alimentos e bebidas envolvia a relação entre humanos e deuses (Todo um panteão dedicado aos alimentos, dos mais notáveis baco, o Deus do vinho e das festividades carnais, os cereais, associados à Ceres, deusa da lua, mitos de alimentos poderosos como as Maças de Espérides.) ou mitos cristãos como a maçã do jardim do Eden (o fruto do pecado original, que não deveria ser comido e cuja degustação causou a expulsão de Adão e Eva do Paraíso) ou tradições como as de partilhar e beber o vinho – o sangue de cristo – e o pão na forma de hóstia – a carne do salvador.

O quadro *Última Ceia*, obra do pintor renascentista Leonardo da Vinci (1452-1519), que retrata Jesus Cristo e seus apóstolos em torno de uma mesa, partilhando uma refeição é icônica ao retratar o sagrado, o ritual e seus signos entrelaçados ao social do comer. Já é uma obra que, assimilada e cristalizada culturalmente é referência e possui versões. Abaixo, uma reprodução de uma das versões da obra:

Figura 5 Reprodução de uma versão da obra Santa Ceia, de Leonardo da Vinci.



Fonte: <https://artout.com.br/ultima-ceia-leonardo-da-vinci/>

A obra apresenta uma organização hierárquica, com movimento, dinâmica e relações de poder. Toda uma complexidade de leitura, com níveis de interpretação, conforme arcabouço de quem a analisa. Uma ponte entre o religioso e o cotidiano para a noção de *comensalidade*. Podemos associar os movimentos deste quadro com o que Simmel (1997) chama de fator social da refeição. Para o autor, este processo condiciona o sujeito e, portanto, impõe uma teatralidade e uma regularidade temporal – a pontualidade do comer juntos, para que todos tenham acesso a mesma porção, afinal, a comida acaba. E isso é um trunfo sob a égide da construção cultural, frente à noção do comer apenas como subsistência. O relógio biológico somado ao relógio material: temos o momento ritual para cada refeição – café da manhã, almoço, lanche da tarde, jantar.

E cada refeição é regulada por um cardápio, uma hierarquia, ditada pelo valor e função nutricional, pelo gosto e pela dinâmica sociocultural. Dificilmente comeremos uma feijoada no café da manhã. Ao acordar, o Brasileiro geralmente ocupa a sua boca de café, leite – quando o sujeito não padece por resistência à lactose, como o pesquisador que aqui tece conceitos - e seus derivados, chás, biscoitos e pães. Já o norte-americanos, se embalam por comidas como ovos, bacon e o suco de laranja. Ou seja, cada território e lugar, dadas as suas especificidades é embalado por uma tipificação alimentar específica. No entanto, em qualquer lugar do mundo, estes hábitos alimentares condicionados pelo tempo e o espaço mantém as constantes: normas formais, estéticas, regras explícitas e implícitas e etiquetas. Ou seja, princípios éticos e estéticos. A invenção dos utensílios e aparelhos – garfo, faca, louça, pratos, etc – tem função estética na

diferenciação do modo de comer primitivo, onde todos partilhavam da mesma tigela e comiam com as mãos.

A etiqueta surge mais como uma forma de resguardar e regular o individual em meio a uma refeição coletiva do que para fins de saúde. Em torno de uma mesa, devemos falar baixo e se comportar de determinada forma a ser gentil com o próximo. Juntos estamos, mas a individualidade é resguardada. Como nos esportes, onde a guerra entre nações é travada simbolicamente, em torno da mesa temos um exercício de diplomacia. Se alguém senta conosco à mesa é porque há uma abertura para o diálogo, um canal aberto para comunicação.

Assim, consideremos que o comportamento social do homem não foi só modificado pela invenção das técnicas e aparelhamentos que permitiram o homem preparar os seus alimentos. A passagem do cru para o cozido também possibilitou o surgimento gradual, histórico da função social da refeição, a *comensalidade*. Ao longo da história as pessoas beberam e comeram juntas, comemorando grandes e pequenos feitos, ritualizando, celebrando a unidade, selando acordos comerciais, honrando a memória dos que já foram comunicando, e, portanto, mediando a cultura. Em consonância com Simmel, Fischler (2011, p. 532) afirma que

“[...] a comensalidade não está necessariamente associada a ocasiões cerimoniais; é, na verdade, uma dimensão essencial da refeição comum e poder-se-ia mesmo dizer que encontra a sua expressão mais ocorrência social diária particular. Acima de tudo, ele contraria o essencial, básico, biológico, o “egoísmo exclusivo de comer” e o transforma, no mínimo, em um coletivo, experiência social. (tradução nossa).

Entende-se aqui a noção de comensalidade como todo um ciclo que orbita o lugar social da alimentação. Uma refeição não é um momento. É um processo. Uma cadeia de eventos e ações que antecedem, ocorrem simultaneamente e/ou paralelamente e repercutem para além da refeição em si. Toda a lógica de produção, distribuição e consumo são interdependentes. Além disso, em uma sociedade capitalista, desigual, aquilo que é descartado e não é considerado alimento para alguns, para outros é um banquete. A fome também é uma dimensão silenciosa dessa dinâmica. O termo comensalidade é derivado da palavra em latim *Mensa*, que significa “conviver ou partilhar à mesa”.

O comensal, o agente da comensalidade é, portanto, aquele que convive com outros à mesa. Exceções à parte, não se partilha um lugar à mesa sem uma intenção consciente ou inconsciente de socialização. Nesse sentido, o “estar juntos à mesa” pode ser um reflexo reduzido da estrutura de uma sociedade. Para além do “comer” para nutrir-se e de toda a função biológica imanente, há um jogo simbólico que se alimenta e fomenta os significados socialmente partilhados. Para Fischler, (2011, p. 8):

As refeições regulam a vida social e o comportamento individual tanto a nível social como biológico. Nem todas as culturas comem em torno de uma mesa, longe disso;

mas todas as culturas têm regras e costumes que regulam o arranjo de comensais, distribuição e compartilhamento, bem como “maneiras à mesa”. (tradução nossa).

A comida é cultura quando preparada – intervenção humana - e quando é consumida – dada a uma lógica estrutural que a circunda e a noção de gosto. Dada a sua complexidade estrutural, permeada por códigos, Flandrin e Montanari (2018, p. 10-11), revisitando Lévi-Strauss, analisa metaforicamente a alimentação e seus processos como uma espécie de linguagem:

[...] Possui um léxico – os produtos – e uma sintaxe – a refeição – e constitui-se assim como uma gramática complexa, em que a ordem dos pratos segundo critérios de sequência, associação, e relação recíproca, identifica sujeitos principais, no caso ocidental as carnes e o pão, e os seus complementos. Os molhos, sem sentido autônomo, servem de elementos de ligação, como as preposições e as conjunções, enquanto os condimentos adjetivam de qualidades os sentidos dos pratos. A retórica é o modo de preparar, servir e consumir, podendo ir do ritualismo silencioso dos monges à voracidade espalhafatosa dos banquetes.

A linguagem alimentar representa identidades, gêneros, posições sociais, visões de mundo, signos religiosos. Há uma necessidade de exibir a comida. Há uma teatralidade que vai do processo de sua preparação – como nas coxias - ao consumo – o palco. Uma refeição, sobretudo os banquetes, é permeada por atores que ocupam papéis claros no palco. Seja em casa, ou em um restaurante, sozinho ou acompanhado, a hora de se alimentar é permeada por estes elementos. Como uma peça de teatro, um filme ou livro, a refeição tem atos. Possui uma modalidade de códigos. Ela conta uma história. Ela comunica e depende da interpretação, o que está no cerne da mediação.

A alimentação e sua face interativa, a comensalidade são, portanto, aspectos vinculados intimamente ao campo comunicacional e da cultura. Há uma dimensão coletiva óbvia quando falamos sobre o fator social da alimentação. Há ainda uma dimensão subjetiva, ainda que influenciada pela dimensão social. Porque comemos o que comemos? Do ponto de vista biológico, comemos aquilo que gostamos do sabor, do cheiro, da cor ou aquilo que o nosso corpo exige como um imperativo. Esta é uma visão biológica, nutricional, que não deixa de ser uma verdade. Mas uma verdade insuficiente.

Para Fischler (2011, p. 534), a comensalidade é inclusiva ou exclusiva, manifesta igualdade e institui hierarquias, ainda que transitórias. Produz vínculos e lealdades pois “[...] se comer um alimento torna alguém mais parecido com esse alimento, então aqueles que compartilham o mesmo alimento tornam-se mais parecidos um com o outro.” (tradução nossa). Ainda, ela está inserida no processo inicial de socialização do ser humano, quando a criança é retirada do seio materno e apresentada à sociedade, lá está uma mesa rodeada de pessoas representando a diversidade de facetas do mundo, como um *ágape*⁷ pós-moderno. A

⁷ *Ágape*, é uma palavra transliterada do grego - *αγάπη* - que significa em português moderno *amor*.

comensalidade fortalece laços de parentesco, pois em determinadas festividades, a mesa de refeições é o centro nervoso onde se agregam os parentes distantes, em geral na residência dos anciões.

Compartilhar comida significa criar intimidade: não é a toa que nos rituais próprios aos relacionamentos românticos, o “sair para jantar”, “tomar um sorvete”, “beber uma cerveja” são demarcações simbólicas, permeadas de códigos, modos de se comportar e com grande potencial para a criação de memórias agradáveis. Preparar uma refeição especialmente para alguém, é símbolo de afeto. Presentear com determinadas comidas – sobretudo doces como chocolates – é também simbólico no plano da conquista amorosa.

A rigor, a comensalidade também representa a distinção e passagem do público para o privado – quem pode entrar em minha casa e ter acesso ao meu mundo particular, fazer parte da minha família, ser um confidente e fazer parte do círculo interno de amizades, quem eu partilho alimento uma refeição publicamente, como reflexo da dinâmica cotidiana pontual, como a de trabalho e estudo e quem eu definitivamente não deixaria sequer beber em um mesmo copo que eu. Aí é definido quem é meu companheiro – do latim *cum pannis*, que significa “o que come pão conosco”.

A predileção pelos alimentos possui uma face cultural, a partir de nossa matriz de apreciação que é o gosto. Comemos e bebemos aquilo que nossos pais nos ensinaram a comer, aquilo que a propaganda nos vendeu. Um processo cultural que varia de lugar para lugar. De cultura para cultura. Por exemplo, a carne de cavalo é consumida na França, na Bélgica e no Japão, o que não é muito comum para vários lugares do mundo. Na Índia a vaca é um animal sagrado. Seu consumo, portanto, é limitado ali. No entanto, aqui no Brasil a carne bovina é uma das bases da alimentação. (FISCHLER, 2011).

Na mesma lógica, principalmente na região nordeste do país consome-se a chamada Formiga Içá, nome popular dado a uma variedade de formigas saúva, (*Atta Sexdens*), em situação de reprodução, também denominada como Tanajura. Frita ou em farofa.⁸ Algo que não é muito comum em outras regiões do país e encarado do ponto de vista do gosto como algo primitivo. Então, podemos inferir que o gosto, como matriz de avaliação possui uma dimensão cultural, que varia de sociedade para sociedade. Existem coisas aceitáveis para determinados grupos e povos e outras que estão no limiar da aceitabilidade.

8 O trabalho intitulado “Composição e aplicação da formiga Içá na culinária brasileira” (SANTOS, HENRIQUE, 2018) aborda o viés nutricional da aplicação do inseto em questão, na culinária Brasileira. Disponível em: <<<https://lcv.fee.unicamp.br/images/BTSym18/Papers/083.pdf>>>.

A bem da verdade o gosto é condicionante, por se tratar de uma lógica de experiência. Se o paladar não provou determinado gosto, são os demais sentidos que nos orientam. Se não provamos, e não é belo, se o odor não nos agrada, logo estamos em alerta. Em verdade, o gosto dentro do campo da alimentação é uma junção dos fatores biológicos/nutricionais e da dimensão cultural – aqui acrescida de fatores econômicos. Esta dimensão cultural é de herança indígena, composta por outras sensibilidades e critérios. Câmara Cascudo (2014) nos lembra como o tempo e o espaço condicionam o comer:

“[...] Os preceitos da dieta indígena compreendiam larvas e formigas, assustando civilizados devotos de caracóis, cogumelos, queijos pútridos e carnes submetidas à prévia *jaisandage* nauseante. O mau cheiro para uns é um *certain jumet* para outros, dependendo das normas sibaríticas. Comiam as içás de ventre tenso, sabor de cravo e laranja, e para Gabriel Soares de Sousa os portugueses gabavam "de saboroso, dizendo que sabem a passas de Alicante". Em 1560 o venerável Anchieta exaltava as formigas torradas: - "Quão deleitável é esta comida e como é saudável, sabemo-lo nós, que a provamos". Frei Ivo d'Evreux, no Maranhão de 1612, viu as aldeias despovoarem-se para a caçada às saúvas olorosas e havia canções propícias para atraí-las (42, 206). (CASCUDO, 2014, p. 70).

Em tempo, Luiz da Câmara Cascudo (2014) em seu livro *Antologia da alimentação no Brasil* nos recorda sobre um hábito alimentar que hoje é visto como algo terrível, mas que já foi comum em nosso país. O autor, que começa o seu livro por um viés um tanto biológico para logo em seguida evoluir para um bate papo sistemático permeados de causos embebidos em pura cultura brasileira nos lembra que o consumo da carne de Gato Doméstico – *Felis Catus* - já foi muito popular em nosso país. Introduzida pelos Portugueses, uma iguaria para as camadas mais pobres, diz-se que no Rio de Janeiro, da pele que sobrava dos felinos degustados faziam-se excelentes tamborins. Lembremo-nos do popularmente conhecido “Churrasquinho de Gato”, aquele espetinho vendido em um estabelecimento simples, o qual não é possível saber o tipo e a procedência da carne.

1.3.2 Cozinha inzoneira: culinária e Brasil

“Brasil, meu Brasil brasileiro
Mulato inzoneiro
Vou cantar-te nos meus versos
Brasil, samba que dá
Bamboleio que faz gingar
O Brasil do meu amor
Terra de nosso senhor”

(Trecho da letra da música *Aquarela do Brasil*, Ary barroso, 1939).

A deixa dos ensinamentos de Câmara Cascudo nos leva à culinária brasileira. O trabalho do folclorista e etnógrafo sobre a comida e o alimento no Brasil fazem parte das referências mais clássicas que se pode encontrar nas ciências sociais. Ele segue pelo viés da tradição, entendendo esta como a *ciência do povo*, que possui a capacidade de comunicar a memória e a imaginação social, base para se compreender os fatos sociais próprios ao nosso país. Para ele, a tradição é matriz primária que regula o cotidiano na cultura nacional. Entender estes rastros é fundamental para compreender a própria noção de Brasil. Em seu livro, a História da alimentação no Brasil, mais do que a alimentação, ele fala do comer. Em contraposição à cultura do campo nutricional, ele já escrevia que para o povo, no limite, o que conta é paladar, aqui, sinônimo do gosto:

Essa *História*, nos seus limites de exposição, oferece à campanha nutricionista a visão do problema no tempo e a extensão de sua delicadeza porque irá agir sobre um agente milenar, condicionador, poderoso em sua "suficiência": o paladar. A batalha das vitaminas, a esperança do equilíbrio nas proteínas, terão de atender as reações sensíveis e naturais da simpatia popular pelo seu cardápio, desajustado e querido. Falar das expressões negativas da alimentação para criaturas afeitas aos seus pratos favoritos, pais, avós, bisavós, zonas, sequência histórica, é ameaçar um ateu com as penas do Inferno. O *psicodietista* sabe que o povo guarda sua alimentação tradicional porque está habituado; porque aprecia o sabor; porque é a mais barata e acessível. Pode não nutrir mas enche o estômago. E há gerações e gerações fiéis a esse ritmo. É indispensável ter em conta o fator supremo e decisivo do *paladar*. Para o povo não há argumento probante, técnico, convincente, contra o paladar ... (CASCUDO, 1967, p. 15).

Então, para o autor, a culinária brasileira é, portanto, do povo e para o povo, sendo marcada pelo paladar. Tem raízes profundas na cultura dos povos indígenas e nos alimentos e ritos que a circundam. É fato que antes dos portugueses aportarem por estas terras, já haviam culinárias – modos organizados de se tratar o alimento, formas de se alimentar e rituais comensais transmitidos via tradição. O cardápio indígena seria parte do tripé que sustenta a culinária brasileira tradicional – Indígenas, negros e europeus. Aos indígenas damos crédito ao uso culinário de ingredientes da refeição popular como a mandioca, o milho, a batata, do feijão. O uso da pimenta, dos óleos vegetais, palmitos e abóboras. Frutas como caju, abacaxi, goiaba, cajá, maracujá, mamão. Câmara Cascudo inclusive dá o título de primeira cozinheira nacional à figura da Cunhã, arquetípica jovem mulher indígena, substituída progressivamente pela mucama, escrava africana, que se tornou senhora do território cozinha. Micropoderes.

Da dieta africana legamos o arroz, o aproveitamento massivo do coco, o cuscuz (já conhecido pelo português, mas com raízes africanas do Egito ao Marrocos). A maior contribuição do povo negro africano à cozinha Brasileira, que se viu extraído de seu lugar, território, mundo e jogado em outro, forçado a trabalhar e a servir o homem branco nas colônias, além de sua força de trabalho, foi a sua criatividade frente às limitações. Se alimentando do que

sobrava da casa grande e criando uma variedade de receitas. Transformando alimentos em comida, significando. Para viver e sobreviver.

Reza o senso comum que a feijoada, tão celebrada como uma das comidas que marcam a identidade nacional, nasceu da infusão do feijão e das partes do porco que eram rejeitadas pela hegemonia da casa grande. Um prato feito em uma só panela, como uma sopa. Feito em quantidades, para muitas pessoas consumirem. Criado pelos escravizados. No entanto, há controvérsias sobre este mito, na medida que, segundo registros, para os portugueses, os miúdos de porco eram nobres e as sopas e caldos muito celebrados além-mar. Pelo mito fundador, é, portanto, um prato que nasceu de condicionantes sociais e econômicos. Á guisa de uma reflexão: a feijoada pode ser enquadrada como uma arte – em uma articulação estética e ética -, de ordem gastronômica? Se assim o for, devemos pensar na noção de cultura popular, do espontâneo e nas apropriações que a indústria cultural faz ao longo dos tempos.

De qualquer forma, estes tipos de ingredientes fortes – toucinho, tutano, farinhas os pirões - comidas caudalosas, que dão “sustança” não são próprios à dieta indígena e muito menos africana, homens dos trópicos que não necessitavam de tanta gordura. Foram fruto de uma hibridização/adaptação para a sobrevivência, frente à opressão colonizadora portuguesa. Segundo Câmara Cascudo (1967, p. 238)

“[...] O indígena não conheceu o toucinho, especificamente, como alimento ou adubo culinário antes do séc. XVI. Nem o africano o empregava na diuturnidade de sua alimentação. Foi um sabor impôsto pela predileção portuguesa. A comida do escravo era a mesma das classes mais humildes e pobres do Império. Apenas era mais regular, diária, segura em sua limitação e com possibilidades ocasionais de melhorias festivas. Muito mais carne-seca que carne fresca, verde, dos açougues. Farinha e milho. Peixe, quase totalmente salprêso. Alimentos mais cozidos que assados, ao inverso dos indígenas. Mais temperos vegetais pela sugestão da cozinha "branca", senhorial, portuguesa.”

Aos portugueses devemos ainda toda uma cultura doceira, e a uma vastidão de espécies vegetais trazidas ao Brasil e de cá levadas à outras colônias. Pelo visto, os lusitanos eram fãs das mudinhas. Em suas viagens entre as colônias introduziram espécies, fizeram intercâmbio, fluxos, trocas, escambos naturais e culturais. A mandioca, a banana, a cana de açúcar, o milho, o jiló e o quiabo ganharam o mundo. Ganhamos a manga, a jaca. Dividiram o caju. Grandes navegadores, propagaram pelo mundo as especiarias. Cá no Brasil um cadinho de experiências culinárias deu origem a novos formatos e sabores. O que era só de Portugal tornou-se brasileiro pelo uso cotidiano e geracional. O imperativo do tempo e do espaço.

Além disso, os portugueses trouxeram a cultura litoral dos pescados, o trigo e com eles os pães, bem como o azeite de oliva. Técnicas ditas civilizadas e organizadas, ou seja, todo um padrão culinário já tradicional. Sobre os portugueses e a colonização das terras tupiniquins:

“[...] quem diz do viajante é a bagagem que leva. Instalando-se para ficar definitivamente no Brasil, o português recriou o ambiente familiar, cercado-se dos recursos de curral, quintal e horta, desejando quanto possível prolongar o tratamento em que se habituara, secularmente.” (CASCUDO, 1967, p. 275).

Os portugueses queriam, obviamente, um lugar identificável, que os dessem uma sensação de lar, de pertença. Uma extensão do seu próprio país. E isso incluía a comida e o comer e os modos comensais, como as festas, ritos religiosos e datas tradicionais como a quaresma, São João, Natal, folia de Reis. Introduziu nesta lógica o binarismo do sal e do açúcar.

Nestes fluxos, receitas tradicionais foram se adaptando aos ingredientes do novo mundo. A galinha, introduzida pelos Portugueses no ambiente tupiniquim, mais do que um ingrediente, virou elemento cultural no Brasil. Um terreiro cheio de galinhas, pintinhos, galos, frangos fazem parte importante na composição de um retrato rural nacional. Os ovos, fundamentais para os pães, bolos, doces e cremes. Fritos, cozidos, em forma de omeletes, como estrelas a guiar o estômago em uma refeição. Galinha ensopada, assada, recheada, como recheio de empadões, caldos revigorantes, sopas caudalosas.

Figura 6 - A minissérie “O Quinto dos Infernos”, produção da rede Globo de televisão que foi ao ar no ano de 2002.



Fonte: <https://globoplay.globo.com>

Fica a caricatura já cristalizada nos anais da história de um atrapalhado Rei Dom João VI, inflado de comida, com seu babador, boca cheia de gordura e uma cocha de Frango assado em suas mãos. Uma imagem consagrada nas artes e literatura. A novela/minissérie *O quinto dos Infernos* (2002), ⁹da Rede Globo utilizou esta imagem estereotipada para compor sua narrativa. André Matos compunha um Dom João VI insaciável e guiado pelo pecado da gula, e, portanto, moralmente questionável.

A ironia dessas representações midiáticas é a da ideia dos colonizadores, ditos senhores da civilização, que desembarcaram em uma terra indomável, onde a natureza é condicionadora. No entanto, são eles, como os deuses gregos, domados pelas paixões humanas e pecadores, aqueles que trouxeram as marcas dos excessos tão criticados pela moral católica na forma dos sete pecados capitais. A gula como um excesso, como um crime contra o templo que o corpo significa. Ao mesmo tempo que ser gordo significa fartura, riqueza e opulência, também representa aquele que se entregou aos prazeres carnis. E ah, as carnes. Para além das aves, carneiros, porcos, a utilização em larga escala dos bovinos também foi de responsabilidade dos Portugueses. No entanto, sua especialidade eram os assados. A mescla com o primitivismo da fogueira e da brasa tanto dos índios como dos negros nos legou, entre outras coisas, formas, técnicas e a cultura que hoje se harmonizam na forma do tradicional churrasco.

Então, como construção do radical da culinária brasileira temos uma soma de sabores. Cada qual contribuindo com receituários, ingredientes e modos de consumir:

1) **Indígenas:** de um povo múltiplo, ainda que com saberes e sabores compartilhados não se constituíam como unidade. Partilhavam lugares, percepções de mundo espacial, mas não se enquadravam sob um mesmo teto político, território. Um povo que na relação de colonização, estava subordinado aos conquistadores. Sua maior contribuição nesta sopa nada homogênea são os ingredientes;

2) **Negros:** retirados forçosamente da África, um outro povo, proveniente de outro continentes, das mais diversas nações, também fragmentados, com a contribuição de sua sabedoria ancestral, inovação e misturas, novas técnicas produzidas no interior de um processo marginal e;

3) **Portugueses:** os colonizadores, com sua cozinha hegemônica, trazendo uma carga de tradição e formas de fazer organizadas, sistemáticas, tendo como a sua maior contribuição a utilização do Sal e do Açúcar.

⁹ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/o-quinto-dos-infernos/t/SzVzkKRdnG/>

A matriz do fazer culinário, sob o viés metodológico gastronômico. Já diz o saber popular de que somos frutos de nossos pais. O Brasil seria então fruto direto desta combinação? Uma cozinha mestiça, mulata, híbrida e que se constrói é marca nacional. Além desse tripé, outros saberes culinários foram se agregando graças aos imigrantes que chegaram ao longo da história. Alemães, Italianos, Japoneses, Espanhóis – é importante não perder de vista a ideia das fronteiras territoriais e dos processos que ocorreram ao redor do Brasil, na América latina – e franceses – um legado das elites que foi se entranhando em alguns espaços nacionais.

Roberto DaMatta (1986) em sua lógica de trabalhar o Brasil a partir de dicotomias, nos lembra sobre a polarização entre comida e sexualidade no Brasil e como essa mistura pretensamente agrega o melhor de três mundos: a ingenuidade e o vínculo com a natureza dos índios, o intelecto do sujeito europeu e o vigor do negro da África. Este hibridismo fez surgir um povo de paixões, de prazeres.

No Brasil o comer é metáfora para o ato sexual e o comedor é aquele que devora o outro e o anula. É uma concepção machista em que a mulher é a senhora da cozinha, aquela que lida com o lar, mas também é ingrediente no imaginário masculino. Para o autor trata-se de uma dialética, de algo no plano simbólico, do amor como alimento, da carne como combustível, de sacrifício. O próprio tripé-matriz da identidade nacional é antropofágico – como as tribos de guerreiros que devoravam a carne de seus inimigos derrotados, para absorver as qualidades imanentes aos guerreiros. O paladar do Brasileiro reflete isso: entre o sólido e o líquido, preferimos um estado intermediário, como a feijoada, citada anteriormente.

Nesta mesma dinâmica encontramos o arroz com feijão. Hoje, a tradicional base da alimentação do Brasileiro pode ser entendida como um composto mestiço. Simbolicamente, a mistura do preto e do branco, que não é um prato seco e nem ensopado. Preparados em panelas diferentes, mas unidos pelos comensais em seus pratos. O arroz foi introduzido pelos navegantes portugueses e o feijão, já era velho conhecido das comunidades indígenas por estas terras. No entanto, registros apontam que só no século 18 que os dois se uniram como mistura no prato do Brasileiro. Portanto, o arroz com feijão é uma construção histórica, sedimentada pelas vivências cotidianas e cristalizada na cultura popular. Atualmente a importância do arroz com feijão está no fato de que o governo atribui aos ingredientes desta mistura o status de produtos de segurança alimentar.

De fato, é uma combinação de alimentos que satisfaz e nutre. Em tempos de crise, a combinação desta dupla salvou muitas gerações da camada mais pobre em nosso país. Pode faltar carne. Pode faltar pão e outros ingredientes. Mas nunca o arroz com feijão. Atualmente, se trata do prato que mais representa a identidade do brasileiro. Em momentos especiais,

sobretudo nos finais de semana pensamos em fazer um churrasco, comer uma feijoada ou uma macarronada. Mas a comida do dia-a-dia, do cotidiano é o arroz com feijão. A base do famoso “prato feito” nos restaurantes, dando “sustança” ao espetinho vendido nas ruas, compondo as marmitas do trabalhador, o prato mais acessível. Arroz, feijão, uma “mistura” – aqui uma proteína, carne ou ovo – e uma salada são a base de nossas refeições como almoço ou jantar.

Tamanha importância o coloca como *Hous concours* nos cardápios de todos os lugares e na culinária regional. Trata-se de uma ironia, por sua tamanha importância e pelo silêncio no campo gastronômico. Misturar o arroz com feijão – preto ou carioca - a outros ingredientes geram novos sabores, não requintados. Sabores restritos ao privativo do lar. Uma mistura de arroz com feijão, com bastante farinha de mandioca. Não é algo oferecido em restaurante. Se você quer este prato, ou faz em casa ou deve ter a predisposição para fazer a sua própria mistura, à vista de todos. Um “Mexidão”, com os restos dos dois ingredientes, acrescidos a uma mistura de omelete e farinha – e muitas vezes com todo o resto de coisas que encontramos na geladeira. É também conhecido como “Soburô”, ou o que sobrou. Quem não fez esta mistura à noite, em momento de preguiça e com a fome se aproximando? E os capitães, bolinhas feitas com esta mistura, feitos para motivar as crianças a se alimentar?

Em lugar algum do mundo há esta marca cultural em forma de comida. A forma como consumimos só existe aqui. O arroz com feijão é uma base alimentar flexível. Para o brasileiro, tudo vai bem com esta mistura. Já diz a cantiga popular: “[...] Arroz, feijão, salada e macarrão.” O Arroz com feijão é a expressão da verdadeira comida mestiça das camadas populares e pode ser entendido como o sedimento da culinária nacional. Reinando absolutos quando se trata das refeições principais como almoço ou jantar, juntos ou misturados, eles antecedem qualquer categorização ou tentativa de categorizar e hierarquizar os ingredientes e pratos como uma culinária nacional do Brasil. Se há um mulato inzoneiro que carrega nas costas a culinária nacional, este é o arroz com feijão.

Da ordem das bebidas e seguindo dicotomia similar – como podem se aperceber, estes binarismos marcam a cultura brasileira – temos o café com leite. Se o arroz com feijão impera nas refeições, o café e o leite possuem um fator similar na primeira alimentação do dia e no desjejum. Ao contrário do casamento culinário citado anteriormente, quase que monogâmico, o café e o leite são mais libertários: Atuam em parceria – como o clássico pingado ou média, dos botequins e rodoviárias do cotidiano, tão próximos do proletariado - , individualmente – as múltiplas variedades e as formas de se fazer e consumir o café, que no limite não superam a sociabilidade do cafezinho da tia da cantina; o leite na mamadeira para o bebê e demais infantes - ou combinados – leite com chocolate, leite com chá, etc.

Esta dupla reflete a dinâmica territorial, e, portanto, é politizada, capitalizada: lembremo-nos da república do café com leite, representada respectivamente pelos Estados de Minas Gerais e São Paulo (República Velha, 1889-1930). O café (*Coffea arabica*), supostamente se originou no continente africano, na região que hoje é a Etiópia. A planta foi levada pelos colonizadores Franceses para a Guiana Francesa. Em 1721, de lá foi trazida ao Brasil. O leite, como ingrediente e alimento foi introduzido por conta da chegada do gado europeu no Brasil no século 14, período colonial. O café, uma infusão vegetal e o leite, um produto derivado de um animal – mais comumente das diversas variedades da fêmea bovina (*Bos taurus*) ou ocasionalmente e dependendo do lugar, proveniente das cabras (*Capra aegagrus hircus*). Café, bebida estimulante, de adulto. Leite, bebida nutritiva, primeiro alimento, de criança – “Não aguenta? Beba leite!”. O café como potencial para ingrediente fica atrás do leite, por conta das suas mais diversas utilizações e potencial como proteína animal. Dependendo dos processos utilizados, obtemos iogurtes, coalhadas e queijos – estes últimos, serão caso específico em capítulo posterior deste estudo. De qualquer forma, o café com leite também pode ser associado à mestiçagem, à mistura, ao meio do caminho. Nutre e estimula. O melhor de dois mundos.

Após o interlúdio do arroz com feijão e do café com leite, retomamos a questão principal: há uma culinária legitimamente brasileira? Doria (2009) nos lembra que apesar dos processos históricos citados, a ideia de uma culinária identitária do Brasil é recente. Data dos anos 20, de uma perspectiva nacionalista que visava criar uma unidade nacional, do movimento modernista e basicamente seria a síntese dos modos de comer de índios, negros e brancos. Uma cozinha mulata, inzoneira. Segundo o autor, esta lógica leva a extinção de uma ideia de uma cozinha brasileira, restringindo às cozinhas regionais, cada uma com suas especificidades, sem conexões. Esta lógica ignora a complexidade da cultura nacional, seus hibridismos e sua mutação. É uma dinâmica hierárquica própria à dinâmica da Indústria Cultural e do turismo, que simplifica todo um sistema complexo em favor de uma ideia mercadológica – no caso a indústria do turismo. Por exemplo, o churrasco é vendido como um produto próprio do Estado do Rio Grande do Sul, no entanto é uma tradição generalizada em nosso país. Não há lugar onde o churrasco não seja feito.

Para Doria (2009) a culinária brasileira orientada à guisa da área do turismo e dividida pelo IBGE a partir das regiões sociopolíticas do Brasil não teria real representatividade. Ao invés da orientação por regiões, o mais representativo seriam as chamadas “manchas descontínuas” no mapa do território brasileiro. Grosso modo, este argumento atenta ao fato de que as especialidades culinárias no Brasil não estariam organizadas, separadas pela lógica das

fronteiras territoriais, políticas. A dinâmica cultural em nosso país se orienta por fronteiras simbólicas mais complexas, não tão rígidas ou sedimentadas por unidades sistemáticas homogêneas. A ordem dos fluxos migratórios, a dispersão da população e o caráter híbrido da cultura e das identidades influenciariam este fenômeno. Nesse sentido ela não seria cristalizada, imutável e sim em permanente estado de mudanças.

Pensando na conceitualização de que a culinária é um coletivo organizado de saberes e sabores entre o local e o territorial, o modelo de Manchas descontínuas é apropriado como uma matriz que possa orientar estudos sobre alimentação e o comer no Brasil, ainda que não seja usada como instrumento para engessar outras reflexões. Sempre lembrando que a utilização de ingredientes base como o arroz, o feijão, o leite, o óleo de soja e o trigo (este, importado) podem ser considerados hegemônicos - com maior ou menor frequência -, alicerces do cardápio básico do território brasileiro. Abaixo, uma representação cartográfica que tenta se aproximar desta ideia e logo em seguida um quadro, com as principais características de cada uma das 05 manchas propostas por Doria (2019), a partir da noção de uma culinária de ingredientes:

Figura 7 - Representação gráfica das manchas culinárias descontínuas no Brasil.



Fonte: Doria (2009, p. 62-63)

Quadro 3 – Manchas culinárias descontínuas no Brasil

Manchas	Características	
Culinária Amazônica	Uso amplo da mandioca e seus derivados (farinhas variadas e tucupi), além das frutas, peixes de rio e outros produtos da floresta.	
Culinária Da Costa	Que se estende do Ceará ao Espírito Santo, marcada pelo uso de peixes, frutos do mar e do leite de coco.	
Culinária Do Recôncavo Baiano	Tipificada pelo uso do óleo de dendê a partir da laicização da “cozinha de santos”.	
Culinária do Brasil Meridional	Difusão do cuscuz e outros pratos à base de milho, além da utilização farta das carnes, especialmente de pequenos animais, e preparações a partir de vísceras.	
	Manchas Específicas	Características
	O Pequi	Especialmente no Centro-Oeste, estendendo-se até as franjas da Amazônia.
	O Mate	Em toda a área de influência dos guaranis, compreendendo a região Sul, do Paraná ao Rio Grande do Sul e, no Centro-Oeste, o estado de Mato Grosso, alongando-se além da fronteira brasileira, por Paraguai, Uruguai e Argentina.
	O Pinhão	A área da floresta original de araucária, onde ocorre o pinhão, constitui um ecossistema destacado do Brasil meridional, com culinária de traços originais.
Culinária Caipira	Compreendendo especialmente os Estados de São Paulo e Minas Gerais e franjas do Centro-Oeste, calcada no milho, no porco e no frango, além dos vegetais e legumes de horta, com grande assimilação de técnicas portuguesas de preparo.	

Fonte: Doria (2009, p. 62-63)

Assim, em uma primeira inferência, podemos perceber que o território estudado por esta investigação possui marcas da culinária caipira e do Brasil Meridional. No entanto, a situação é mais complexa. Hoje, em tempos de globalização e redes sociais podemos afirmar que ainda possa existir uma culinária típica de determinado lugar? Pensando que hoje o poder econômico em nosso país é descentralizado e por exemplo, Cuiabá capital do Estado de Mato Grosso compete financeiramente e culturalmente com os grandes Estados da Região Sudeste podemos realmente falar de uma culinária cuiabana? E a circulação de pessoas, migração. O Mato Grosso de hoje não é o de ontem e amanhã não será o mesmo. A comida japonesa vendida a mais de vinte anos em um estabelecimento tradicional na grande Cuiabá não é comida cuiabana? A pizza vendida desde os anos 90 em Alto Araguaia-MT não seria tradicional? A Hamburgueria que abriu recentemente em Santa Rita do Araguaia-GO, atende via *delivery* e usa matérias primas locais não seria algo regional? E o dito palmito goiano amargo, a chamada Gueroba ou Guariroba, produzido e embalado em Goiás, mas consumido e usado em pratos em Minas

Gerais? Esta não é uma cisão definitiva ou um postulado autoritário. Mas uma provocação para se pensar. Comida é cultura. Comensalidade é mediação. É troca, renovação.

Assim, para Doria (2009) “[...] sem liberdade não existe culinária.” A construção burguesa de um cardápio hegemônico, com uma hierarquia que define o que é bom e o que é ruim, excluindo o que é popular ou ainda se apropriando dos saberes e vivências do povo como um produto vendável é uma perspectiva ideológica que mascara a culinária real, do cotidiano.

2 COMENSALIDADE E MEDIAÇÃO: A CONSTRUÇÃO DE UM MODELO

Afim de orientar tanto investigação etnográfica, quanto uma categorização para análise e escrita, tanto como base quanto instrumento de navegação, construídos este capítulo para reflexões. Um mapa ou uma bússola que possa orientar nos caminhos da pesquisa. Então, a ideia é, realizando costuras entre diversos autores, tentar nomear direções que possam favorecer o trabalho como um todo, criando um modelo que possa dar conta da comensalidade como um processo comunicacional e a comida como um agente ativo neste processo, tanto quanto os comensais que habitam o social.

Primeiramente dialogaremos acerca das identidades culturais, o ser brasileiro a partir dos seus símbolos e comidas. Depois, o consumo como fenômeno contemporâneo e o comer. Em seguida, a noção de espaço frente aos conceitos de lugar, território e fronteiras. Em seguida, o tempo e suas diversas manifestações. E finalmente, uma costura entre estas noções para a tentativa da criação do modelo em si.

2.1 Identidades culturais e hibridismo na contemporaneidade

“[...] O meu pai era paulista
Meu avô, pernambucano
O meu bisavô, mineiro
Meu tataravô, baiano
Meu maestro soberano
Foi Antônio Brasileiro”

(Trecho da letra da música “Paratodos”,
Chico Buarque, 1993).

Ao falar sobre a culinária do Brasil é importante denotar a noção de identidade. A rigor, quando pensamos em um alimento logo o associamos a uma ideia de pertencimento. Porque determinada comida, suas formas de preparo e as práticas entorno de seu preparo e da comensalidade que a envolvem nos fazem sentir parte de algo. O que é ser brasileiro? O que nos faz brasileiros? Ao nos fazer esta pergunta, ancoramos vários significados, muitos deles vinculados à alimentação.

A comida é um dos elementos que definem a nossa identidade. Não só a nacional, basilar. Como também a identidade sob a perspectiva individual. Quando nos perguntamos quem somos, em geral nos definimos por coisas externas. O que consumimos simbolicamente. Produtos. Conteúdos comunicacionais. E porque não alimentos? Este debate é interessante de

se travar em uma época em que a mídia nos diz quem somos, como somos e o que devemos consumir.

2.1.1 A noção de identidade

O que é identidade? Grosso modo, é uma categoria ontológica que exprime a noção de si mesmo em relação ao outro. O que temos de idêntico e o que temos de diferente. Somos únicos, mas nos aproximamos em relação às características que nos unem em essência. Então a questão da identidade é mais sobre aproximações, do que diferenças. É a partir daí que nos definimos perante o mundo que nos cerca. Dentro campo acadêmico existem diversas postulações acerca desta noção. Para delimitar nossos territórios de reflexão, será importante se concentrar no campo das Ciências Sociais. Dentro dele ocorreu progressivamente uma distinção entre a noção de identidade social/grupal e de identidade pessoal/individual. A primeira, coletiva, nos diz respeito sobre a ideia de pertença do indivíduo a toda uma variedade de grupos sociais – familiares étnicos, institucionais, organizacionais, culturais. Grosso modo se trata da essência dos estudos sobre a sociedade, os vínculos entre os atores, suas repercussões, sobreposições e como esta dinâmica nos move.

A identidade individual diz respeito ao campo subjetivo, do indivíduo e suas idiosincrasias. Trata-se de uma distinção pragmática, uma vez que as identidades sociais e individuais são inseparáveis em uma dinâmica de perpétua retroalimentação. Nos definimos em relação aos grupos sociais que pertencemos. Nos construímos como sujeitos a partir do nosso olhar para o outro e dos olhares dos outros para nós. É o jogo da identificação e da diferenciação. “Eu sou o que sou pois não sou o outro” e ao mesmo tempo “eu sou a soma das minhas vivências com os outros”. A rigor, o coletivo é quadro de referência para a construção da identidade individual. Trata-se de uma definição contemporânea própria à corrente culturalista. (DESCHAMPS, MOLINER, 2009).

Da mesma forma que a subjetividade não existe sem a objetividade, e a identidade individual é o outro lado da moeda da identidade coletiva, há muito do sujeito moderno dentro da noção pós-moderna. Goffman (1982), um interacionista, trabalha com a ideia da identidade em relação ao social. Para o autor o “eu” é fruto de um processo social, a partir de cada interação realizada. Não é algo advindo das profundezas do ator – o sujeito conforme o pesquisador – mas sim um efeito da superfície, do jogo e da interpretação que os outros fazem dele. Assim, a identidade seria algo construído no cotidiano, mas de forma prática, da relação objetiva entre

as pessoas. Há um jogo de representação. Formas de agir, de se comportar e papéis a interpretar. Personalidade, interação e estrutura social que podem interferir nesta dinâmica. Alguns atores podem ir longe demais em sua interpretação graças a estes fatores. Para o autor:

O indivíduo pode envolver profundamente o seu eu em sua identificação com um determinado papel, instituição ou grupo, e em seu conceito de si mesmo como alguém que não rompe a interação social ou desaponta as unidades sociais que dependem dessa interação. Quando acontece uma ruptura, portanto, verificamos que as concepções de si mesmo em torno das quais foi construída sua personalidade podem ficar desacreditadas.

Este postulado nos faz recordar e refletir sobre uma certa nação onde grande parte da população assumiu uma postura identitária aparentemente rígida, mas completamente teatralizada. Vestimentas. Símbolos. Repetição de mantras e frases feitas. Muitas pessoas com vivências admiráveis. Uma tragicomédia, que aos poucos vem se desmontando. É uma perspectiva de identidade coletiva, de adesão. Uma grande coreografia interacional, aparentemente sem profundidade reflexiva. Como em uma peça de teatro. Interessante como isso casa os rituais que orbitam a noção de comensalidade, comentado anteriormente. Mas só as interações não explicam este fenômeno.

Aqui tomamos uma construção contemporânea de identidade, a partir da lente da Escola de Birmingham, dos Estudos Culturais, conforme Stuart Hall (1997). Para o autor as velhas identidades, mais vinculadas à tradição, ao período da modernidade e à uma sociedade de produção, entraram em declínio com o surgimento da pós-modernidade, período histórico que emergiu logo após à segunda Guerra Mundial. Esta “crise de identidade” estaria abalando as estruturas da própria sociedade, na medida que dissolvem os quadros de referência modernos que dão estabilidade e norteiam os sujeitos.

Para o autor: “[...] esta perda de um “sentido de si” estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito.” (HALL, 1997, p. 8). Para orientar as discussões sobre esta questão, Hall se fundamenta em duas bases: 1) As mudanças históricas na noção de identidade e sujeito e, 2) E as das identidades culturais, aqueles aspectos de nossas identidades que surgem de nosso “pertencimento” a culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e, acima de tudo, nacionais. Para compreender a noção contemporânea é importante definir a construção deste conceito ao longo da história.

Segundo Hall (1997), para se entender as identidades é importante compreender a mudança nos sujeitos. Para o autor, simplificando, existem três concepções a partir de recortes históricos do indivíduo: o sujeito do Iluminismo, o sujeito Sociológico e o sujeito pós-moderno:

Quadro 4 – Concepções de sujeitos.

Concepção	Período	Características
Sujeito do Iluminismo	Século XVII a XVIII	Pessoa humana, centrada, unificada, sujeito da razão, da consciência e da ação. Imutável em sua essência. O sujeito nascia, crescia e morreria sem modificações em seu “eu”. Uma concepção essencialmente individualista e masculina. Indivisível, mas também singular. Contribuições do protestantismo; o humanismo renascentista e o iluminismo. O deslocamento de Deus do centro do universo. Sujeito cartesiano, pensante. A emergência de noções de individualidade, no sentido moderno, pode ser relacionada ao colapso da ordem social, econômica e religiosa medieval. Não mais como uma abelha em uma colmeia, mas como uma engrenagem em uma grande máquina.
Sujeito Sociológico	Século XVI até a primeira metade do século XX	É o sujeito da modernidade. Sua essência não é autônoma. Constrói-se na relação com seus pares, instituições e demais mediadores da cultura, símbolos e representações. (Pai, mãe, demais familiares, amigos, igreja, escola. Um sujeito interativo. Identidade formada na relação com o social. Nessa lógica. A identidade costura o sujeito à estrutura social, tornando-o estável e previsível. É uma noção própria à corrente do Interacionismo Simbólico do campo da Sociologia;
Sujeito Pós-Moderno	Segunda metade do século XX até então	Composto de várias identidades contraditórias e sobrepostas entre si. Sua construção se dá frente à diversidade de referenciais que circulam graças à nova dinâmica entre tempo e espaço proporcionada pelas mídias e pelas tecnologias contemporâneas. É um sujeito em constante mutação: sem identidades permanentes, fixas ou essenciais. Este sujeito vive em meio à lógica das “identidades no plural”.

Fonte: Hall (1997).

Cada um destes modelos de sujeição diz muito sobre as condições de sua época. O sujeito iluminista ocidental estava por se libertar das correntes dogmáticas da religião com raízes medievais. O sujeito da modernidade se apegava à tradição como forma de dar conta das mudanças que o modo de vida urbano e do viver em um grande coletivo proporcionava. O sujeito de nossos tempos é fruto da velocidade das comunicações. A bem da verdade a identidade pós moderna é complexa na medida em que agrega não só o progressismo, como também as tradições. É tudo ao mesmo tempo. Indo e voltando. Renegociando significados e imaginários. Não se trata de uma ruptura absoluta de tudo o que veio antes. É o novo construído a partir do que antes veio. É o ontem convivendo com o hoje. Pastiche. Para Hall (1997, p.12-13) na pós-modernidade:

“[...] A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente e uma fantasia. Ao invés disso, na medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma

multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar - ao menos temporariamente.”

O autor avança discutindo sobre o processo de globalização na modernidade tardia/pós-modernidade e como este fenômeno incendeu sobre a identidade cultural. Este processo modifica constantemente o modo de vida social. Antes, a sociedade era pensada como um todo unificado e bem delimitado. Mas ela está constantemente sendo descentrada, A relação entre estes processos velozes advindos da globalização, proporcionado pelas tecnologias é marcado pela “diferença”. É o deslocamento que destrói as velhas identidades. Mas também é esse movimento que faz surgir novas identidades. Essas, são muitas vezes contraditórias e se sobrepõem. Trata-se de um jogo, uma dinâmica.

O sujeito contemporâneo surge das mutações sociais às quais o homem moderno – cartesiano, pensante, individualista que se recusou a ser uma abelha em uma colmeia, mas que se tornou uma engrenagem em uma grande máquina – passou a partir da segunda metade do século 20, no pós-guerra, graças à cinco movimentos que possibilitaram a descentração desta noção de sujeito, criando balizas para a construção do sujeito contemporâneo, pós-moderno:

- **O pensamento Marxista:** também chamado de materialismo histórico dialético foi e propagado socialmente a partir da academia. Em tempos de questionamento dos valores sociais da modernidade, do iluminismo, do capitalismo ocidental, foi dada uma centralidade à noção de capital e suas repercussões sociais, como da exploração da mais-valia. Coloca o pressuposto de que as relações sociais seriam o motor fundamental da sociedade e não o indivíduo, instituindo o assim o chamado *homo-economicus*. Desse pensamento derivam-se diversas perspectivas, dentre elas a de autores da chamada “Escola de Frankfurt” e a crítica do sistema e da lógica da chamada, indústria cultural. É importante considerar que este descentramento é importante para a noção de identidade cultural na contemporaneidade ao falar, simplificando, que o sujeito é uma unidade que compõe um coletivo e que o grau de alienação e emancipação é o que permite autonomia para a definição do seu eu.

- **O inconsciente em Freud:**¹⁰ nesta perspectiva, o homem não seria responsável por suas ações objetivas e sim movido por seu inconsciente. Este, é formado ao longo de suas vivências e experiência, não sendo algo que nasce com o sujeito. É um processo em constante mutação. A criança no início tem sua identidade indissociável à de sua mãe. Ela é a responsável por apresentar o sujeito ao mundo, ao social - o *Grande Outro*. Somos formados a partir do

¹⁰ A obra de Sigmund Freud (1886-1939), pesquisador austríaco e chamado como o pai da psicanálise é vasta e específica. Obras introdutórias significativas são *O mal estar na civilização* (FREUD, S. **O mal-Estar na civilização**. Rio de Janeiro: Imago. 1996 e *Totem e Tabu* (FREUD, S. **Totem e tabu e outros trabalhos Civilização**. Rio de Janeiro: Imago.1996.).

olhar dos outros e estamos, subjetivamente em constante negociação. Não somos completos. Nossos aspectos constituintes – masculino e feminino - estão em constante dança, tensionando o pêndulo das pulsões – *Eros e Thanatos*. Assim, a identidade do sujeito se forma como um processo de articulação de fragmentos contraditórios, sempre insuficientes, com base em uma sensação de incompletude. A sexualidade passa a ser um determinante na nossa forma de ser e estar no mundo. O ser humano é, portanto, um ser desejante.

- **A linguagem em Saussure**¹¹: o campo da linguística contribui para a ideia de que os sujeitos são seres da linguagem e nenhum discurso pertence a nós. Estamos à margem do fluxo discursivo e embarcamos nos aderindo e reproduzindo àquilo que nos precedeu. Assim, a língua precede o nosso nascimento então podemos ser seus autores. Articular uma linguagem significa acionar uma série de significados já presentes nos sistemas culturais presentes em nossa sociedade. Assim, o sujeito tem sua forma de olhar, absorver e representar o mundo moldada a partir de uma matriz cultural simbólica pré-existente. A identidade se forma nesta dinâmica dos fluxos de significado, entre tensão e negociação.

- **O pensamento de Michel Foucault**¹²: para a perspectiva desse autor, o indivíduo se forma em uma matriz complexa e repressiva formada pelos processos próprios às instituições sociais. As relações de poder marcam as interações sociais e a construção do sujeito. Estas relações são desiguais, moduladas por um poder disciplinar que vigia e pune quem não se enquadra nos processos normais. Isolamento, individualização e vigilância marcam estes processos. A identidade do sujeito é marcada pelo controle social do seu corpo e à essa violência simbólica própria ao sistema.

- **Feminismo**: Os movimentos sociais próprios aos anos 70 foram significativos para a construção do sujeito contemporâneo, questionando a relação do que é público e o que é privado, da hierarquização social e exclusão por questões de raça, credo, gênero. Dentre estes, o movimento feminista se destacou abrindo arenas políticas como a da sexualidade, da divisão do trabalho; politizou a construção social da identidade – o que é ser mulher e o que é ser homem; portanto ajudou a se pensar a diferença quanto a lógica de gêneros. A identidade aqui então pode ser compreendida como uma construção social e política, condicionada a uma matriz de socialização tradicional opressora, perpetuada por uma sociedade patriarcal, machista e

¹¹ Ferdinand de Saussure (1857-1913) é o pai do estruturalismo e da linguística. Seu livro mais importante foi *Curso de linguística geral* (SAUSSURE, F. **Curso de Linguística Geral** .30ª ed. São Paulo: Cultrix. 2002).

¹² Paul-Michel Foucault (1926-1984) foi um importante filósofo para o pensamento contemporâneo. Suas obras mais importantes foram *Vigiar e Punir* (FOUCAULT, M. **vigiar e punir**. Petrópolis: vozes.1977) e *Microfísica do poder* (FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. 4 ed. Rio de Janeiro, Graal, 1984.)

racista. “[...] Não se nasce mulher, torna-se mulher”, expressão de Simone de Beauvoir ¹³ que inaugura seu livro *segundo sexo*, sintetiza esta questão.

Chega-se então ao modelo contemporâneo de identificação do sujeito. A identidade pode ser entendida nos dias de hoje como um complexo produto histórico e do seu tempo, fruto de contrastes entre subjetividade e objetividade – marcada pelo desejo –, das contradições entre o dito e o não dito, sujeito e objeto das instituições, construída socialmente e portadora de marcas visíveis e invisíveis. É política, social, econômica, simbólica. Somos complexos, compostos de elementos sobrepostos em constante movimento. Partimos de identidades basilares que se encontram no cotidiano da socialização nas mais diversas instituições, como família, escola, Nação. Mas nós nos construímos ao longo da vida em relação às nossas ações cotidianas, nosso consumo, vivências. É o jogo das identidades entre o pessoal e o social, o tradicional e o inovador, entre local e global, sempre cultural. Nesse sentido, o que é ser brasileiro?

2.1.2 Identidade e cultura nacional

Após relatar a breve história do sujeito moderno e sua passagem para as identidades culturais na pós-modernidade, Hall avança para as culturas nacionais como comunidades imaginadas. Para o autor, as identidades nacionais são a principal fonte que alimenta as chamadas identidades culturais:

No mundo moderno, as culturas nacionais em que nascemos se constituem em uma das principais fontes de identidade cultural. Ao nos definirmos, algumas vezes dizemos que somos ingleses ou galeses ou indianos ou jamaicanos. Obviamente, ao fazer isso estamos falando de forma metafórica. Essas identidades não estão literalmente impressas em nossos genes. Entretanto, nós efetivamente pensamos nelas como se fossem parte de nossa natureza essencial. (HALL, 1997, p. 32)

Para Hall (1997), as identidades nacionais não nascem conosco, mas são constituídas dentro das disputas no jogo social das representações. Uma nação não é apenas uma entidade política, ela é uma ideia, um conjunto de significados socialmente partilhados pelas pessoas que constituem uma comunidade simbólica. O jogo de identificação e pertencimento que antes eram imanentes à religião, tribo ou região passaram em tempos modernos, gradativamente para a nação como um teto político. Uma única língua, cultura mais ou menos homogênea e instituições culturais nacionais são parte desta construção.

¹³ Uma das obras mais importantes da pensadora e militante feminista Simone de Beauvoir é o *Segundo Sexo* (BEAUVOIR, Simone de. *O Segundo sexo*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2009). Nele estão manifestas o cerne de seu pensamento.

Uma cultura nacional é composta ainda por símbolos e representações. Uma cultura nacional é um discurso. Ao se produzir sentidos sobre a nação, com os quais podemos nos identificar, geram identidades. “[...] Esses sentidos estão contidos nas estórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas.” Nós só sabemos o que é ser brasileiro devido ao modo como a *brasilidade* veio a ser representada – como um conjunto de significados – pela cultura nacional. Este processo de construção da nação é composto por cinco estratégias de representação simbólica, utilizadas para gerar sentidos. Para Hall (1997) são elas:

1) **A narrativa da nação:** uma história ancestral, algo maior do que nós, que antecede a nós e também estará aqui depois que nós partimos. É partilhada na literatura, na mídia e na cultura popular. Representação dos triunfos e tragédias, como se a nação fosse uma personagem;

2) **Ênfase na origem:** a identidade nacional definida como primordial, imutável como um núcleo sólido, que dele tudo deriva;

3) **Invenção da tradição:** um conjunto de práticas, regras, rituais. Tradições que parecem que sempre existiram, mas que foram criadas com o propósito de inculcar determinados valores e comportamentos através da repetição;

4) **A criação de um mito fundacional:** “[...] uma estória que localiza a origem da nação, do povo e de seu caráter nacional num passado tão distante que eles se perdem nas brumas do tempo, não do tempo "real", mas de um tempo "mítico". (HALL, 1997, p. 53).

5) **A ideia de um povo:** A unidade nacional, uma identidade, costurada pelo viés de pertença política, com suas regras e contradições.

Estas cinco estratégias elencadas em Hall (1997), quase que naturalmente nos fazem um chamado para pensar o país em que vivemos. A narrativa hegemônica, uma fábula largamente explorada nos diz que nossa nação se inicia com a colonização europeia, após uma grande aventura de navegação. O homem branco senhor do saber trouxe a civilização e suas crenças para este novo mundo. Se conectou com o povo local, os indígenas e mais posteriormente com os negros, criando uma cultura mestiça. O Brasileiro seria um povo com o melhor de três mundos. Sua cultura formada por estas junções é caracterizada pela convivência entre os diferentes. Esta potência domou o colonizador português, que representado por Dom Pedro II, nos presenteou com a liberdade.

Da mesma forma, tempos depois a Princesa Isabel assinou a lei áurea, liberando os negros oriundos da África do regime de escravidão. A bem da verdade esta construção narrativa, é um belo exemplo de como glorificamos quem nos colonizou – para o bem da criação de uma

narrativa e esquecemos das contradições, da violência e da exploração imanentes a este processo. Heróis e símbolos – muitas vezes criados intencionalmente - amplamente explorados pelo nacionalismo em tempos de crise. Assim, para além dos ufanismos pontuais, devemos nos lembrar que a história real não é feita por heróis, mas por pessoas, do chão, do cotidiano, do comum. Para tentar exemplificar e materializar nosso país, tomamos mão do pensamento de alguns autores basilares sobre a ideia de Brasil como uma ideia, mas calcada na realidade.

Para Roberto DaMatta (1986) em seu livro “O que faz do Brasil, Brasil”, para entender o nosso país é importante encontrar o seu valor em seu povo. Para o autor, este país é maior do que sua imagem no mundo, sempre construída a partir de uma lógica subalterna. O Brasil do cotidiano, aquele que vivenciamos fora dos quadros de análise em macro escala. Para o autor, este Brasil com “B maiúsculo”:

“[...] é algo muito mais complexo. É país, cultura, local geográfico, fronteira e território reconhecidos internacionalmente, e também casa, pedaço de chão calçado com o calor de nossos corpos, lar, memória e consciência de um lugar com o qual se tem uma ligação especial, única, totalmente sagrada. É igualmente um tempo singular cujos eventos são exclusivamente seus, e também temporalidade que pode ser acelerada na festa do carnaval; que pode ser detida na morte e na memória e que pode ser trazida de volta na boa recordação da saudade. Tempo e temporalidade de ritmos localizados e, assim, insubstituíveis. Sociedade onde pessoas seguem certos valores e julgam as ações humanas dentro de um padrão somente seu. Não se trata mais de algo inerte, mas de uma entidade viva, cheia de autorreflexão e consciência: algo que se soma e se alarga para o futuro e para o passado, num movimento próprio que se chama História. Aqui, o Brasil é um ser parte conhecido e parte misterioso, como um grande e poderoso espírito. (DAMATTA, 1986, p. 12).

Para o autor, o cotidiano e identidades brasileiras são estruturados na dinâmica entre casa – privado - e rua - público. E isso se estrutura nos mais diversos níveis de organização social. A rua, fora de casa é o lugar perigoso, mas também do trabalho. Saímos de casa todos os dias para pegar no batente, lutar uma guerra. Chegamos em casa – nosso santuário reparador -, exaustos. A casa é sagrada, a rua é profana. A casa é lugar onde somos alguém, onde somos nomeados, cuidados, acolhidos. Já na rua somos invisíveis, vulneráveis aos outros. A comida caseira é boa, saudável, feita com amor.

A comida de rua é suspeita, indigesta, cara. Para os homens, em casa temos a esposa, santa, sagrada, associada com a virgem-maria, a mãe de nossos filhos. Na rua, as mulheres da vida, libertas, tentação que significa prazer e problemas. Em casa temos controle, mas também segurança. Na rua temos liberdade, mas controle algum. Da porta de casa para dentro, em nossa propriedade temos familiares, agregados, parentes e portanto, confiança, uma história e uma narrativa. Na rua ninguém é de ninguém. Mais para a frente, este binômio fará mais sentido quando a noção de lugar for explorada. Mas o fato é que ser brasileiro significa transitar por

entre estes dois mundos. E é no deslocamento entre estes dois planos simbólicos que se dá a brasilidade, a cultura manifesta.

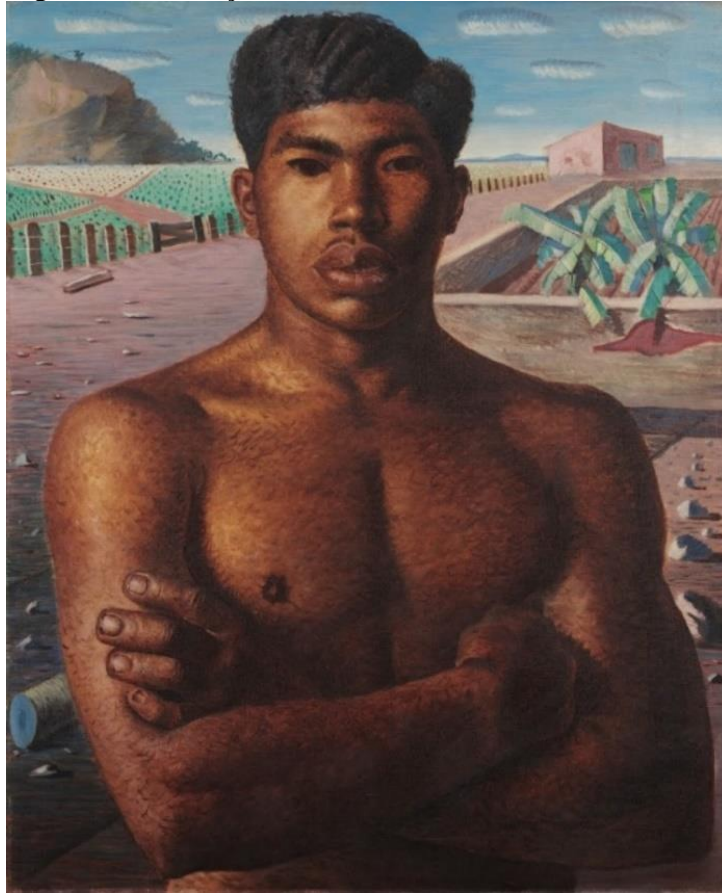
Retomando a ideia das cinco estratégias para se representar a identidade nacional, encontramos em Renato Ortiz (1994) mais sobre o mito da igualdade racial. A formação do pensamento nacional sobre a mestiçagem passa ao longo dos séculos de um ciclo evolucionista e racista – dependência da colônia, parasitismo - para uma perspectiva nacionalista e identitária no início do século 20, representada pela ideia da pessoa brasileira como o resultado da mestiçagem entre o branco, o negro e índio, utilizado como símbolo de uma identidade e unidade nacional. O autor discerne a ideia de fábula – de Roberto da Matta – para o conceito de mito, do qual os significados irradiam e se propagam. Para o autor:

Se o mito da mestiçagem é ambíguo é porque existem dificuldades concretas para a sua realização. A sociedade brasileira passou por períodos de transição, o que significa que as teorias raciológicas, quando aplicadas ao Brasil, permitem aos intelectuais interpretar a realidade, mas não a modificar. Em jargão antropológico, eu diria que o mito das três raças não consegue ainda se ritualizar, pois as condições materiais para a sua existência são puramente simbólicas. Ele é linguagem e não celebração. (ORTIZ, 1994, p. 38).

A ideia toma forma de maneira bem intencionada, intencional por parte do movimento Modernista dos anos 30. Mas acabou ser apropriada posteriormente pelas elites e pelo governo militar e desvirtuada: ao invés de ajudar a pensar e delimitar uma identidade nacional, ajudou a invisibilizar negros e indígenas, sobretudo os das camadas mais desfavorecidas. O pensamento do sincretismo pautou o Brasil como um universo sem contradições e permeado pela harmonia.

O quadro *Mestiço*, de Cândido Portinari, de 1934, desvela pelo sutil poder das artes a imagem de um mestiço com as mãos calejadas do trabalho, em um ambiente/território rural, se impondo de forma séria, como se encarasse o público e revelasse a sua verdade, sua condição social. Ele ocupa toda a paisagem. Como se sua presença sobreposse o território. Como se demarcasse que ali é seu lugar. Outra leitura é que ele estaria impedindo o acesso ou a passagem de outra pessoa, como um guardião imponente. O cenário ao fundo é um cenário já domado, colonizado. Não é uma paisagem natural. Foi trabalhada. As mãos calejadas do mestiço indiciam que a força de trabalho foi dele.

Figura 8 - O mestiço, obra de Cândido Portinari



Fonte: <https://artsandculture.google.com/>

É bom lembrar que a arte reflete o período histórico em que viveu o artista. Algumas obras são específicas e não passem no teste do tempo. Outras universais, se tornam referências. Ainda assim, as matrizes de gosto, apreciação e de socialização mudam com o tempo. Inicialmente o mestiço era considerado um pária, mas ao longo da história de nosso país, sobretudo no pós-segunda guerra, era necessária a cristalização de uma definição do que é ser brasileiro. O hoje amplamente conhecido pardo, genericamente nomeado pelo IBGE, era aquele marginal nas relações sociais que se tornou garoto propaganda do nacionalismo:

A ideologia da mestiçagem, que estava aprisionada nas ambiguidades das teorias racistas, ao ser reelaborada pode difundir-se socialmente e se tornar senso comum, ritualmente celebrado nas relações do cotidiano ou nos grandes eventos como o carnaval e o futebol. O que era mestiço toma-se nacional. (ORTIZ, 1994, p. 41).

A ideia de que somos todos mestiços, fruto de inúmeros amores étnicos induziu a ideia de democracia racial. Não bastasse o mito fundador, ainda contamos com outra fábula: a de que vivemos em um país onde todos os povos vivem em harmonia, em que o mestiço – o pardo, o mulato, o mameluco - seria aquele elo mediador, que transitaria tanto no mundo dos brancos, como no dos negros. Seria aquele com a capacidade de atravessar as fronteiras metafóricas. Essa ideia esconde as contradições e relações de poder das relações sociais em nosso país.

Grosso modo, o que ocorre é que o mestiço é aquele que não está plenamente em nenhum dos dois mundos – principalmente o dos brancos. Como símbolo, é poderoso. Mas acaba por camuflar as questões próprias do preconceito e racismo frente à identidade negra e da comunidade indígenas. De fato, acaba por criar um racismo silencioso: oficialmente não existe, mas no cotidiano, onde a vida real se dá, se manifesta inevitavelmente. Novamente as contradições entre a casa e a rua. Para o autor, o Brasil como um;

“[...] cadinho das raças exprime o contato entre os povos como uma aculturação harmônica dos universos simbólicos, sem que se leve em consideração as situações concretas que orientam os próprios contatos culturais. Na verdade, o conceito de aculturação, herdado da antropologia culturalista americana, favorece este tipo de interpretação. Quando se define o contato cultural como a conjunção de dois ou mais sistemas culturais autônomos, o que se está fazendo é dissociar a cultura da sociedade. Não se considera, assim, as "situações" histórico-sociais no interior das quais se realiza o contato. Na verdade, cultura do "homem branco" não entra simplesmente em contato com a do "homem negro", existe uma rede de relações sociais que os transcendem para apreendê-los no interior de uma economia escravista. O que o conceito de aculturação pressupõe é um mundo onde nele se manifestam as relações de poder. Esta ausência é compreendida pela ideologia tradicional como sendo um indicio de democracia (ORTIZ, 1994, p.98).

Então, consideremos que o Brasil é um país composto na mestiçagem, mas não de forma pacífica. A questão aqui não é negar ou invisibilizar o mestiço. É negar a romantização desse processo. Somos híbridos, em vários aspectos. Mas o caminho que nos levou a chegar até aqui foi permeado por violência e desigualdade. Além disso, não somos um povo homogêneo, que possa ser mensurado ou definido facilmente por critérios estatísticos ou pelos ditos do senso comum. Assim, o ser brasileiro possui múltiplos sentidos atribuídos pela cultura hegemônica, que ignora as contradições e fronteiras criadas pelas variáveis econômicas, sociais, raciais. A ideia de democracia racial é um modelo calcado na modernidade, que havia de colocar todas as noções em uma “caixa”, compartimentando conhecimentos, tentando controlar, rotular e categorizar a vida humana.

Até a noção de mestiçagem, nesta lógica, serve mais como algo funcional, ocultando as possibilidades mais significativas de culturas e identidades híbridas. O que se entende aqui como “possibilidades significativas”? Do ponto de vista acadêmico, pensar as identidades e a cultura em toda sua dimensão de contradição, incluindo os processos que levam às mais diversas desigualdades. E é a partir deste caminho que podemos compreender minimamente a realidade social.

2.1.3 Identidade hoje: global x local

Retomando a perspectiva das identidades culturais híbridas contemporâneas, agora entendendo as bases da identidade nacional – que é basilar sim, mas não como algo permanente, que engessa a dinâmica de surgimento das novas identidades culturais – damos relevância à plena dinâmica do processo de globalização. Para Hall (1997), esta é a força por trás dos deslocamentos das identidades culturais na contemporaneidade. Nada mais é do que nada mais são processos em escala global, que integram e atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado. Hall trabalha com um processo dos anos 70. Hoje podemos entender a globalização em um estágio avançado. Um mundo mediado pela internet, partilhando formas de ser e existir, de consumir e de se identificar que essencialmente acelera a dinâmica de hibridismo tanto nas identidades como nas culturas. Estes processos geram consequências. Em síntese, para o autor:

- As identidades nacionais estão se *desintegrando*, como resultado do crescimento da homogeneização cultural e do "pós-moderno global";
- As identidades nacionais e outras identidades "locais" ou particularistas estão sendo *reforçadas* pela resistência à globalização e
- As identidades nacionais estão em declínio, mas *novas* identidades — híbridas — estão tomando seu lugar. (HALL, 1997, p. 85).

Frente à essas consequências do processo de globalização testemunhamos o fenômeno da compressão espaço-tempo – com a aceleração dos processos globais de forma que se tem a impressão que as distâncias são mais curtas e de que eventos de determinado lugar tem impacto quase que imediato na vida de pessoas do outro lado do mundo. O maior exemplo que podemos dar sobre este processo foi a cobertura midiática da já histórica “queda das torres gêmeas do World Trade Center”, referente aos ataques terroristas aos Estados Unidos, ocorridos em 11 de Setembro de 2001. O que dizia respeito ao local, tornou-se mundial e instantâneo graças aos meios e processos de Comunicação.¹⁴

¹⁴ Jean Baudrillard, filósofo contemporâneo postula que a sociedade contemporânea é mero simulacro do que que já foi um dia. Uma representação de algo a muito perdido. Vivemos o Hiperreal. O real mais real que o real. Em entrevista para o jornal “A folha de São Paulo”, o professor complexifica toda a questão da Guerra no Afeganistão que se sucedeu aos atentados de 11 de Setembro e define ela como um não-acontecimento, uma construção imagética que cria narrativas favoráveis ao status quo do poder americano. Disponível em: << <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc2804200318.htm>>>

Se as representações se constroem na relação entre espaço e tempo, é fato mudanças no cerne das mesmas. Para Hall (1997, p. 88) [...] Os lugares permanecem fixos; é neles que temos "raízes". Entretanto, o espaço pode ser "cruzado" num piscar de olhos — por avião a jato, por fax ou por satélite.” E se as identidades são construções simbólicas, uma coisa leva a outra. As identidades nacionais permanecem fortes para os sujeitos, no quesito cidadania e legislação. Quanto à identificação e pertencimento as identidades globais tem tomado proeminência. Assim “[...] essas novas características temporais e espaciais, que resultam na compressão de distâncias e de escalas temporais, estão entre os aspectos mais importantes da globalização a ter efeito sobre as identidades culturais.” (HALL, 1997, p. 89).

Em certa medida, o que está sendo discutido é a tensão entre o "global" e o "local" na transformação das identidades. Tensão entre identidades nacionais e identidades mais universais. As identidades não estão sendo homogeneizadas pelo processo de globalização. Pelo contrário, a lógica capitalista da globalização explora conforme lógica de segmentação a fetichização do local.

Este "local" não deve, naturalmente, ser confundido com velhas identidades, firmemente enraizadas em localidades bem delimitadas. Em vez disso, ele atua no interior da lógica da globalização. Entretanto, parece improvável que a globalização vá simplesmente destruir as identidades nacionais. É mais provável que ela vá produzir, simultaneamente, novas identificações "globais" e *novas* identificações "locais".

Para Milton Santos (2006, p. 178), a interface entre local e global passa pela noção de redes. Em uma interpretação mais simplista, uma rede pode ser considerada como um sistema que atravessa tempo e espaço, transportando informações e produtos. Temos aí o exemplo das redes de comunicação, das redes de transporte de alimento dos grandes conglomerados industriais e, hoje, a rede mundial, a internet. Estas redes evoluíram pelo processo histórico, se complexificando. Com potencial de conectividade, elas são o principal veículo que alimenta o mundo globalizado. Para o autor:

[...] A chamada pós-modernidade, este período técnico-científico-informacional, marca um terceiro momento nessa evolução. Os suportes das redes encontram -se, agora, parcialmente no território, nas forças naturais dominadas pelo homem (o espectro eletro magnético) e parcialmente nas forças recentemente elaboradas pela inteligência e contidas nos objetos técnicos (por exemplo, o computado). Desse modo, quando o fenômeno de rede se torna absoluto, é abusivamente que ele conserva esse nome. Na realidade, nem há mais propriamente redes; seus suportes são pontos.” (SANTOS, 2006, P. 178).

Da mesma forma em que não existe homogeneidade no tempo, não existe nas redes. Elas são variáveis, mas dialéticas. Elas também não são uniformes, mas desiguais. Como uma garrafa que enche o copo de uma minoria primeiro, deixando o restante das pessoas com pequena fração. Através das redes, podemos reconhecer, grosso modo, em hierarquia, três tipos

ou níveis de solidariedade: o global, o territorial e o local. O global, conectado pelas redes. O território, estados soberanos, nações, cujas fronteiras físicas estão se esfacelando, pela proeminência do consumo, frente à política tradicional e o local, onde a rede se faz fundamental, aberto à diversidade, espelho do cotidiano e onde a solidariedade se faz mais presente. Nesta escala, as redes atuam em uma dialética entre o global e o local. O que acontece no global, imediatamente ecoa no local. As redes são técnicas, mas também sociais. São virtuais, mas também reais, uma vez que sua repercussão pode ser sentida no mundo objetivo.

O impacto mais forte das redes no local é o processo de hibridismo. Os elementos ora limitados pelo tempo e pelo espaço, agora circulam livres das amarras do território. De certa forma, agora todo o local reflete o global. E a construção das identidades culturais, antes limitadas à tradição e as amarras dos limites do território, encontram nas redes um infindável número de referentes. Não é só uma migração de informações, é intercâmbio. Junto às descontrações do pensamento social no século passado, a constituição e formalização das redes possibilitou a construção do sujeito contemporâneo. Se antes, apenas a migração teria consequências no processo de hibridização cultural, e a longo prazo, as redes proporcionam este processo com um impacto menor do tempo e do espaço. Não é sobre tradição. É sobre quais elementos eu quero utilizar para responder a questão do “quem sou eu”.

Neste processo entre o global e o local, as identidades nacionais entram em crise, pela simples questão de sobrevivência de ideias. Uma questão geracional. Daí inúmeros movimentos podem surgir. Tanto uma perspectiva de reforço identitário de determinado povo que foi colonizado e oprimido, como os aspectos nacionalistas de nações que sempre viveram a partir do processo de exploração, como elites. O nacionalismo apela para estas identidades nacionais como uma forma de espasmo antes da morte. Nesse sentido, as identidades culturais cultivadas no interior do local, mas irrigadas pelas redes globais – pelo consumo de informação, arte, cultura, tecnologia, artefatos culturais como a comida – refletem com mais propriedade o movimento das sociedades na contemporaneidade.

Para Stuart Hall (1997) a este hibridismo existe uma função de tradução – palavra que deriva do latim *traductionis*, que significa ação de levar em triunfo, ação de transferir de uma ordem a outra, ação do tempo. Grosso modo, traduzir é adaptar determinada palavra de um idioma a outro, sem perdas de significado ou sentido. Aqui ela significaria um processo de adaptação, reumatização de significados próprios a uma determinada cultura a outra. Como a pauta no momento é sobre as identidades nacionais, consideremos que o que ocorre, é uma espécie de mestiçagem simbólica, que, sob a base das identidades locais ou nacionais, se reelabora.

E tudo isso mediado pelo consumo. Sem perder de vista o tema maior do trabalho, consideremos que a comida ou um ingrediente é um tipo de referente cultural. Por exemplo, a erva-mate, já consolidada como algo próprio ao sul do Brasil e a países como a Argentina e o Uruguai. Quando pensamos nela, logo remetemos à figura do gaúcho, uma identidade local, cultural, muito calcada na tradição. O quadro *Chimarrão*, do artista plástico Raul Campani, mostra a infusão feita com a erva-mate frente a uma porta de novas possibilidades globais. A tradição frente à tradução.

Figura 9 - Chimarrão, de Raul Campani



Fonte: <https://www.campanicultural.com.br/2011/05/cultura-local-x-global.html>

Quando na década de 70, ocorreu um movimento migratório de pessoas da região sul do país, em direção ao Norte do país, em busca de desbravar as fronteiras e buscar novas formas de viver e fizeram sua residência em Estados como o Mato Grosso, Goiás e Rondônia, as pessoas que vieram possuíam um quadro referencial cultural tradicional muito forte. No entanto, literalmente não há como carregar seu lar em uma mala. Simbolicamente, sim. Então, suas formas de se alimentar, culinária, comportar, as músicas que ouviam, as formas de se trabalhar e ver o mundo, vieram com eles.

No entanto, ainda que exista um movimento de reforço das tradições, eles não residem mais em sua terra natal. E, portanto, eles devem se adaptar. O chimarrão, tradicional ao povo do sul país, bem como sua carga cultural teve que ser traduzida. Ou seja, o chimarrão que é

consumido hoje no mato grosso, ainda que seja considerado como um símbolo cultural de um povo, não é o mesmo chimarrão do Rio Grande do Sul. É um outro chimarrão. O gaúcho do Sul do país, também não é o gaúcho que hoje reside no Mato Grosso. É outro gaúcho. Tanto é que, ao senso comum, é chamado por *matucho*. É o gaúcho que passou pelo processo de mestiçagem simbólica, híbrido. O gaúcho traduzido. O chimarrão que se caracterizava como um chá quente com funções a esquentar as pessoas das intempéries do frio, teve que se tornar morno e de hábito não-regular, por conta das altas temperaturas da nova região. Ao mesmo tempo, aplicou seus saberes e técnicas ao espaço: fez o seu lugar.

Então, podemos considerar a tradição como uma espécie de face oposta da tradução. Frente aos processos mediados pelas redes, entre global e local, os referentes tradicionais das identidades culturais não se extinguem. Eles se adaptam, se traduzem. Se modificando, em perpétua negociação.

2.2 Consumo: entre os *ismos* e a cidadania

“[...] Por me ostentar assim, tão orgulhoso
de ser não eu, mas artigo industrial,
peço que meu nome retifique.
Já não me convém o título de homem.
Meu nome novo é coisa.
Eu sou a coisa, coisamente.”

(Última estrofe do poema “Eu, etiqueta”, de Carlos Drummond de Andrade, 1989.)

As discussões sobre consumo tomam proeminência nos dias de hoje. Seja a partir de uma perspectiva mais crítica – que aborda a ideia do consumismo, como uma irrefreável tendência irreflexiva – ou a da compreensão que as dinâmicas do consumo podem nos ajudar a compreender as vivências contemporâneas – sua presença é inegável. A partir destas perspectivas são vários os olhares acadêmicos para o consumo como um objeto, um constructo teórico ou uma unidade de análise. Dentro das diversas tradições de pesquisa, o consumo tende a ser entendido como um enquadramento *hedonista* – felicidade e realização pessoal, o olhar mais comum ao campo da publicidade, gestão ou administração – , explicado por um viés *moralista* – denunciatório, no qual o consumo é responsável pelas mazelas sociais, próprio das teorias críticas –, *naturalista* – ora atendendo demandas físicas, ora psicológicas que diz respeito ao campo da biologia, medicina ou nutrição – ou *antropológica* - o percurso do campo das ciências sociais, uma trilha cultural, onde o consumo é entendido como unidade de

construção de identidades, regulamenta grande parte das dinâmicas sociais e define fronteiras simbólicas e culturais.). (ROCHA, DOUGLAS, 2006)

2.2.1 Os vários olhares sobre a noção de consumo

Abordando primeiramente o olhar criticamente mais acentuado, encontramos na Escola de Frankfurt, na teoria crítica de Adorno (1971), a noção de Indústria Cultural. Esta perspectiva diz respeito a como o sistema capitalista se articula em relação à dinâmica entre sociedade e seus bens culturais. O consumo seria gerido a partir de uma relação vertical, entre produtos – alimentos, músicas, livros, cinema, conteúdo jornalístico, etc - e consumidor. Nessa relação o consumidor é transformado em objeto, se sujeitando ao imperativo do produto. O progresso da técnica, ao invés do libertar a humanidade, acabou por escravizar o homem, alienando-o.

A Indústria Cultural perverteria a cultura popular e a transformaria em uma série de produtos esvaziados de sentidos emancipatórios, que se serve à manutenção das lógicas de mercado e ao lucro. A ideia é massificar, anulando qualquer senso crítico que possa emergir no processo de consumo. A Indústria Cultural pretende alienar, e não conscientizar; acomodar, e não incitar. Para o autor:

“[...] Se as massas são injustamente difamadas do alto como tais, é também a própria indústria cultural que as transforma nas massas que ela também despreza, e impede de atingir a emancipação, para a qual os próprios homens estariam tão maduros quanto às forças produtivas da época o permitiriam.” (ADORNO, 1971, p. 295).

Assim, para esta perspectiva o consumo é modulado pela lógica de massificação, estandardização – produção em série de bens materiais ou simbólicos -, estereotipização e adesão acrítica ao processo por parte dos sujeitos. Um dos problemas desta perspectiva é que ela serve para uma compreensão da dinâmica social até um determinado ponto. O sujeito aqui é parte da massa, desprovidos de autonomia, consciência e capacidade de julgamento. E como se o processo de consumo fosse externo à sociedade, um inimigo com um “canto sedutor” que levaria à “morte do espírito” das pessoas. Pode ser um modelo interessante para compreender o sujeito da modernidade, mas insuficiente para dar conta da complexidade contemporânea. Não há como negar a desigualdade e intencionalidades próprias a esta dinâmica, mas a lógica de qualificar o que é bom e o que é ruim – cultura alta x cultura baixa – esvazia uma possibilidade de compreensão e factual do processo de consumo.

Herdando muito do que se discutia na primeira geração dos estudiosos da Escola de Frankfurt, Jean Baudrillard (2008) em seu livro *a sociedade de consumo* nos lembra que ao longo da história passamos de uma sociedade de produção – moderna – para uma sociedade de consumo. O consumo faz parte de nossas vidas e não consumimos somente bens materiais, como devoramos signos, mensagens e discursos. Organizamos a nossa vida cotidiana em torno do consumo de tal forma que esta forma de viver sobrepõem as outras. Não somos prisioneiros deste simulacro. Queremos viver nele, porque é bom. Não somos ir reflexíveis ou parte de uma massa ignóbil: vivemos nesta dinâmica por vontade própria. Ou assim pensamos.

Para o autor, a práxis do consumo é baseada na *curiosidade* e no *desconhecimento*. Em nosso dia-a-dia privado, nos tornamos viciados no mundo imagético e queremos desvendar os códigos próprios a ele. Vivemos a representação da representação. Consumimos, devoramos o hiper-real das mídias, sem nos dar conta que somos nós que alimentamos o sistema. Para o autor (2008, p. 58) “[...] A cotidianidade como enclausuramento, como *verborgenheit*¹⁵, seria insuportável sem o simulacro do mundo. Tem necessidade de alimentar-se das imagens e dos signos multiplicados na vertigem da realidade e da história.” Grosso modo, consumimos para dar conta do vazio do real, de uma prisão autoimposta. Optamos por viver dentro da caverna¹⁶, observando as sombras que se projetam por sua entrada. Ironicamente, vivemos na Matrix¹⁷.

A perspectiva de Baudrillard é interessante para se pensar o papel do processo de consumo na construção da realidade. Para se pensar a própria noção do que é real e até que ponto, como indivíduos contribuimos para a sua construção. Mas a noção pessimista, atrelada a uma ideia de uma sociedade em declínio engessa qualquer possibilidade de reversibilidade ou de políticas regeneradoras. Apocalíptico, tende à perspectiva de denúncia.

Em uma toada que mescla crítica e uma aceitação factual e quase melancólica sobre o tema, Bauman (2008), através de sua compreensão de modernidade líquida entende o hoje como um tempo onde tudo é fugaz e nada permanece estável. O individualismo e a impermanência estão no cerne de nossos tempos. Relacionamentos, identidades e até o consumo são líquidos. Para o autor, nesse espetáculo simbólico as pessoas se tornam produtos em vitrines e as relações se dão mais por conveniência e interesse do que pelas verdades instituídas historicamente.

Um grafiti feito em um prédio em Londres em 2011, feita pelo artista-ativista de rua Banksy, denominada *Shop Until You Drop* – Em português, *Compre até cair* - retrata esta

¹⁵ Palavra alemã que em português, isolamento, afastamento.

¹⁶ O mito da Caverna é uma alegoria utilizada pelo filósofo Platão no século IV a.C para tentar dar conta da condição humana frente às suas limitações que a afastam da verdade.

¹⁷ O filme *The Matrix* (Lana e Lily Wachowsky (1999) tem como cerne de sua estrutura metáforas visuais e narrativas que se baseiam nas ideias de Jean Baudrillard em seu livro *Simulacros e Simulações*.

perspectiva mais crítica da noção do consumo, à guisa dos ismos. A obra retrata uma mulher caindo em um abismo com um carrinho de compras típico de supermercado. Os produtos começam a voar pelos ares. Óbvio crítica ao consumo irreflexivo motivado pela lógica capitalista. Viva para comprar. Trabalhe até morrer.

Figura 10 - Reprodução fotográfica do grafitti *Shop Until You Drop*, de Banksy, Londres, 2011.



Fonte: <https://www.todamateria.com.br/banksy-obras/>

Todos querem aparecer, se vender como algo, ficar à disposição de olhares e mentes dos outros. O culto à imagem de um corpo ideal, de um determinado jeito de ser, se portar, pensar e a associação a determinado produto consumido. Participantes de programas televisivos como o Big Brother ou os influencers nas redes sociais da internet possuem uma maior credibilidade junto ao público do que os agentes políticos tradicionais. No entanto, produzem vínculos significativos, que no dia seguinte nada significam, uma vez que o que importa para o público é o momento, o agora. Eles mesmos são o público e a atração, produto e consumidores. Quando saem do palco, outros ocupam o seu espaço, tal é a disputa pela ribalta. Para o autor:

[...] na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura a sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável. A subjetividade do sujeito é maior parte daquilo que essa subjetividade possibilita ao sujeito atingir, concentra-se em um esforço sem fim para ela própria se tornar, e permanecer, uma mercadoria vendável. A característica mais proeminente da sociedade de consumidores - ainda que cuidadosamente disfarça e

encoberta - é a transformação dos consumidores em mercadorias em que, para citar aquela seja a mais.” (BAUMAN, 2008, p. 20-21)

Na sociedade de produção, a força de trabalho das pessoas era vendida e isso, variavelmente, atribuía um valor ao produto. Na sociedade de consumo, é a subjetividade que está em jogo: é o momento da venda dos sentidos e significados que compõem a identidade. Um outro exemplo claro nos dias de hoje são os aplicativos de relacionamento como o *Tinder*. Como em um menu, uma listagem de pessoas que podem ser escolhidas, descartadas, avaliadas. Hoje se escolhe uma pessoa. Amanhã outra. Trata-se de consumo, compra e venda simbólica. Uma celebração de liberdade, que esconde as marcas do individualismo contemporâneo, por conta dos vínculos líquidos. Refeições rápidas, como em um *fast-food*. Entendam como quiser.

As relações de trabalho manifestam estas marcas. À guisa da alimentação, aplicativos de entrega de comida, como o *I-Food* precarizam a situação funcional de quem a eles serve. Vínculos líquidos, rápidos e passageiros no tempo de devorar um belo Hamburguer. A estabilidade é uma ilusão em nossos tempos.

Os autores até aqui mencionados servem para pensar algumas dimensões do consumo que de uma forma ou outra apontam para as desigualdades social, cultural e econômica. A partir daqui tomamos aqui o caminho pelo viés dos Estudos Culturais, entendendo o consumo como um fenômeno importante para compreender a contemporaneidade e, a formação do sujeito pós-moderno.

Nessa toada, neste trabalho compreende-se a noção de consumo a partir de Canclini (1999, p. 77) quando este afirma que ele “[...] é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos.” Este entendimento de consumo envolve capitais dos mais diversos, para além do econômico e também preconiza que o consumo gera identidades, formas de ser e estar no mundo. Conforme o autor, nos dias de hoje, em um mundo globalizado, ser cidadão é consumir, é habitar, vivenciar e pertencer à cidade antes do que a uma nação. Então, o consumo é importante unidade para nortear reflexões sobre a importância do local, consumo e identidades híbridas na contemporaneidade. Esta proeminência do consumo em nossos tempos foi favorecida pelo processo de globalização. Conforme o autor a globalização é entendida como “[...] um processo de fracionamento articulado do mundo e de recomposição de suas partes. Não é um processo de homogeneização, mas de reordenamento das diferenças e desigualdades. Por isso o multiculturalismo é imanente aos fluxos globalizadores.” (CANCLINI, 1999, P.01).

Esse processo resultou na mudança de um modelo de cidadania clássico, europeu, calcado no exercício político democrático e estatal calcado na *polis* grega para uma lógica pós-moderna, orientada pelos modos de vida que surgiram com as mudanças sociais e a centralidade

mental e material representada pelos Estados Unidos, que se sedimenta no consumo - não puramente o consumo de bens vinculados ao capital econômico, como também no simbólico:

“Para muito homens e mulheres, sobretudo jovens, as perguntas próprias a cidadãos, sobre como obtermos informação e quem representa nossos interesses, são respondidas antes pelo consumo privado de bens e meios de comunicação do que pelas regras abstratas da democracia ou pela participação em organizações políticas desacreditadas.” (CANCLINI, 1999, p.14)

Grosso modo, na contemporaneidade o consumo serve para pensar e consumir é exercer cidadania, uma vez que as formas tradicionais de governança perderam o seu potencial de mudança social e de participação do sujeito no território político. A essência do ser cidadão, como pertencimento, identificação, direitos, informação e representação de interesses já não são cobertos pelo sistema estatal contemporâneo. Este sistema, por vias das regras abstratas da democracia e participação eletiva, passou a atender prioritariamente – ou mais escancaradamente - demandas de um pequeno grupo econômico e financeiro elitizado. Essas demandas do cidadão acabam por serem encontradas no mundo dos bens e serviços, dos meios de comunicação de massa, através dos processos de consumo – capital e simbólico.

Em tempos em que os debates políticos migraram dos comícios para as mídias, as polêmicas ideológicas habitam as imagens, inundando as redes sociais com memes e a burocratização reduz a participação popular na democracia é lógico que nos orientemos à partir de nossos bens – consumo objetivo - e dos significados que chegam até nós – consumo simbólico – e que usamos como achamos melhor, com determinado grau de autonomia. Assim, como um irreduzível imperativo, faz-se necessário considerar o consumo como promotor primário da cidadania contemporânea. Ele ampliou a noção de cidadania, incluindo direitos de habitação, educação e saúde. “[...] É neste sentido que proponho reconceitualizar o consumo, não como simples cenário de gastos inúteis e impulsos irracionais, mas como espaço que serve para pensar, onde se organiza grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica nas sociedades.” (CANCLINI, 1999, p.15).

A crise identitária – passagem das identidades clássicas (nações, classes e etnias) à novas estruturas globais que considerem nossos interesses, desejos - citada por Stuart Hall é entendida para Canclini como um mal-estar do final do século XX. Nesta lógica, o modelo de cidade idealizado pelos europeus ruiu. Surge daí uma nova reordenação na lógica global-local, redistribuindo o que seriam os centros de poder, migrações e desterritorializações e re-territorializações. A rigor, hoje, a nossa relação conosco, com os próximos e com o mundo tem como centralidade as relações de consumo. Um conteúdo comunicacional – filme, série, animação, jogo interativo – ou determinado produto – marcas de aparelhos, alimentos tem

muitas vezes maior proximidade e importância para nós do que as relações políticas e democráticas tradicionais.

Nos dias de hoje nos mobilizamos enquanto sociedade, com grande entusiasmo, em torno de shows musicais, eventos, o lançamento de um grande blockbuster, uma partida esportiva ou para assistir a *season finale* de uma série como *Game of Thrones*.¹⁸ Os temas políticos tradicionais, bem como eleições não nos agregam como antes. Por isso, candidatos tem recorrido à publicidade para se tornarem personagens, para serem vendidos como produtos de uma grande narrativa com a qual o público possa se identificar. Até ir a um supermercado fazer as compras se tornou um espetáculo, com marcas que buscam através de estratégias publicitárias e de design se relacionar com o consumidor de tal forma que quando tentar responder a pergunta “quem sou eu”, possa se definir em relação ao produto adquirido.

A antropologia do consumo de Mary Douglas e Baron Isherwood (2006) também trilham pelo caminho cultural, dando destaque ao lugar social dos bens e a uma dimensão ritual. Assim como Canclini, para os autores o consumo deve ser entendido como um processo social, para além de ser resultado ou objetivo do trabalho humano. Faz parte do mesmo sistema social que explica a lógica do trabalho humano, e faz parte da dinâmica social de se relacionar com outras pessoas através de elementos mediadores que sinalizam sua natureza tais como a comida, a bebida, hospitalidade, presentes, vestimentas. Nesse sentido, pode-se entender que consumir é um processo que, dentre outras coisas, serve à comunicação e os bens servem a um sistema vivo de informações. Além disso, os bens são entendidos como neutros: o seu uso social e o seu consumo é que geram muralhas ou pontes nas fronteiras entre as pessoas.

Abordando sobre a função social dos bens, os autores explicam que eles servem como serviço de marcação em rituais de consumo – marcas normais de solidariedade que revelam integração social. Uma comunidade que envolve seus membros nos compromissos sociais tem mais rituais de consumo e mais solidariedade em tempos de crise. Douglas e Isherwood (2006, p. 40-41) exemplificam que:

Ir a um casamento contribui com um serviço de marcação para o feliz casal, ir a um funeral é um serviço de marcação para os enlutados, visitar um doente é uma marcação de serviço para o paciente, vale o mesmo para uma festa de aniversário ou despedida, ou para a presença num jantar semanal de domingo. Nessas demonstrações o consumo é um sistema de rituais recíprocos que envolvem gastos para a marcação apropriada da ocasião, seja dos visitantes e anfitriões, seja da comunidade em geral.

¹⁸ O episódio final do seriado *Game of Thrones*, da HBO, que foi ao ar em 2019, teve uma audiência de 19,3 milhões de espectadores. Fonte: <https://forbes.com.br/principal/2019/05/a-final-de-game-of-thrones-em-numeros/>

Acrescenta-se ainda, à guisa do tema deste trabalho, que a noção de comensalidade está atrelada a este entendimento da dinâmica dos rituais de consumo. Sejam em festejos, almoços em casa ou em estabelecimentos, comer junto geralmente tem um sentido de marcação solidária.

2.2.2 Consumo e alimentação na contemporaneidade

Quanto à relação entre alimentação e consumo, Poulain (2004) nos lembra que nunca na história tivemos tanto acesso a tamanha diversidade alimentar. E isso tem consequências positivas e negativas, frente ao impacto das mudanças do tempo e no espaço frente ao sujeito, suscitando questões referentes à saúde, nutrição e cultura:

Os progressos dos agronegócios no nível das técnicas de conservação, de acondicionamento, de transporte, reduzem consideravelmente a pressão do nicho ecológico. Agora, os mercados não raciocinam mais em âmbito nacional. As empresas agroalimentares transnacionais distribuem em todo o planeta carnes e peixes congelados, conservas enlatadas, queijos, Coca-Cola, *ketchup*, hamburger, *pizza*... Os alimentos se deslocam de um país para outro e fazem, no curso de sua vida, que vai da semente para os vegetais ou do nascimento para os animais, até os pratos cozidos, viagens consideráveis. Para os que dispõem de recursos financeiros, os feijões-verdes do Senegal e as cerejas do Chile, por exemplo, são apresentados nas prateleiras europeias em pleno inverno, no mês de Dezembro. O suco de laranja produzido na Califórnia chega na Europa como um produto fresco acondicionado em caixinhas. O alimento moderno está deslocado, ou seja, desconectado de seu enraizamento geográfico e das dificuldades climáticas que lhe eram tradicionalmente associadas. (POULAIN, 2004, p. 29)

O choque entre o tradicional e o inovador, com uma enxurrada de novos significados invadindo territórios antes estáveis no que tange as narrativas, marcam esta relação nos dias de hoje. Símbolos nacionais norte-americanos como a rede *McDonalds*, que exportou ideia do *fast-food* se tornaram hegemônicos no mundo ou a *Coca-Cola*, bebida que reina entre os refrigerantes, mais do que nutrientes, alimentam as pessoas com significados. Sem parecer subserviente, isso é uma grande sacada, na medida em que elas reconhecem que o ser humano também devora ideias. A comida industrializada virou símbolo de colonização, exportação. Quando a Rússia sofreu sanções dos países aliados à Otan por conta de sua invasão ao espaço territorial da Ucrânia, o *McDonalds* retirou as suas operações do país¹⁹. Não é só impacto no capital financeiro. É a noção de gosto de uma população que é impactada, gerando consequências sociais.

¹⁹ A matéria *McDonald's in Russia: departure is about a lot more than burgers* - McDonald's na Rússia: a partida é muito mais do que hambúrgueres -, de 12 de Março, se aprofunda nesta questão. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/2022/mar/12/mcdonalds-russia-departure-more-than-burgers-west-putin>

Eis o papel do consumo na contemporaneidade, ao assumir o protagonismo nas relações sociais, é veículo de hibridização cultural e identitário. Dois eixos transformadores das relações sociais podem ser identificados a partir da relação entre o consumo e a alimentação, com a proeminência da globalização e como processo que atravessa as noções milenares de tempo e espaço: os alimentos industrializados e os ingredientes, referentes culinários.

Os primeiros, como exemplificados no parágrafo anterior representados por um movimento que atualiza a ideia da companhia ocidental das índias para o século 21, onde os grandes conglomerados dominam a arena comercial da aldeia global, com sistemas de produção, distribuição, venda e midiaticização de produtos alimentícios. Um verdadeiro *Hellfire club*²⁰, exclusivo e que trabalha em lógica de macro política. Ou poderíamos chamar de Macro consumo, uma versão atualizada onde a noção de cidadania é subalterna a esta lógica grandiosa. Tempos onde as noções de ser e ter se confundem.

Os processos de importação e exportação de alimentos, estabelecimento de franquias, movimento financeiro e o gerenciamento de marcas são tão grandiosos e imperativo, que o polo consumidor é o que menos importa no topo da cadeia alimentar desse processo. O que interessa é o sujeito, ou determinado povo. É o planeta. Um sistema hierárquico, que vai atribuindo funções e importância em uma lógica verticalizante. A aquisição de companhias de alimentos pequenas, por gigantes como a *Nestlé* é como processo canibalizante, próprio ao mercado, onde o mais forte devora os mais fracos. É a lei da sobrevivência.

Então, o motor deste primeiro eixo se encontra no topo de uma pirâmide e suas ações quase divinas tem repercussões gigantescas na camada mais baixa da pirâmide. Ao contrário, se um grito sair daqui de baixo, vai ser improvável que este alcance e afete a cobertura do edifício do consumo. Somos seduzidos pelo espetáculo das gôndolas nos hipermercados, nossos sentidos inebriados pelo bombardeio publicitário das marcas, nossos gostos moldados, nosso apetite calculado. É o ápice da Indústria cultural (ADORNO, 1971), onde o homem é o objeto e não o sujeito na relação de consumo.

O mercado dita as regras do que é bom comer, quando comer e o quanto comer. Tudo integrado, como um sistema: saúde, alimentação e moda. Esta trindade é que vai nos dizer através dos discursos na mídia – imprensa, publicidade, redes sociais, produções cinematográficas - as tendências para a alimentação – os cardápios - e, conseqüentemente ditar os padrões de beleza, corpo e modos de ser e existir no mundo.

²⁰ *Hellfire Clubs* eram clubes privados restritos à homens das elites econômicas e sociais na Inglaterra do Século 18.

Como dito anteriormente, o fenômeno dos aplicativos de entrega também existe no limite desta exploração – vendendo-se a ideologia de que cada entregador é o seu próprio patrão e que o mercado regula o segmento. A obra de arte *Campbell's Soup Cans*, de 1962, de Andy Warhol, sob o prisma da *Pop Art*, nos propõe uma reflexão sobre como a arte, o consumo e o cotidiano se retroalimentam. O consumo sendo significativo na construção do imaginário contemporâneo.

Figura 11 - Reprodução da obra *Campbell's Soup Cans*, obra de Andy Warhol, exposta no Museu de arte Moderna de Nova York. 1962



Fonte: <https://www.arteeblog.com/2019/08/analise-da-serie-de-pinturas-campbells.html>

Os rótulos, as cores e formas das embalagens, e os roteiros de campanhas publicitárias nos seduzem. Afinal, a função da publicidade através das estratégias semióticas é criar um desejo e nos fazer acreditar que ele sempre esteve ali. Se agrada aos nossos sentidos, é bom para o nosso estômago. Os produtos são os comedores e a sociedade são os pratos do banquete. Uma comensalidade desigual. Claro, esta lógica segue uma linha crítica. Ao mesmo tempo temos nessa lógica da industrialização dos alimentos a questão dos alimentos prontos, processados. Além da aplicação do modelo Fordista na criação de alimentos – indistintos, animais e vegetais. -, distribuição. Em uma sociedade onde tempo é dinheiro, até a comida caseira perde espaço. E a comensalidade perde parte do seu fator socializante. Para Poulain (2004, P. 53):

[...]A mudança da valorização social das atividades domésticas leva as indústrias agroalimentícias a se desenvolver no espaço de autoprodução que representava a cozinha

familiar. Propondo produtos cada vez mais perto do estado de consumo, a indústria ataca a função socializadora da cozinha, sem, no entanto, chegar a assumi-la. Assim, o alimento é visto pelo consumidor como “sem identidade”, “sem qualidade simbólica”, como “anônimo”, “sem alma”, “saído de um local industrial não identificado”, numa palavra, dessocializado.

Todo esse processo é preocupante. Porque como já vimos, a comida não é algo da ordem das banalidades. Ela é elemento fundador de identidades, ela própria é símbolo e mediadora simbólica. É *reiligare*, entre o natural e o cultural, por ser da ordem espiritual – aqui entendida como um sopro de vontade e predisposição à ação. A comida industrializada seria destituída de espírito, vazia, sem sentido.

Caso optemos pelo caminho culturalista, nos apercebemos de que na contemporaneidade o consumo é uma das influências que moldam a nossa matriz de gosto, que nos orienta na escolha de produtos alimentícios, mas, o potencial decisório está no sujeito – tanto fruto de sua subjetividade quanto das suas experiências com o social. A discriminação e a desigualdade estão presentes neste processo, como em qualquer parte do mundo social. Mas o consumo nos ajuda a ser sujeitos. Pensemos o quanto nos definimos a partir daquilo que consumimos. Nessa lógica, nunca a máxima somos o que comemos fez tanto sentido. A comida como pauta social, o momento da refeição como lugar para agendamentos e a comensalidade como um vetor comunicacional que mediam as relações sociais são imanentes a esta dinâmica. Nossa pertença e lealdade grupal sendo atrelada ao consumo também se aplica ao que comemos e bebemos. Muito por isso nos reunimos como comunidade.

Nas redes sociais e no mundo objetivo do cotidiano, as pessoas se reúnem e polarizam em torno de grupos de interesse sobre determinado alimento – agrupamentos dedicados aos modos de fazer o churrasco, hambúrgueres, comidas típicas, étnicas - ou sobre determinadas bebidas, como as cervejas. Aliás, a cerveja que você bebe serve como fronteira e distinção social. A moda atual das elites é a cerveja artesanal. Popularmente, se você bebe uma cerveja da marca *Heineken* é considerado um burguês. Se bebe Skol, Brahma ou Kaiser é do povo. Se bebe uma glacial, é porque está desesperado. Coitado de quem leva esta última a um churrasco. Em torno do consumo no mundo cervejeiro tem toda uma indústria e cultura. Tamanha a proeminência desta bebida é refletida pela ironia popular de que no Brasil pode aumentar o preço do combustível, mas jamais da cerveja²¹. Caso contrário o povo se rebelaria e o governo sofreria as consequências. Reflexo dos tempos romanos do pão e circo? Nosso pão líquido e nossa desculpa para entretenimento.

²¹ O mercado cervejeiro vendeu cerca de 14,3 milhões de litros em 2022, um crescimento de 7,7% em relação ao ano anterior. Fonte: <https://foodinnovation.com.br/vendas-de-cerveja-crescem-77-em-2021/>

O acesso facilitado à ingredientes das mais variadas partes do mundo também é um fenômeno contemporâneo. Com a quebra da lógica moderna do tempo e do espaço estáveis e predizíveis, vivendo em um mundo globalizado, diversos referenciais culturais circulam. Os ingredientes e a culinária são também referentes que compõem a cultura e identidade de um povo. Cada qual, como signo, tem uma leitura associada às narrativas de determinado povo. O consumo em seu alto ritmo pós-moderno traz e leva estes referentes, materialmente – o acesso a determinados ingredientes de outra região ou país – e virtualmente – os significados desses ingredientes, bem como a forma de preparo e receitas típicas disponíveis na internet -, agora de acesso fácil nos mercados - entre a dinâmica do local e do global.

Eis que temos intercâmbios dos saberes culinários ora introduzindo novos saberes, sabores e pratos em nossa culinária – migrantes de outros territórios, como os árabes, japoneses, italianos, indianos ou até de outras regiões de um mesmo país, bem como a importação e adaptação de ideias já vigentes em outros países, como os *food trucks* -, ora resignificando pratos já tradicionais de nossa identidade cultural – elementos inusitados como o sorvete de manjeriço, servido como sobremesa no restaurante japonês *Haru*, de Cuiabá, capital do Estado de Mato Grosso ou uma pizza especial (com Queijo Cabacinha, Gueroba e outros ingredientes regionais) da Pizzaria Araguaia, de Alto Araguaia-MT; –, outras vezes criando comidas completamente novas.

O limite desse processo é o tamanho da criatividade das pessoas neste caldeirão. A este processo podemos associar o fenômeno de “gourmetização” recente na culinária nacional. Por uma lógica crítica podemos associar toda uma colonização de gostos e imposição estética. Por um viés da cultura pode-se dizer que é graças à noção de *gosto* que está se modificando por conta do acesso a novas informações por parte de grande parte da população. Quanto maior o acesso à informação, maior é a vontade de experimentar coisas novas. O consumo sob a égide da cidadania, conforme Canclini (1999), é aquele que possibilita novas interações, novas simbolizações e rituais (DOUGLAS, ISHERWOOD, 2006) e conseqüentemente novas formas diferentes de ver e agir sobre o mundo.

À guisa dos processos de consumo, e lembrando sobre a proposta de Roberto DaMatta (1986) sobre a importância da dicotomia entre a casa e a rua para a sociedade brasileira, podemos pensar um pouco sobre a oposição comer *em casa ou fora de casa*. Comer em casa é mais barato, mais simples, mais despojado. Ninguém fala sobre isso, mas a família perfeita, bem vestida e de boa aparência, em torno da mesa de jantar é um mito nos dias contemporâneos. Comer em casa significa agir como você mesmo, sem semblâncias. As vantagens de se comer em casa estão principalmente neste fato e no fator econômico já citado anteriormente. Em casa

a comida rende mais, serve a mais pessoas, portanto, consumimos mais a um custo financeiro menor. O bolso agradece.

Por outro lado, consumimos gás, energia, temos que nos organizar com as compras e sujamos a louça. Por isso muitas vezes recorremos aos alimentos industrializados – os macarrões instantâneos, as lasanhas congeladas e toda uma sorte de lanches, bebidas e quitutes processados -, pedimos/encomendamos comida de fora. O melhor da rua, no conforto do lar. *Se Maomé não vai á montanha, a montanha vai à Maomé*. Mas para Maomé se deslocar, é preciso pagar-lhe o devido soldo – e isso significa gastar dinheiro e ignorar os processos de exploração da mão de obra por parte daqueles que gerenciam os aplicativos. Comer em casa também é garantia de averiguar a procedência dos alimentos e a sua forma de preparo.

Para comer em casa é preciso que algum dos moradores tenha a habilidade necessária para cozinhar. Apesar de que este pequeno detalhe já não faz mais tanto sentido, em um mundo onde a internet possui manuais para tudo. Basta um clique para consumir, simbolicamente, as informações sobre como preparar um prato específico de um determinado país. Além disso, a globalização dos ingredientes favorece a experimentação. Cozinhar? Vide bula. Ainda assim, comer em casa tem um aspecto comunitário, de partilha e comensalidade.

Comer fora de casa requer gastos, para o comensal e seus convivas. Gastos econômicos, emocionais, preocupações da ordem do eixo tempo e espaço. Fora de casa é a rua, lugar de indistinção, números. Lugar de correr riscos. Mais aberto para todo um leque de opções alimentares. Para tanto é preciso se deslocar pelo espaço e ter tempo na agenda. Porque comer fora de casa, com planejamento, em geral é um evento social, é complemento ao entretenimento. Quando não é planejado, é um quebra-galho. Como quando estamos resolvendo questões na rua ou na correria do horário de almoço do trabalho e comemos um salgado, um lanche e um refrigerante nos estabelecimentos populares, barraquinhas. Comida de rua. Ainda que tenhamos nossas preferências afetivas, e tornamos estes espaços como nossos lugares, é um processo que se apresenta externo a nós. Mais uma necessidade do que uma tomada de decisão consciente, por assim dizer. Isso quando não levamos comida de casa. Marmita, sanduiches, tudo preparado em regime pessoal e que em um espaço não localizado pelo sujeito, traz memórias de afeto, segurança e motivação para superar as ansiedades de estar fora do seu lugar de conforto.

Ir a um restaurante ou a uma lanchonete acompanhado de seus convivas sob a égide formal, requer planejamento financeiro e uma boa motivação. O já citado primeiro encontro, ritual dos relacionamentos amorosos formais e informais é uma das motivações. Comemorações como aniversários e dias especiais. O brasileiro é acostumado a comemorar o “Dia das mães” comendo fora de casa, para que a matriarca não tenha que trabalhar em sua

função de gerenciamento da cozinha. Exceto natal, quaresma ou quem sabe a Páscoa – que tem o chocolate como elemento industrializado central no coração dos lares -, como datas canônicas de se celebrar os vínculos de parentesco e afiliação, tudo pode ser motivo para comer fora de casa. Motivos banais, como a preguiça. Ou somente a vontade de comer de maneiras diferentes, para fins de saciedade e construção de memórias, bons momentos.

Quem nunca se empanturrou das mais diversas carnes em um rodízio de uma churrascaria? A imagem do garçom no rodízio trazendo uma picanha no espeto é icônica. Fraldinha. Costelas. Alcatra. Linguiças. Toda uma variedade de cortes bovinos. Suínos. Aves. Carnes exóticas. Ou se refestelou em um buffet de comida à quilo? Macarronada. Saladas. Arroz. Feijão. Carnes. Tudo junto e misturado. Ou ainda um restaurante japonês. Uma pizzaria. A possibilidade de experimentar culinárias ou agendas gastronômicas externas àquelas que a nossa matriz de apreciação está acostumada ou aquilo que não comemos em nosso dia a dia. É uma possibilidade para apurar o gosto. Nós comemos, enchemos a barriga de comida e ficamos saciados, de comida e de significados. Nestes processos, o consumo é para além da lógica biológica. Compramos a possibilidade de experienciar. Tal diversidade não seria muito fácil de se obter no espaço restrito do lar. É tudo sobre a questão imanente à relação entre custo/benefício. Se vale a pena, no jogo entre orçamento e experiência, nós nos jogamos ao mundo da alimentação fora de casa.

Se jogar para fora de casa, em busca do alimento, é um movimento com origens primitivas e intimamente ligada ao campo do trabalho. O trabalho é o nosso “ganha pão”. O trabalho é um sacrifício. Para a família, o arrimo é aquele que sacrifica o seu tempo e o seu corpo para dar de comer aos seus protegidos. Primitivos, os homens saíam para caçar – a rua -, arriscando as suas vidas para trazer um pedaço de mastodonte – ah, as anedotas como metáforas - para as mulheres prepararem para o agrupamento primitivo – a casa. A partir do momento em que o homem começou a cultivar, a casa permaneceu sob égide da mulher e a lavoura, - salvo exceções – do homem. No cânone dos mitos cristãos, encontramos em Gênesis capítulo 3, versículo 19, sobre a expulsão de Adão e Eva do Paraíso. Deus lhes disse: “[...] Com o suor do teu rosto comerás o teu pão, até que voltes ao solo, pois da terra foste formado; porque tu és pó e ao pó da terra retornarás!” Aqui a ideia não é evangelizar. Longe disso. Mas mostrar que este binarismo é imanente à nossa sociedade, inscrito e enraizado profundamente nos artefatos culturais desde tempos imemoriais.

A casa, domínio feminino, da paz, a rua, espaço masculino, da guerra. A casa, um lugar, com vínculos, afetivo, lugar de descanso. A rua, um território, político, racional, lugar de trabalho. Grosso modo, vendemos a nossa força de trabalho – na rua - e o nosso tempo, para

trocar por comida e demais bens de consumo – para o conforto da nossa família, em nosso lar. Comer fora de casa, com a sensação de que estamos seguros só quando significamos ou os espaços e os transformamos em territórios – onde, ao atribuir significados, podemos exercer os poderes que nos são imanentes em nosso lar ou ao menos circular por um lado entre um lado e outro das fronteiras de forma segura, sem interferir na dinâmica de poder de outros atores – ou lugares – quando atribuímos sentidos, afetos e construímos narrativas e memórias, dando vida a determinado lugar.

Assim, compreende-se aqui o consumo como um processo contraditório entre os pêndulos de duas perspectivas. Há desigualdade, mas também espaço para criatividade e potencial regenerador. Ele individualiza, mas também agrega. Ele também territorializa e localiza. Entre o global e o local vivemos tempos interessantes, como dizia uma velha maldição chinesa. Perante esta máxima, faz-se mister evocar algumas particularidades sobre a noção de espaço.

2.3 Cartografias de uma refeição: Geografia e comunicação

“[...] Casas entre bananeiras
mulheres entre laranjeiras
pomar amor cantar.
Um homem vai devagar.
Um cachorro vai devagar.
Um burro vai devagar.
Devagar... as janelas olham.
Eta vida besta, meu Deus.”

(“Cidadezinha qualquer”, poesia de Carlos Drummond de Andrade, 1930)

Tempo e espaço são unidades basilares da realidade. As coordenadas do tempo são obtidas conforme registros/códigos do ser humano e sua ação sobre o espaço. As coordenadas sobre o espaço sobre a ação sobre a história. São duas faces da mesma moeda. Dualidade. A história tende a explicar o tempo, enquanto o espaço, coube à geografia. O fato é que, não há como explicar os fenômenos sociais de forma satisfatória separando as noções de tempo e espaço em caixinhas distintas. A natureza e a cultura caminham juntas. Para Ratzel (1990), existe uma falácia no embate entre a natureza e o civilizatório. O povo primitivo não era mais próximo da natureza, e sim submisso a ela. A sociedade contemporânea seria mais próxima da natureza, pelo fato de estar liberta do seu julgo, com uma capacidade maior de previsibilidade quanto às variáveis naturais.

É como nos fenômenos comunicacionais contemporâneos, que nos favorecem um controle maior sobre as variáveis de tempo e espaço. Conversas instantâneas entre pessoas em distâncias continentais, sem a necessidade de locomoção ou partilha de um mesmo espaço físico. Não fosse essa mínima previsibilidade, a pandemia de COVID-19 – uma força da natureza - haveria de subjugar a nossa sociedade como um todo. O global e o local tecem novas relações, novas dinâmicas, dado o processo de globalização contemporâneo.

Mas como todos estes elementos se articulam em nível local, em uma região de fronteira, afastada dos grandes centros urbanos? Dialogando com o pensamento de Milton Santos (2006) pode-se tentar refletir sobre a questão. Para o autor, a partir do processo de globalização cada lugar é, a seu jeito, um espelho do mundo. Ou seja, o local é – ao menos em potência – , mundial. Ao mesmo tempo, cada lugar é diferente, único, especial.

Podemos inferir que esta diferença se dá pelas diferentes hibridações de significados e agentes culturais. Essa dinâmica de propagação dos significados socialmente partilhados se agrava nos dias de hoje pela evolução dos processos de comunicação, mediados pela tecnologia portátil e pelas teias da internet. A tecnologia aprimorou a relação dos sujeitos com o tempo e o espaço, permitindo relações não-presenciais, virtuais, trocas simbólicas por meio da internet, pela cibercultura.

Hoje os mais diversos tipos de conhecimento circulam pela web e isso acentuou o processo de hibridismo. Para além disso, no plano físico, há os movimentos de migração dentro dos países e fora deles. Dizem que na internet não há fronteiras, mas com certeza no mundo real elas existem. Virtualmente podemos nos deslocar e consumir o que quisermos, de qualquer lugar do mundo. Mas do ponto de vista concreto, nações tem limites – para dentro e para fora. É um modelo de existência aparentemente esquizofrênico, incoerente, mas que se articula e tem sua lógica, própria da sociedade pós-moderna, contemporânea. É complexo, híbrido.

As fronteiras existem e não existem ao mesmo tempo. Elas não existem em um plano digital, mas passam a existir a partir das relações humanas concretas. Assim como uma nação é uma ideia, suas fronteiras são as bordas deste *constructo* mental. Nesse sentido, compreende-se aqui a noção de fronteira não como mero limite territorial ou uma linha-arbítrio sobre as múltiplas formas de ver o mundo, mas sim como como um território/lugar de nuances gradativos, construído cotidianamente por atores diversos em torno de um caldeirão de hibridização. Para se pensar a noção de fronteira é preciso ter claro alguns conceitos que a orbitam. Em tempo: O binômio território e lugar. São noções que se completam e dialogam com outras questões prioritárias a este trabalho que serão explicitadas posteriormente.

2.3.1 Território: espaço político

Um território não tem como existir sem um Estado e um estado não tem como existir sem um Território. Grosso modo, um território é um espaço politizado, delimitado e nomeado. Esse é o chamado processo de territorialização. Não há como imaginar um povo, uma nação com identidade constituída sem um território para chamar de seu. Quando determinado povo perde parte de seu território, também perde parte de seus recursos e isso pode gerar a sua decadência futura – como a histórica questão da demarcação e disputas por territórios indígenas bem nos mostra. Um povo sem um teto-espaço político é desterritorializado. O poder político advém, portanto, do território que um povo possui e dos recursos – moradia, alimentação, proteção, afiliação micro, narrativa de pertença a algo maior, segurança e mínima estabilidade para progresso - que possam lançar mão em disputas com vizinhos de fronteira. (RATZEL, 1990).

Dessa forma, um território é político e estratégico para um grupo social. Para Santos (2006, p.13) “[...] O território é onde se desembocam todas as paixões, poderes, forças e fraquezas. Para além de uma definição material, o espaço. O território deve ser entendido como um território usado: ou seja, é o chão somado às identidades.” É uma construção geográfica própria das relações de poderes, a concretude de um tabuleiro de xadrez social onde se disputam-se capitais. Ou seja, é onde se dá o jogo social conforme as regras inscritas.

Mas um território é também um espaço de suporte às verticalidades imanentes ao mercado e a globalização. Ainda que uma mínima democracia se assente, que seu povo se identifique como um só agrupamento social e se reconheça como uma nação em torno de uma única bandeira – através dos processos de identidade cultural nacional – ainda persiste a desigualdade entre os pares. Devido a isso surgem territórios dentro de territórios, limitados por variadas modalidades fronteiriças – e aqui falamos tanto da questão de organização interna por regiões, Estados e municípios como das fronteiras da desigualdade e do poder econômico. Apesar de suas contradições, por ser o tabuleiro de um jogo sócio-político-econômico essencialmente técnico e funcionalista, não há como negar o território como um complexo *locus* de disputas e relações de poder.

Se um território é um espaço fechado, propenso a verticalidades, técnico, sistemático e regido por leis escritas, um lugar é aberto, construído, sensível e permeado por relações de horizontalidade.

2.3.2 O lugar: espaço cultural

O espaço é surge da ação humana sobre a natureza. É a articulação material entre a ação humana e suas ferramentas, extensões. O espaço politizado torna-se território. Enquanto a noção de Lugar é mais psicológica e afetiva, por assim dizer. No lugar - um cotidiano compartilhado entre as mais diversas pessoas, firmas e instituições - cooperação e conflito são a base da vida em comum. Porque cada qual exerce uma ação própria, a vida social se individualiza; e porque a contiguidade é criadora de comunhão, a política se territorializa, com o confronto entre organização e espontaneidade. Assim,

O lugar é o quadro de uma referência pragmática ao mundo, do qual lhe vêm solicitações e ordens precisas de ações condicionadas, mas é também o teatro insubstituível das paixões humanas, responsáveis, através da ação comunicativa, pelas mais diversas manifestações da espontaneidade e da criatividade. (SANTOS, 2006, P.218).

Grosso modo, o lugar é um espaço colonizado pelos afetos. Assim, um lugar é definido pelos sentidos e significados atribuídos pelas pessoas que o vivenciam e ali constroem suas histórias de vida. Assim, espaço e lugar são definidos conforme as vivências dos sujeitos e a cronologia ali passada. Tempo e lugar, bem como o mundo são realidades históricas. A história objetiva do mundo é circunscrita pelas pessoas. Para Santos (2006, p. 33) “[...] em qualquer momento, o ponto de partida é a sociedade humana em processo, isto é, realizando-se. Essa realização se dá sobre uma base material: o espaço e seu uso; o tempo e seu uso; a materialidade e suas diversas formas; as ações e suas diversas feições.”

É nesta dinâmica que o lugar se constrói. O pensar e o agir das pessoas, atribuindo sentido sobre o espaço, conforme variáveis temporais, utilizando as próteses, extensões próprias de seu tempo histórico – considerando que tempo e técnica estão entrelaçados. Assim, “[...] a cada lugar geográfico concreto corresponde, em cada momento, um conjunto de técnicas e de instrumentos de trabalho, resultado de uma combinação específica que também é historicamente determinada. (SANTOS, 2006, p.35).

Tuan (1983) nos ensina que o lugar traz conforto e o espaço a sensação de liberdade. O lugar, grosso modo é o espaço preenchido pelos sentidos atribuídos por aqueles que o ocupam. É na experiência do sujeito que o lugar se constrói. Para o autor esta é formada pelos sentimentos e pelos modos de perceber e representar, bem como pelo processo de subjetivação. Um lugar pode ter contornos diferentes para cada indivíduo, dependendo da variação de vivências, afetos e interações sensoriais. Uma memória que traz à tona sentimentos. Cheiros. Gostos. Ações e interações ali realizadas. Se um território é político, um lugar é sensível.

Atribuimos qualidades a um espaço, convertendo-o em lugar. Sabemos que um lugar é acolhedor, confortável ou seguro porque ou ali vivemos algo significativo ou porque pessoas nos são caras lhe atribuíram este sentido. Uma sala de aula tem todo um significado especial para quem passou por quatro anos cursando uma determinada faculdade. Não é só um lugar de aprendizado, mas de interações, alegrias e tristezas. Quando somos mal tratados em determinado estabelecimento, não atribuimos culpa ao sujeito ou grupo que nos foi hostil. De pronto, definimos que jamais voltaremos “aquele lugar”. Um lugar é, portanto, uma construção mental, permeada pelo afetivo e um dos elementos que permitem que responder quem nós somos. Um dos signos que orientam a nossa identidade cultural. Desde modo:

Quando residimos muito tempo em determinado lugar, podemos conhecê-lo intimamente, porém a sua imagem pode ser nítida, a menos que possamos vê-lo de fora e pensemos em nossa experiência. A outro lugar pode faltar o peso da realidade porque o conhecemos apenas de fora – através dos olhos de turistas e da leitura de um guia turístico. É uma característica, produtora de símbolos, que seus membros possam agregar-se apaixonadamente a lugares de grande tamanho, como a nação estado, das quais eles só podem ter uma experiência direta limitada. (TUAN, 1983, p. 20-21).

Desde crianças, aprendemos a explorar o nosso ambiente a significar. A experimentar o espaço e atribuir qualidades como bom ou ruim. O lugar seria um centro de valor, de alimentação e conforto. A mãe seria então um lugar. Uma base, de onde ela parte para explorar seu entorno, assim como um adulto que sai de casa para explorar o mundo. É um processo de compreensão similar, que com o passar do tempo muda em escala. A escala é significativa na definição de um lugar e sua ocupação pelo corpo humano, como medida de referência. Alto. Baixo. Perto. Longe. Há valores aí obtidos mediante percepção e experimentação. Quanto menor o conforto, maior o desgaste do corpo. Habitar um lugar alto, significa estar acima das outras pessoas em algumas situações. Em outras significa morar em um lugar de difícil acesso e portanto, desgastante.

Lugares centrais são prestigiados e possuem uma valorização capital mais acentuada. Quem mora em lugares afastados dos lugares centrais, mora longe e, portanto, está afastado de onde as “coisas” acontecem. O centro de uma cidade é um atraente lugar, onde o progresso segue linear. A periferia, distante do núcleo está à margem do tempo. Lugares denominados como interioranos, na verdade são exteriores, estão na borda.

É como se o tempo passasse mais devagar quanto mais afastado o lugar for de um centro. É um valor de percepção, dado o esvaziamento demográfico que se amplia do núcleo às bordas. Quanto mais pessoas, mais coisas acontecem ao mesmo tempo. Mais o tempo corre. Como as

ondas geradas por uma pedra jogada a um lago, mais fracos são os efeitos das ondas, quanto maior a distância do epicentro o impacto. Estes efeitos se chocam nas bordas, na fronteira entre um e outro território, eis a fronteira, resultado de dois impactos de percepção, lugar onde o tempo passa mais devagar.

No entanto, lembremo-nos de que na contemporaneidade os processos provenientes da comunicação digital e da globalização atravessam as normas do local, permitindo uma nova dinâmica entre tempo e espaço, o que de fato, impacta a percepção de lugar, território e suas fronteiras. Nesse sentido, para Milton Santos (2006, p. 231) “[...] cada lugar é, ao mesmo tempo, objeto de uma razão global e de uma razão local, convivendo dialeticamente.” Assim, fica a questão: nos dias de hoje, que fronteiras são essas?

2.3.3 Fronteiras: a pele, a casca e a borda

Lugares e territórios possuem delimitações. Algumas literais, outras simbólicas. Mas todas são *fronteiras*. Para Santos (2006, p. 179), elas “[...] são um fato económico, financeiro, físcal, diplomático, militar, além de político.” As fronteiras definem a distribuição das áreas políticas. Definem que espaço é Poder. Delimitam o território. Há precedentes históricos que levam em conta a cultura, a política e o econômico. Servem à delimitação, demarcação e caracterização das noções espaciais geográficas.

Para o estudioso do campo da Geografia Michel Foucher (1991), as fronteiras podem ser definidas como estruturas espaciais fundamentais, lineares, com função de descontinuidade geopolítica. Entre as fronteiras está o exercício de relações de poder e estas servem como demarcação de três registros, que encontram consonância com as estratégias de representação imanentes à identidade nacional, citadas por Hall (1997). Estes são os registros:

- **Do real:** do plano objetivo limite espacial de um território, demarcação do exercício da soberania de uma nação, espaço das leis inscritas;
- **Do Simbólico:** limites da identidade, pertencimento a uma comunidade política inscrita em um território;
- **Do imaginário:** a relação com o outro, vizinho, amigo ou inimigo, portanto, a relação consigo mesmo, com a própria história, com os próprios mitos fundadores.

Para Arbaret-Schulz *et al.* (2017) a noção de fronteira na contemporaneidade se complexificou. Em uma noção mais genérica, uma fronteira é um limite político significativo

de um território, que surge a partir do processo de territorialização. Fronteira implicam relações de poder e também descontinuidade. Assim são as fronteiras terrestres, marítimas, etc. Mas só esta noção não dá conta de explicar a complexidade das fronteiras em uma condição contemporânea. Há de se levar em conta, outras dimensões fronteiriças. Para os autores, as formas emergentes/tipos de fronteiras que complementam esta noção são as seguintes:

- **Limites reticulares:** São aquelas fronteiras que servem à redes técnicas, funcionais e com um objetivo material. O Estado se insere nos espaços para controlar o gerenciamento financeiro regional por meio da burocracia, cada vez mais complexa. Órgãos governamentais, aeroportos, postos fiscais nas rodovias. Na maioria das vezes pouco fazem pelos sujeitos, além de limitar e ampliar diferenças. Para os autores (2017, p. 08) “[...] o imperativo de proteger um território nacional tende a ser confundido com o imperativo de proteger instalações, aeroportos ou ferrovias.” Esta noção de fronteira em muito se aproxima da ideia de redes em Milton Santos (2006) quando este afirma que as redes – rede bancária, rede de comunicação - coordenam espaços reticulares que promovem a globalização. A de se supor que nos dias de hoje, a rede de internet seria uma forma de controlar e limitar não-presencial.

- **Fronteiras sociais:** limites simbólicos, que de forma ou outra promovem a desigualdade e a segregação. Regras inscritas e inscrites que fomentam limites dentro de determinada sociedade. O acesso a determinados espaços é limitado a esta fronteira, com grau variável de participação dos autores. Em geral é o poder econômico ou simbólico que mantém estas fronteiras. Uma lógica de hierarquização, que define quem é mais cidadão que o outro gerando processo de exclusão, preconceito e intolerância, explícita ou implícita. Por exemplo, na distribuição geográfica das pessoas em um determinado espaço – bairros pobres e bairros ricos -, locais que podem ser frequentados por determinada classe de sujeitos, manifestações culturais e até o tipo de alimento que cada grupo consome. Fronteiras da pobreza, fronteiras identitárias, fronteiras de gênero. As vezes são muito claras e outras vezes borradas. Conforme Arbaret-Schulz *et al.* (2017, p. 08) este tipo de fronteira:

“[...] É o resultado do emaranhado dos estatutos das pessoas em causa: às vezes beneficiários de benefícios sociais mínimos, ou trabalhadores desempregados, ou precários, às vezes beneficiários de benefícios sociais mínimos e desempregados, trabalhadores a tempo parcial e beneficiários de benefícios sociais mínimos e intermitentemente desempregados. Portanto, a figura da fronteira social é desafiadora porque pressupõe, aqui também, interação ambivalente entre vínculos e separações, fraturas e transições, fora e dentro, desqualificação e proteção, confinamento e proteção. Correlativamente, essa complexidade é refletida no espaço por um traço com formas em mudança (muito marcadas, ou mal esboçadas, ou completamente transparentes) e que está presente tanto no estrato do espaço social quanto no estrato do espaço vivido.” (tradução nossa).

• **Limites gerenciais:** Quando o Estado está ausente, terceiriza, é relativizado ou privatiza a sua atuação, poderes outros tomam proeminência. Poderes paralelos como o fenômeno do coronelismo, empresas privadas, grupos políticos que se apropriam do aparelhamento estatal, narcotraficantes, milicianos e líderes religioso carismáticos ocupam o espaço para “fazer território”. Lugares fechados e com suas próprias políticas e dinâmicas de poder como condomínios fechados – com limites bem definidos -, comunidades carentes e instituições autônomas se enquadram com este tipo de fronteiras. Assim:

Pode-se dizer que a fronteira gerencial é instrumentalizada no contexto de jogos complexos de atores em que práticas relacionadas à proximidade (física) são intimamente articuladas com práticas relacionadas ao distanciamento (pela fronteira). É o caso das demandas de autonomia em relação aos territórios nos quais se sente muito dependente, como nas áreas periurbanas intimamente ligadas às suas metrópoles, mas cujos territórios que as compõem desejam se destacar por suas políticas. (ARBARET-SCHULZ *et al.* 2017, p. 12). (tradução nossa).

Estas definições contemporâneas de fronteiras são apropriadas para delimitar os territórios tanto em nível global, quanto em um nível local. A maioria dos estudos sobre fronteira dizem respeito a um nível nacional, estatal. Uma nação e seus limites externos. A este trabalho cabe pensar os limites internos do Brasil. Estes outros modelos de fronteira atendem a esta perspectiva na medida em que podem ser compreendidos como unidades para análise em costura com a noção de lugar e suas peculiaridades socioeconômicas e culturais. Nesse sentido, para além da fronteira territorial os Estados de Mato Grosso e Goiás possuem fronteiras significativas do ponto de vista da cidadania, consumo e identidades. São fronteiras permeadas pela desigualdade e concentração de renda.

O Estado de Mato Grosso é conhecido mundialmente pela sua produção de soja²² e Goiás, o Estado que mais produz milho do país, não fica atrás em volume²³. A região de fronteira terrestre entre os Estados é permeada por estas muralhas sociais, por assim dizer. Poucos tem muito e muitos tem pouco. O que aparenta ser uma convivência caótica e diversa entre os diferentes, se olhada de perto é permeada por signos da exclusão. O pobre não senta à

²² Segundo o IMEA – instituto Mato Grossense de economia agropecuária - Em 2021-2022, em plena Pandemia de Covid-19, o estado de Mato Grosso bateu o recorde de produção de soja com 39,47 milhões de toneladas produzidas. Fonte: <https://forbes.com.br/forbesagro/2022/02/mato-grosso-esta-a-caminho-de-mais-um-recorde-na-producao-de-soja-395-milhoes-de-toneladas/#:~:text=A%20produ%C3%A7%C3%A3o%20de%20soja%20de,maioria%20dentro%20do%20per%C3%ADodo%20ideal.>

²³ Conforme o governo de Goiás, a estimativa para o fim do ciclo 2021-2022 é de 30 milhões de toneladas de milho. <https://www.goiias.gov.br/servico/90-agricultura/126898-go%C3%A1s-ter%C3%A1-novo-recorde-na-produ%C3%A7%C3%A3o-de-gr%C3%A3os.html>

mesa com o rico e o rico não senta à mesa com o pobre. A não ser em situações-simulacro em que existe um contrato subscrito, pontual. Partilham muitas vezes os mesmos espaços, mas ocupam lugares e hierarquias diferentes. Comensalidade desigual. Comunicação desigual.

Pensando nessa desigualdade local e nas fronteiras literais e simbólicas que se entrecruzam e se sobrepõem, tomamos a noção de fronteira agrícola. Para Silva (2007) essa noção de fronteira é essencialmente capitalista. No Brasil é fruto de um discurso modernizante e nacionalista imanente à *Marcha para o Oeste*, um movimento de integração e ocupação nacional promovido pelo regime militar nos anos 70. Um resquício do pensamento colonizador e desbravador europeu, “do herói” pioneiro que leva a civilização ao mundo selvagem, domando e rompendo os limites naturais.

Para o autor (SILVA, 2007, p. 268), uma fronteira é “[...] mais que um limite jurídico, um processo particular de produção de espaço geográfico. Implica o encontro entre territorialidades e tempos distintos e conflitantes. Isso porque raramente a fronteira se desenvolve sobre terras “vazias”. Assim é na fronteira que se agudizam contradições que são parte da sociedade capitalista em geral.” Mais do que um limite físico, a fronteira agrícola no Brasil é móvel, pressupõe posse individual – concentração fundiária nas mãos de poucos –, expansão do capital, urbanização forçada, conflitos e relação desigual. Assim, essa expansão que se consolidou nas últimas décadas no cerrado Brasileiro, principalmente pela necessidade do plantio de soja, algodão e milho pressupõe uma expansão simbólica significativa em relação à desigualdade em nosso país. Algumas questões a se considerar:

1) Primeiro que toda esta produção se destina principalmente à exportação de matérias primas para fora do país. E em geral, o dinheiro movimentado ou se destina à melhoria e à ampliação das lavouras ou à capitalização de grandes grupos internacionais. O retorno financeiro ao território e à população não é visível. Em geral as cidades à beira destes campos de plantação aparentemente estão em franco desenvolvimento. Mas com ele surge o problema da desigualdade.

2) Esta produção monstruosa ocupa desigualmente uma faixa territorial considerável, pouco sobrando espaço para o pequeno produtor, que de fato, produz alimentos. Afinal, a função das grandes lavouras não é diretamente a produção de alimentos. Dizer, por exemplo que o centro-oeste é o grande celeiro do Brasil é uma falácia, para dizer o mínimo. O incentivo estatal com fins de especulação e geração de divisas cresce em uma escala assustadora. Mas com ele não vem uma política de preservação ambiental ou incentivo fundiário aos pequenos produtores, que em geral, são irregulares do ponto de vista fundiário.

3) A geração de emprego e renda real é mínima. Com a automação das lavouras e o retorno financeiro ao Estado na forma de impostos limitada graças aos incentivos estatais aos produtores, temos um real problema de desemprego em franca expansão. Os poucos empregos gerados são para cargos especializados, técnicos e com formação específica. A população sem acesso a uma formação, sobretudo os jovens acabam por esvaziar a zona rural e migram para as capitais em busca de melhores condições de sobrevivência. Eis o êxodo. Assim morrem as cidades interioranas e com elas sua cultura, tradição e saberes. Grosso modo, o Agro não é pop.²⁴

Assim, a cristalização do processo de desbravamento das fronteiras agrícolas acaba por criar os demais tipos de fronteira: reticulares, pois o Estado se instala como instrumento de manutenção desses processos; sociais, por aprofundar as diferenças entre os sujeitos e grupos sociais e gerenciais pelo surgimento de poderes econômicos paralelos, que na maioria das vezes são representados pelos latifundiários que ocupam a hegemonia local nos âmbitos políticos e culturais.

Na centralidade destes processos estão as cidades que surgiram à margem desta dinâmica. São urbanos e rurais em essência. São vivas. Respiram, se alimentam, se expandem. Contraditórias, possuem múltiplas facetas em sua composição, reflexo, representação da variedade de narrativas dos sujeitos que nela habitam, a constroem e a reconstroem. Não são apenas concretos, areia, barro. É toda uma rede de significados, imaginário. Pode-se até afirmar que existem cidades dentro de cidades, tamanha a complexidade. Não é harmônico, é contraditório, permeado pelas diferenças. Nelas, são as sociabilidades que ditam o ritmo. Para Park (1967, p. 29)

“ [...] A cidade é algo mais que um amontoado de homens individuais e de conveniências sociais, ruas, edifícios, luz elétrica, linhas de bonde, telefones, etc.; algo mais também do que uma mera constelação de instituições e dispositivos administrativos – tribunais, hospitais, escolas, polícia e funcionários civis de vários tipos. Antes, a cidade é um estado de espírito, um corpo de costumes e tradições e dos sentimentos e atitudes organizados, inerentes a esses costumes e transmitidos por esta tradição. Em outras palavras, a cidade não é meramente um mecanismo físico e uma construção artificial. Está envolvida nos processos vitais das pessoas que a compõem; é um produto da natureza, e particularmente da natureza humana.”

Neste sentido, indissociável daqueles que a habitam, a cidade tanto é território como lugar. A cidade é espaço colonizado por afetos, tornando-se lugar. E é território pela múltipla

²⁴ A reportagem Mato Grosso: no rastro da soja, o deserto verde, de Mauricio Torres e Sue Branford, de 2017, apresenta um panorama sobre a questão da exploração e o impacto das grandes lavouras e das multinacionais no estado de Mato Grosso. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2017/02/27/mato-grosso-no-rastro-da-soja-o-deserto-verde>.

demarcação de fronteiras reais e simbólicas. No caso de duas cidades que se inscrevem como oásis em um deserto da soja, onde o rural se combina com o urbano, com fronteiras materiais, como as pertinentes a esta investigação a coisa se complexifica: há divisão territorial clara - política e socioeconômica, - e uma concepção de lugar que torna o espaço um só, graças às vivências e o caldeirão cultural compartilhado pelo povo que ali vive.

Assim zonas de fronteira, para além das suas definições políticas, são entendidas aqui como um lugar. Ou seja, pode ser somente definida por aqueles que ocupam, ocuparam e ocuparão aquele espaço, imbuindo seus afetos, identidades, consumo, memórias. A fronteira é viva e dinâmica, híbrida, graças aos atores que a ocupam. Ela existe como território imaginado. Enfim, se há lugar, há partilha, interação cultural, comunicação, hibridização, consumo, construção de identidades e conseqüentemente comensalidade. E esta última, partimos do pressuposto de que é intimamente ligado à noção de lugar e mediação comunicacional.

2.4 Temporalidades

A vida é o dever que nós trouxemos para fazer em casa.
 Quando se vê, já são seis horas!
 Quando se vê, já é sexta-feira!
 Quando se vê, já é natal...
 Quando se vê, já terminou o ano...
 Quando se vê perdemos o amor da nossa vida.
 Quando se vê passaram 50 anos!
 Agora é tarde demais para ser reprovado...
 Se me fosse dado um dia, outra oportunidade, eu nem olhava o relógio.
 Seguiria sempre em frente e iria jogando pelo caminho a casca dourada e inútil das horas...
 Seguraria o amor que está a minha frente e diria que eu o amo...
 E tem mais: não deixe de fazer algo de que gosta devido à falta de tempo.
 Não deixe de ter pessoas ao seu lado por puro medo de ser feliz.
 A única falta que terá será a desse tempo que, infelizmente, nunca mais voltará.

(“O Tempo”, de Mario Quintana. 1981).

Talvez a noção mais complexa a ser refletida talvez seja a ideia de tempo. O homem sempre quis controlar o tempo e criando artefatos, regras e narrativas ele imagina que pode captura-lo e domá-lo como a um cavalo feroz. Todos estes artifícios servem para mensurar, tentando criar um significado socialmente partilhado a partir de algo que é puramente subjetivo e individual. Passado, presente e o futuro são conceitos criados para que o homem possa navegar no mundo com um mínimo de sentido.

Para o dicionário de Filosofia, (ABAGNANO, 2007, p. 1026) possui três distinções fundamentais:

1º) A ordem mensurável do movimento - o fator cíclico, a visão científica, também conhecido como o **tempo cronológico**;

2º) O movimento intuído – aqui só existe o presente, a noção de consciência individual somada à coletiva. Como momentos importantes recortados na realidade e no tempo, podemos associar com a noção de **tempo histórico**;

3º) O tempo como estrutura de possibilidades – pensando o tempo como um devir, mais flexível e onírico, aqui se encaixa o **tempo fenomenológico**.

O **tempo cronológico** é aquele que avança sempre, mensurado pelos ponteiros do relógio. É o tempo que segue em frente sem fim. O tempo objetivo e prático do cotidiano, ajustado à rotina dos sujeitos, a seus hábitos individuais e coletivos. É o tempo da técnica e da razão. É o tempo das instituições e do coletivo sobre o indivíduo. Em uma sociedade capitalista, o trabalhador não troca o seu esforço pelo capital. Troca o seu tempo pelo capital econômico. Talvez um tempo que ele passaria dedicando-se a outras coisas. O fato é que este tempo que é quase materializado pelos artefatos que regulam as regras – relógios, pontos, horários específicos para determinados programas de televisão ou, o mais comum nos dias de hoje, a hora ideal para se assistir seu seriado preferido. Este é o tempo mais associado ao espaço. Ele é o tempo âncora e grilhão ao mundo físico. Na comensalidade é a hora marcada para o almoço e o jantar. Mas não é, definitivamente, o tempo indissociável ao espaço. Para Milton Santos (2006), o que une tempo e espaço é a técnica, o trabalho, a ação do sujeito.

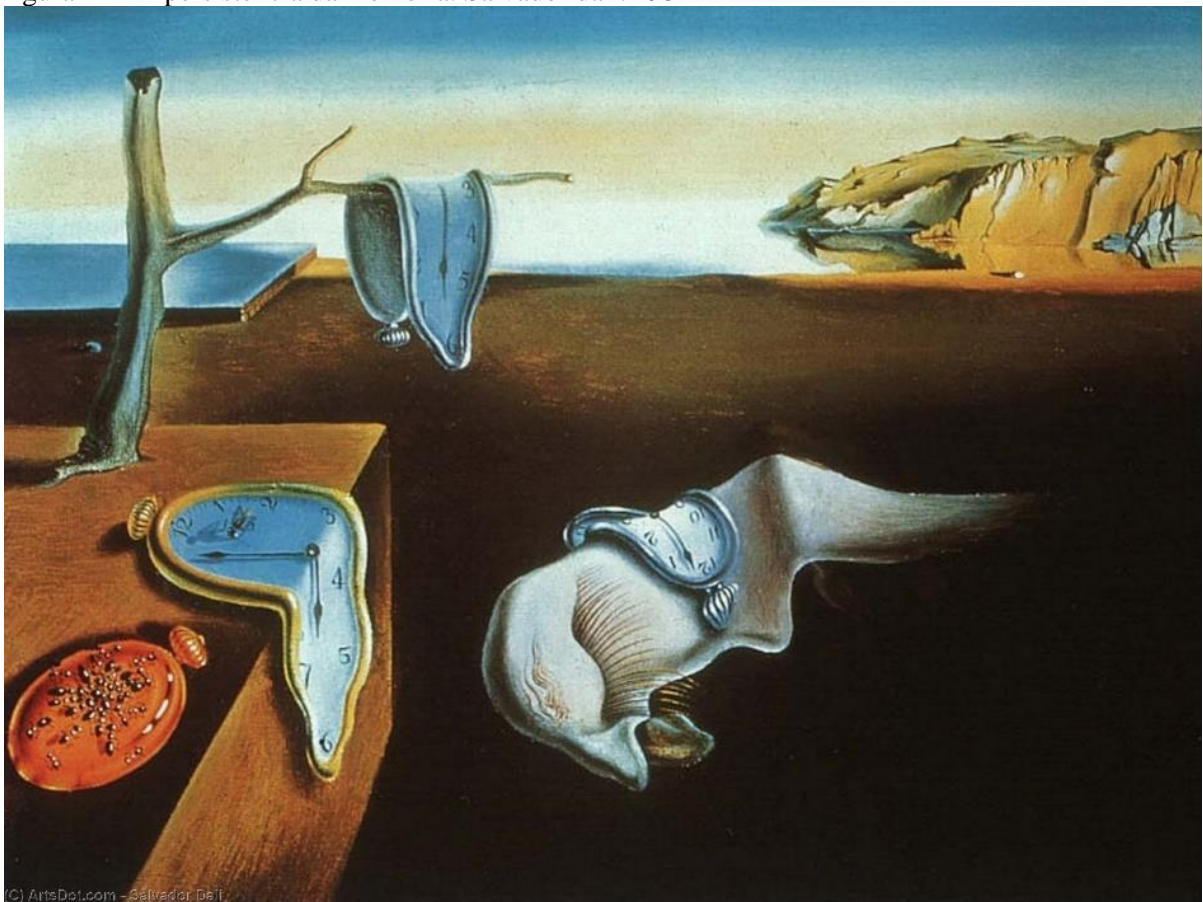
Quando um coletivo de atores sociais, em um determinado lugar e tempo utilizam a técnica para mudar a realidade, eis o **Tempo Histórico**. Este cruzamento específico de tempo, espaço, técnica e coletivo é também como chamamos de momentos históricos. Pontos na linha temporal onde existiram mudanças efetivas na realidade. Revoluções, eleições, manifestações, rupturas. É curioso que ao lembramos destes momentos, indivíduos nos vem à mente. Nunca devemos perder de vista que nestes momentos, para o bem ou para o mal, que atrás de um indivíduo sempre existe um coletivo. Assim:

Através do processo da produção, o "espaço" torna o "tempo" concreto. Assim, a noção de trabalho e a de instrumento de trabalho são muito importantes na explicação geográfica, tanto ou mais do que no estudo dos modos de produção. O trabalho realizado em cada época supõe um conjunto historicamente determinado de técnicas. Segundo uma frase muito frequentemente citada de Marx (*Capital*, I, p. 132, edição de M. Harnecker), "[...] o que distingue as épocas económicas umas das outras, não é o que se faz, mas como se faz, com que instrumentos de trabalho". Esta noção tem, pois, um valor histórico e espacial. A cada lugar geográfico concreto

corresponde, em cada momento, um conjunto de técnicas e de instrumentos de trabalho, resultado de uma combinação específica que também é historicamente determinada. (SANTOS, 2006, p. 34-35).

Nesse sentido, há um confronto no espaço, entre o tempo passado e o tempo do porvir, fruto da ação da técnica/tempo. É sempre sobre uma travessia de fronteiras, quando se trata das convergências imanentes ao tempo histórico. Fronteiras sociais, físicas, literais ou abstratas. Há de que se considerar ainda que voltado para a ação e para a mudança, o tempo histórico é como uma junção de vontade política, coincidências e conjunturas favoráveis. E só são assim nomeados à posteriori.

Figura 12 - A persistência da memória. Salvador dali. 1931



Fonte: <https://en.artsdot.com/@/9H5Q32-Salvador-Dali-DAL%C3%8D-Minnets-envishet,1931,-MOMA>

O quadro *a persistência da memória* de Salvador dali nos propõe uma metáfora visual em relação ao tempo. Antes, rígido, o tempo torna-se flexível, fluido em um deserto surreal. Sob outro prisma, o tempo é pura percepção na medida em que se trata da relação entre o subjetivo e o mundo que circunda o sujeito. Para Merleau-Ponty (1999) a temporalidade é a medida/caráter que gerencia o mundo interno. O sujeito é temporal pois não é eterno. Ele tem

começo, meio e fim. E, se apercebendo disso, se atém às brumas dos tempos e suas narrativas. Para o autor, a lógica da percepção de um determinado sujeito muda a dinâmica da realidade:

“[...] quando dizemos que um riacho se escoia, já que isso significa conceber, ali onde só existe uma coisa inteiramente exterior a si mesma, uma individualidade ou um interior do riacho que desdobra, no exterior, as suas manifestações. Ora, a partir do momento em que introduzo o observador, quer ele siga o curso do riacho ou quer, da margem do rio, ele constate sua passagem, as relações do tempo se invertem. No segundo caso, as massas de água já escoadas não vão em direção ao porvir, elas se perdem no passado; o por-vir está do lado da nascente e o tempo não vem do passado. Não é o passado que empurra o presente nem o presente que empurra o futuro para o ser; o porvir não é preparado atrás do observador, ele se premedita em frente dele, como a tempestade no horizonte.” (MERLEAU-PONTY, 1999, P. 546).

A questão discutida pelo autor é similar ao conhecido experimento mental sobre observação e percepção que nos pergunta "Se uma árvore cai na floresta e ninguém está perto para ouvir, ela fez barulho?" É o que chamamos de **tempo fenomenológico**, ao qual a percepção do sujeito afeta a temporalidade. É uma percepção mais complexa, sujeito à múltiplas interferências, conforme as sujeições que se atravessam. Neste sentido, a minha percepção de tempo difere da percepção do outro e dos outros. São outros tempos e temporalidades que não as convencionais lineares.

É o tempo da memória. O tempo dos delírios. O tempo dos sentimentos. É aquilo que permanece e esvanece, aleatoriamente. É o tempo do desejo, do ímpeto e do imaginário. Este tempo é, portanto, desvinculado às regras de uma cronologia convencional diacrônica. Este tempo pode alterar objetivamente a realidade – a partir do imaginário - se os sujeitos estiverem com seus delírios em sincronia – novamente, para o bem ou para o mal.

A questão do tempo é um ponto chave até para os acadêmicos. Caso sigamos por nomenclaturas e definições como certos marcos temporais, encontramos dicotomias como moderno x contemporâneo – ou pós-moderno; tradição x progresso etc. Se a percepção de tempo não é igual para todos, conforme a fenomenologia, então, faz sentido delimitar estes marcos temporais cronológicos? Ainda que úteis como formas pragmáticas de organizar determinado arcabouço de conhecimento, determinadas discussões tornam-se desnecessárias. Ainda: o que escrevi hoje não reflete o que pensarei em um momento seguinte. São recortes, retratos de momentos, registrados como fotografias, memórias de uma conjunção entre tempo e espaço específico que não refletem o hoje e o amanhã.

Esta reflexão sobre a fenomenologia do tempo nos traz uma demanda para se pensar a noção de memória. Para o dicionário Houaiss (2001) se trata da “[...] faculdade de conservar e lembrar estados de consciência passados e tudo quanto se ache associado aos mesmos.” Ou ainda “[...] aquilo que ocorre ao espírito como resultado de experiências já vividas; lembrança,

reminiscência.” A memória é aquilo que fica registrado em nós daquilo que vivemos, seja como imagem mental, sensações ou impressões. Ou seja, a memória é sempre um retrato do passado, que ao rememorarmos o presentificamos, tornando-o um saber que nos orienta para o futuro. Na mitologia grega, a divindade que gerencia a memória – lembrança e esquecimento - é a Titânide Minemosine, filha de Urano e Gaia, que era cultuada no templo do herói e semideus grego da medicina, Asklepios. Seu culto estava vinculado a ideia de relembrar os sonhos esquecidos durante o sono. Conforme o mito, no mundo dos mortos, quem bebesse das águas de seu poço, relembra dos seus tempos de vida. É interessante considerar que os mitos gregos – assim como nos mais diversos cultos - basicamente eram uma tentativa de antropomorfizar noções e forças da natureza para simplificar sua compreensão. Então, para os gregos antigos, a memória seria fruto do céu/Uranos – o desconhecido - e da terra/Gaia – o conhecido. Ou seja, fruto da experiência, da descoberta, da ação sobre a realidade.

O tempo e a memória para o ponto de intersecção entre o campo da alimentação e cultura são significativos, assim como o são as identidades, os espaços e o consumo. Como já foi discutido aqui, comida é cultura. Para começar, os modos de fazer determinadas comidas, as receitas, são registros escritos/significados escritos em papel ou inscritos no cotidiano social. Eles possuem raízes, uma origem que nos conta de qual lugar veio tal combinação de ingredientes; quando isso aconteceu pela primeira vez, quem fez isso e como fez; quem e de que forma essa comida foi consumida. Óbvio que muitas delas já passaram pelos processos de hibridismo cultural e apenas remetem ao alimento original. Mas é fato que o receituário, seja livro ou prática tradicional familiar, é memória, registro cultural que remete a um **tempo histórico**.

Outro aspecto interessante é como organizamos o **tempo cronológico** em nossa vida em torno das refeições. São demarcações muito bem definidas ao longo do dia. O que fazer antes e depois das refeições. O que comer no café da manhã, no almoço e no jantar. Sim, existem variações em cada cultura, mas a lógica essencial é a mesma: as refeições são referências temporais para nós. Para muitos de nós, também significam uma suspensão pontual na rotina ou um descanso. Quem de nós não parou sua rotina de trabalho para tomar aquele cafezinho? E depois do expediente para beber uma cerveja com os amigos. A comida também pontua a importância de certos eventos no nosso calendário. Dias especiais quando se passa o tempo com a família requerem determinadas comidas especiais. Natal, ano novo, aniversários, dia dos Namorados, etc. Sabemos que nestes dias, iremos comer e beber bem. São, portanto, demarcações. Por outro lado, também são memoráveis. Estes momentos costumam ser especiais, afetivos, tornando-se recortes de momentos em nossas memórias. Nessa medida, seu

ritmo é o do **tempo fenomenológico**. Para Ricoer (2007), a memória se costura e alimenta o imaginário, fomentando delírios, sonhos e inspirações, que originam muitas das narrativas culturais que partilhamos socialmente.

O autor que aqui escreve lembra muito bem dos momentos na juventude em que era um entregador de contas da companhia de energia no Interior do Mato Grosso. Entre entregas em uma vila na zona rural, sempre havia aquele tempinho de descanso para deixar a bicicleta no canto, sentar embaixo de uma árvore de mexericas no meio do caminho e saborear algumas delas colhidas diretos dos pés. Ainda hoje o cheiro das mexericas presentes na memória deste pesquisador torna-se quase vívido. São memórias de um tempo mais simples, onde não era necessária a feitura de uma tese. (risos).

Gracejos à parte, outra característica marcante nesse cruzamento reflexivo é a chamada memória afetiva da comida. Entendemos aqui que se trata de uma associação psicológica entre os fatos ocorridos e a comida consumida. É puro tempo fenomenológico e imaginário. Aquela comida especial que faz você se lembrar da sua avó, das suas raízes, sua infância, etc. É um retrato mental em múltiplas dimensões. Porque não é só a imagem que foi vista e foi guardada. É o cheiro, o paladar, os sons e o que o corpo sentiu, pensou. Quase um arquivo midiático em múltiplas dimensões. Claro, que uma memória deste porte ainda não pode ser reproduzida de forma artificial. Ela autêntica, única e subjetiva. Ou seja: sujeitos diferentes podem ter participado de uma mesma experiência. Mas cada um terá uma impressão de memória diferente, graças às suas experiências de vida. Boas ou ruins. Existem pessoas que não suportam determinada comida doce, porque elas nada trazem de positivo para a experiência de se alimentar. Outras comidas são amargas, ardidas e afins. E estas são suas preferidas, por trazer o conforto de determinadas memórias.

Já discutimos a memória afetiva do comer. Mas e a memória afetiva referente à ação, sobretudo ao fazer artesanal? O artesanal ao contrário do industrializado é mergulhado no **tempo fenomenológico**. O relógio e as regras concretas podem até ditar o fazer, mas há o espaço para os sentidos e para imbuir de espírito humano aquilo que será produzido. Como nos mitos bíblicos, onde Deus sopra a vida no primeiro ser humano. Aquele que faz, que coloca sua vontade, ação e sentimento naquilo que é produzido é um criador e o produto não é um mero resultado de uma ação mecânica. Se trata de uma criatura. Não uma vida biológica tradicional, mas o resultado de uma pulsão vital imaginária, permeada de fluxos de elementos simbólicos. Por exemplo, a partir deste ponto de vista aquele que cozinha seria o criador de uma narrativa, de um ponto de inflexão medial. Colocar suas mãos na massa, seguindo os modos de fazer tradicionais ou ancestrais é dar vida, materializar discursos em algo que poderá ser partilhado

coletivamente no mundo físico, utilizando os sentidos. É uma ideia que foi convertida em modo que poderá ser apreciada pelos sentidos do paladar, olfato, visão, tato e audição. Ou pelo gosto, que é algo subjetivo e, portanto, sujeito às regras do mundo das temporalidades fenomenológicas.

A partir destas linhas de raciocínio podemos inferir que o tempo em suas mais diversas manifestações é tão significativo nas mediações quanto o espaço, a existência e o consumo. No fim das contas são dimensões que se completam, mas que precisam de pontos de convergência e referência, que atuem em um processo de mediação. Aqui para este trabalho, nos interessa a comida como mediação.

2.5 Atando os nós: a construção de um modelo

Os ossos
perderam cálcio e densidade.
Sem resistência, meio inclinada,
ela se entrega à sopa escaldante
ao aroma errante
aos vapores fatídicos que se espalham
de uma fonte de verduras
junto ao rosto
de tal modo que
embora brilhe o sol
nos longes do horizonte
escuras nuvens se formam
nas latitudes mais próximas
do coração.

(“Sopa”, poema de Lucinda Persona, 2001).

Até aqui, foi realizado um esforço para dar base conceitual ao argumento que neste tópico será discutido. Os ingredientes foram colocados na panela e agora a tarefa é combiná-los em uma sopa conceitual. O desafio aqui é sedimentar uma baliza teórica que costure os processos culturais da comensalidade, a noção de identidade, a complexidade do consumo contemporâneo e as questões próprias à relação humano frente o tempo e o espaço. Esta costura, a princípio deve ser considerada como da ordem de um processo complexo e que perpassa criando vínculos entre todas estas noções.

Assim, consideremos que a comunicação, como área, atua de modo interdisciplinar, desde a sua concepção. Sua formação é híbrida: da sua emergência, diversos campos contribuíram à sua construção. Desde a sua origem como ciência, a comunicação se apresenta

como múltipla, aberta para construções. Ainda em construção, este campo segue a narrativa histórica pelo viés da quebra de paradigmas. Escolas que se sobrepõem, entendimentos e pensamentos que se contrapõem. O único consenso na área é que a comunicação é fenômeno significativo para a integração social.

2.5.1 Comensalidade é mediação

A Escola de Chicago, seus sistemas fechados, com seus modelos calcados em um receptor submisso ao sistema, com uma forte carga psicológica e sociológica. A escola de Frankfurt, e a crítica ao sistema e a manipulação do social, com o sujeito alienado ao conteúdo e intencionalidades do emissor. Os estudos culturais ingleses e a compreensão de uma comunicação social que atua na construção de identidades, permeando o consumo. A midiologia de McLuhan e sua conexão com a aldeia global. Até a escola latino-americana de comunicação com sua concepção de comunicação com base na recepção e no dialogismo. Todas estas perspectivas trazem em si, o potencial paradigmático: cada uma delas, contesta a anterior e articula novas formas de se pensar a comunicação. Tivemos a passagem dos meios, para os processos e finalmente, as mediações. A comunicação como processo que vincula todas as esferas sociais, não ignorando nenhuma de suas manifestações e polos é uma perspectiva da escola latino-americana, fomentada pelas reflexões de Jesus Martin-Barbero (2009).

O autor em movimento paradigmático, horizontaliza os processos comunicacionais trazendo a noção de mediação como um modelo de horizontalização: todos os aspectos são significativos e para compreender estes fenômenos na contemporaneidade, é importante considera-los em uma lógica igualitária. Se os autores de Chicago privilegiam o emissor, sob uma perspectiva administrativa a partir de modelos e sistemas, Barbero traz a importância para a esfera das mediações, onde a todos os nós – relações entre as esferas do ser e estar na sociedade - são significativos. Mais do que nunca, a comunicação como uma ponte, como a criação de vínculos é significativa.

A comunicação seria a conexão que alimenta a vida contemporânea. Tudo está conectado pela comunicação: a cultura, a indústria e seus formatos de conteúdo; as competências de interpretação do público, a lógica de produção -a indústria cultural, a rigor -, as relações sociais, as ritualidades, técnicas e as instituições. Das relações entre um ou mais destes fatores é que se criam os nós, as mediações. A comunicação ganha proeminência por

estar na mesma instância central da política e da cultura. Em torno destas três, demais mediações se constroem, diacronicamente – sob um processo histórico, horizontal – e sincronicamente, sob um processo vertical.

Nesse sentido é possível tecer uma aproximação das mediações de Martin-Barbero com o pensamento de Muniz Sodré (2014) que a define em essência como o “tornar comum”, sob uma perspectiva de interação social, das transmissões de informações em macroescala, mas também das coisas ditas mundanas, das mediações do cotidiano – como a comensalidade. A comunicação seria um conjunto de placas tectônicas que se movimentam sob a base do comum.

Para o autor:

No necessário rearranjo de pessoas e coisas, a comunicação revela-se como principal forma organizativa. Acentuamos o “revelar-se” porque comunicação significa, de fato, em sua radicalidade, o fazer organizativo das mediações imprescindíveis ao comum humano, a resolução aproximativa das diferenças pertinentes em formas simbólicas. As coisas, as diferenças aproximam-se como entidades comunicantes porque se encadeiam no vínculo originário (uma marca de limites, equiparável ao sentido) estabelecido pelo símbolo. (SODRÉ, 2014, p. 15).

Assim, a questão aqui não é questionar a importância dos meios como uma perspectiva central ao se debater os fenômenos comunicacionais. Mas ressaltar as mediações e o popular, no processo de ressignificação com base em uma perspectiva dialógica. Então, não se nega uma comunicação de massa, com intencionalidades dos emissores, mas também há resistência e ressignificação do ponto de vista da recepção. Emissão e recepção são noções que perdem sentido se levarmos em consideração que o que importa é a dinâmica das mediações e os fluxos que hibridizam informações e conteúdo. O correto são as mediações e não a mediação. São múltiplos os processos, tanto é que a complexidade pressupõe inúmeras possibilidades de ressignificar determinado artefato informacional comunicacional e uma construção coletiva de narrativas e sentidos. Comunicação de massa e comunicação interpessoal participam de um mesmo circuito, condicionadas pelo tempo e pelo espaço. Para o autor:

“[...] "Mediações são aquele" lugar "a partir do qual é possível entender a interação entre o espaço de produção e o de recepção: o que é produzido na televisão não responde apenas aos requisitos do sistema industrial e estratégias comerciais, mas também às demandas que elas provêm do tecido cultural e dos modos de ver.” (MARTÍN-BARBERO, 2009. p.20).

Segundo o modelo proposto na segunda introdução do livro dos meios às mediações, Cultura, política e comunicação são indissociáveis e centrais na matriz social. São imanentes à esfera social, cultural e mediam em um primeiro nível. As relações entre a lógica de produção, bases culturais, formatos industriais e as competências de recepção, do público em segundo nível. Entre elas há um jogo em terceiro nível entre institucionalidades, sociabilidades, técnica/tecnologia e ritualidades atuam nos nós subalternos na hierarquia comunicacional. Como a sociedade se move e os processos comunicacionais também se modificam e a noção de

mediações para o próprio autor está em construção, uma terceira introdução coloca tempo e espaço como centrais e condicionantes – verticais – ao fluxo comunicacional. Abaixo, o modelo, datado do ano de 2010:

Figura 13 - Modelo das mediações, proposto por Jesus Martin-Barbero na terceira versão de sua introdução ao livro dos meios às mediações, de 2010.



Fonte: Martin-Barbero (2010)

Como podemos observar neste modelo, temporalidade e espacialidade se relacionam em um eixo vertical com a comunicação, a cultura e a política. Este modelo serve a este trabalho na medida em que as concepções de espaço – lugar, território e fronteiras – dialogam com a perspectiva de tempo – aqui cristalizadas sob a égide da história. Em um eixo horizontal, mobilidade – uma noção essencialmente física e corporal se vincula horizontalmente com a noção de fluxo, que, basicamente, podemos atribuir um vínculo à noção de redes de Milton Santos (2006).

Em torno deste processo, identificamos identidade – o eu, o sujeito pós moderno, o subjetivo e a um nível ético-, a tecnicidade – hoje atribuída não só ao agir, como também às tecnologias, fruto da ação humana que estendem a suas ações; a *cognitividade* – os fenômenos psicológicos da relação entre objetivo e subjetivo e, aos quais hoje podemos associar também às sensibilidades, ao emocional, ao imaginário; e as ritualidades – a semblância, o teatral, em um nível estético.

A evolução do modelo não parou por aí. Em 2018, a professora Maria Emacullata Vassalo de Lopes (2018) no artigo intitulado A teoria Barberiana da Comunicação, nos relata da última versão do modelo das mediações, que vai de encontro às mutações culturais e comunicativas do contemporâneo. O modelo é mais aprazível para se pensar por um viés

fenomenológico, dialogando com as noções de historicidade e de percepção. Conforme a autora:

Trata-se de um novo mapa rizomático em que essas mediações se tornaram básicas e se despregam podendo ser relacionadas em formas de direções e densidades diferentes. Dependendo do problema de pesquisa, as mediações podem ser mobilizadas e articuladas com *identidades, redes, cidadanias e narrativas*. Estamos diante de uma série de pistas que seguramente atenderão aos objetos das pesquisas de comunicação contemporâneas. (DE LOPES, 2018, p. 59).

Abaixo, o modelo em questão:

Figura 14 - Quarta e última versão do Modelo das mediações, proposto por Jesus Martin-Barbero.



Fonte: De Lopes (2018).

Neste modelo, os eixos principais são ordenados pelas *sensorialidades, tecnicidades, espacialidades e tecnicidades*. Em órbita, temos as *narrativas* atando tempo e técnica; as *redes*, vinculadas entre *técnica* e espaço; *cidadanias*, surgindo dos diálogos entre espaço e sensorialidade e Identidade, ligando Tempo e sensorialidades. Ao centro desta dinâmica, *comunicação, cultura e política*.

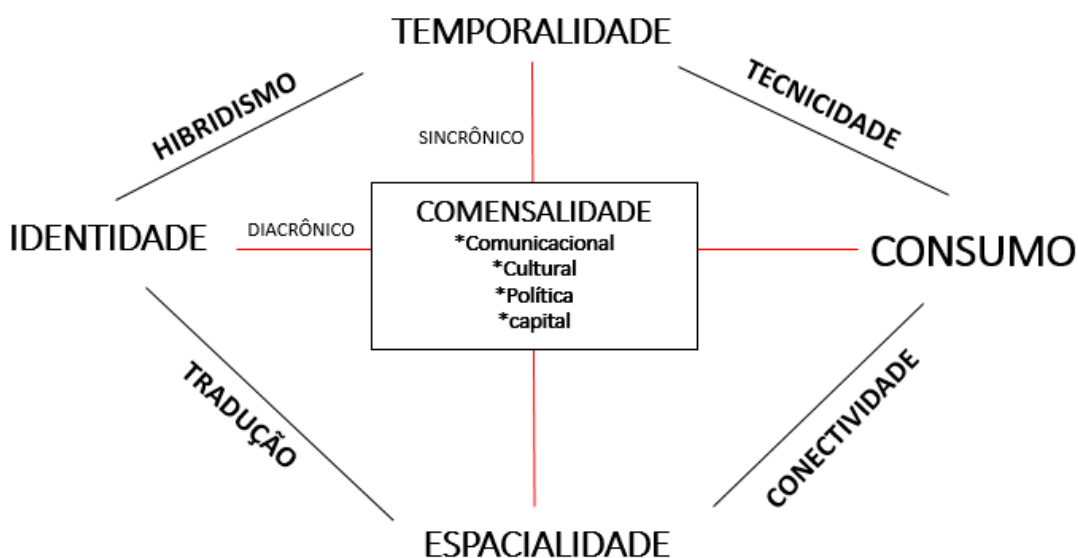
Com a evolução deste modelo devidamente apresentada e discutida, a intenção aqui é adaptar esta lógica para o contexto da pesquisa que aqui desponta. Desde já pedimos licença, sem pretensões de arrogância intelectual ou ofensa ao legado de Jesus Marton-Barbero. A ideia é pensar como a essência deste modelo pode servir a uma pesquisa interdisciplinar entre os campos da Comunicação, Alimentação e Cultura. E a partir dele, costurar com outras ideias e pensamentos, hibridizando saberes.

A ideia aqui é considerar o processo de comensalidade, em todas as suas dimensões, como uma mediação comunicacional entre muitas. Consideremos aqui que: o modelo a seguir é específico, serve ao campo transdisciplinar da alimentação em interface com a da

comunicação; abarca outras dimensões para além do modelo já consagrado e ele, por conseguinte, é interdisciplinar. Partimos do pressuposto de que a comensalidade é um processo de comunicação e, portanto, em consonância com o pensamento de Martin-Barbero é uma mediação.

Então, ela se encontra central, junto aos aspectos políticos e cultural. Eis que se suscita a questão: mas comensalidade também não é um aspecto cultural e político? Sim. À esta investigação a comensalidade é central: portanto é comunicacional – ela media -, ela é cultural – simbólica -, e econômica – ela suscita fenômenos frente à disputa por capitais, simbólicos ou materiais. Se assim é fundamental sob este aspecto, então, o consumo é um polo horizontalizado a ser considerado.

Figura 15 - Modelo da comensalidade como mediação, baseado no modelo macro já consagrado de Jesus Martin-Barbero, integrando às noções da geografia, alimentação e estudos culturais



Fonte: o autor, 2023.

Para este modelo, consideremos: a) a comensalidade é comunicação da ordem das mediações – portanto, pode englobar meios, mensagens e processos e b) que os vínculos de mediação estão hierarquizados, por ordem de fluxos:

1) A *comensalidade* como um fenômeno de comunicação social, como uma mediação de primeiro nível, vinculados às dimensões *cultural*, *comunicacional*, *política* e *capital*. Mas com uma complexidade que expande aspectos por outros níveis de mediação. Considerando a comensalidade como um processo comunicacional, ou seja, uma ponte que a tudo vincula e que expressa o espírito do seu tempo, ela é uma mediação de primeira ordem. Lembrando aqui que

a comensalidade aqui, como face social e iterativa da alimentação, abarca tanto a interação em si, como as comidas, ingredientes, culinária e demais aspectos;

2) Em um segundo nível, *consumo* e *identidade*, de forma horizontal, em uma relação diacrônica, ou seja, histórica, perpassando a centralidade da comensalidade e seus aspectos. Entende-se aqui que o consumo, hoje, assume protagonismo na construção identitária. E vice e versa. Do ponto de vista da comensalidade, seria basicamente definir que o que comemos faz parte da construção de nosso eu, e nós também somos agentes que definem o processo de consumo, historicamente e em uma relação igualitária. *Temporalidade* e *espacialidade* – sincrônica, mas verticalizada. Grosso modo, tempo e espaço caminham lado a lado quando falamos em relações mediadas pela comensalidade;

3) Como mediações de terceiro nível, consideramos que a *conectividade* - própria a noção de redes - é elemento que liga o binômio *consumo* e *espacialidade*. *Conectividade* é uma modalidade de mediação que permite tanto a transição de *fronteiras*., quanto a construção de uma dinâmica que alimenta literal ou simbolicamente *lugar* e *território* – com ligação vertical à centralidade da comensalidade e seus aspectos políticos e de capitais. O *hibridismo*, atua como vínculo entre *identidade* e *temporalidade* por ser um processo que realizada a transição de referentes impermanentes, fenômeno próprio ao contemporâneo; em outro nó, a *identidade* converge com a *espacialidade*, através da *tradução*, desvelando que *lugares* e *territórios* são fundamentais para a formação do eu e do senso de pertença. Finalmente, a *tecnicidade* e sua predisposição à ação vinculam *temporalidade* à *consumo*, revelando a instantaneidade que os processos tecnológicos propiciam aos processos imanentes ao consumo.

Este modelo é uma forma didática de tentar explicitar a relação entre a comensalidade como um processo comunicacional e suas relações com os conceitos explorados na parte teórica desta pesquisa. Não se trata de tentar superar um paradigma ou quebrar um cânone. Apenas uma costura epistemológica, uma forma de tentar fortalecer e sedimentar um diálogo interdisciplinar, tecendo laços entre os elementos que orbitam o objeto investigado, preparando as bases para a jornada etnográfica-comunicacional que irá se iniciar.

2.5.2 Comida: entre atores e actantes

Tendo o modelo para a comensalidade sido elaborado para posteriormente ser colocado à prova – como um mapa noturno e categorias – algumas questões ainda devem ser esclarecidas. Entende-se aqui a comensalidade como da ordem dos processos e o modelo de mediação como

uma matriz processual. E a comensalidade é aqui entendida não só como os vários processos do estar a mesa, mas como toda a esfera material e imaginária de produção, comercialização. Consumo. Isso quer dizer que o modelo proposto se trata de um circuito processual, por onde fluxos comunicacionais transitam. Simplificando, como uma estrutura. Todo este fluxo parte dos atores sociais e de suas ações.

Mas que atores sociais são esses? São as pessoas? A comida, que é central na comensalidade não deve ser considerada? A partir destes questionamentos, compreende-se que a comida, como ente cultural, portadora de tempo, história, identidade e espaço se trata de um agente social significativo. Assim, é importante dialogar com outros saberes para continuar com a construção. Para isso, pegamos emprestados alguns conceitos da Teoria Ator-rede de Bruno Latour (2005), que podem complementar a compreensão da comensalidade como mediação.

Para ficar mais claro, entende-se aqui que a mediação é um processo de comunicação, o modelo proposto é uma matriz processual simplificada – como uma rede, que é perpassada pelos fluxos comunicacionais, produzidos pelos agentes sociais – atores humanos e não humanos (comidas, objetos, etc) que podem ser chamados de *Actantes*. Para o dicionário Houaiss (2001), o termo actante possui muitos significados, a maioria deles vinculada à linguística. Para este trabalho, o mais apropriado é “[...] ser, força, coisa etc. que participa da ação, na estrutura de uma narrativa.”

André Lemos (2012) explica que a separação entre sujeito e objeto se trata de uma ilusão. Assim, os actantes são aquilo que geram ações, produzem movimento e diferença. Os *actantes* também são chamados de mediadores e eles compõe as redes e em certa parte, também são as redes. As redes são abertas, rizomáticas, permeadas por fluxos e com características híbridas. Então, o modelo que aqui foi produzido a partir do original de Barbero é uma representação gráfica, com um propósito visual que tende a recortar, para simplificar determinado processo de comensalidade/mediação que nos atende.

Grosso modo as comidas são actantes, atores no palco social tanto quanto os comensais, na medida em que elas são agentes ativos, que promovem fluxos e mediam a cultura. Pulsam de vitalidade, subjetividade e hibridização. Então, a partir deste diálogo epistêmico, define-se aqui, para esta pesquisa:

- **A comensalidade** é um processo de mediação e o modelo proposto se trata da representação de uma matriz-rede de mediação por onde circulam os fluxos de conteúdo. Este modelo servirá como uma bússola para orientar a cartografia desta pesquisa e outras à posteriori;

- **A comida**, longe de ser um objeto estático é um ator-mediador social, ou seja, um agente ativo na mediação, tão significativo quanto os atores humanos.

3 QUEIJO PRA QUE TE QUERO

Os ácaros perguntaram como o queijo chegou lá,
 E debateram calorosamente o assunto;
 Os ortodoxos diziam que vinha do ar,
 e os hereges diziam do prato.
 Eles discutiram muito e eles argumentaram forte,
 E eu ouço que eles estão discutindo agora;
 Mas de todos os espíritos escolhidos que viviam no queijo,
 nenhum deles pensou em uma vaca.

(“A Parábola”, Sir Arthur Conan Doyle, manuscrito papel e pena, 1898, Tradução nossa, original em inglês).²⁵

Após trilharmos os caminhos conceituais e a proposta de modelo comunicacional para a comensalidade, cabe uma jornada em torno do queijo, seus sentidos e significados ao longo da história. A propósito de delimitação conceitual, conforme o dicionário Houaiss (2001), etimologicamente a palavra queijo vem do latim *caseus*, que algumas fontes indicam que significa “caixa redonda” e outras indicam que provavelmente é uma palavra oriunda do radical proto-indo-europeu “*kwat*”, que significa 'tornar azedo, fermentar'. Para os ingleses é *cheese*, para os holandeses *kaas* e *käse* para os alemães e austríacos. Na Itália é *formaggio* e na França *fromage*, que tem raiz no romano antigo *coagulum formatum*, que significa “coágulo formado.”

3.1 Breve história cultural do queijo

A própria história do queijo foi construída por estes percursos, com suas receitas e modos de produção sendo modificadas, agregando elementos locais, desenvolvimentos técnicos e derivando na pluralidade de queijos que hoje conhecemos. A narrativa do queijo é tão antiga que entre fontes históricas, mitos e lendas se confundem. Por exemplo, segundo a mitologia grega, a arte de fazer o queijo foi repassada aos humanos pelo Deus dos pastores, caçadores e rebanhos Aristeu, filho de Apolo e da Ninfa Cirene. Essa divindade também foi responsável pelo ensino de várias outras artes aos humanos, como a Apicultura. A rigor, os mitos não passam de grandes metáforas de sua época cristalizadas pelo tempo. Este mito, desconstruído nos apresenta que um saber (como fazer queijo) vinculado a uma prática laboral (criação de

²⁵ Original disponível em: [https://www.arthur-conan-doyle.com/index.php/A_Parable_\(poem_1898\)](https://www.arthur-conan-doyle.com/index.php/A_Parable_(poem_1898))

animais). Sendo um saber do cotidiano, mas tendo certa complexidade, modos de fazer e especialização, para o mito é pintada como uma dádiva divina ou um milagre. Algo complexo ou impossível de se adquirir a não ser por um saber externo ao mundo em que vivemos. Na mitologia grega, temos a inspiração, que é uma dádiva de saber sensível intuída por uma divindade – musas, deuses, *daimons*. Então, podemos inferir que o queijo foi uma “descoberta” feita na prática e inspirada durante tentativa e erro.

Depois destas reflexões, é importante focar naquilo que está concreto, registrado. Para alguns autores, a origem do queijo remonta ao período entre 7000 AC e 6500 AC, na Anatólia, região onde hoje fica a Turquia, com o início da criação de animais – provavelmente cabras, ovelhas e em menor número, vacas - para obtenção de leite e do desenvolvimento da agricultura pelos povos primitivos. Em sintonia, as duas práticas foram desenvolvidas em simbiose. O aproveitamento do leite, provavelmente se deu para alimentar os bebês e crianças pequenas. As criações iniciais eram de cabras e ovelhas e indícios apontam que gerações e inúmeras adaptações dos animais se passaram até que o homem pudesse aproveitar o leite em um volume mais significativo para consumo. (KINDSTEDT, 2012). Conforme Dalby (2009, p. 31) a domesticação mais antiga de um animal produtor de leite provavelmente ocorreu há cerca de nove mil anos. Para o autor:

[...] Se nos permitirmos construir a história a partir de sítios arqueológicos conhecidos, pode ter sido nas montanhas Zagros, no noroeste do Irã, que as cabras, que já eram pastoreadas sazonalmente em muitas regiões temperadas do Velho Mundo, começaram a viver e se reproduzir sob controle humano contínuo. (Tradução nossa).

O fato é que muito tempo se passou até que o homem aprendesse a utilizar o leite excedente para produzir outros alimentos, como a manteiga e o queijo. Isso se deu em consonância com a produção de utensílios, recipientes que pudessem servir para guardar o leite e a utilização de peneiras e formas rudimentares de prensas que possibilitaram o aproveitamento do leite após o talho. Assim, os primeiros queijos eram prensados e secos, como forma de conservação desse alimento em tempos de escassez. Se pararmos para pensar, o queijo é um alimento estável e regular que surgiu em um mundo onde o leite não era um produto estável e regular. Sem conservação ele estragaria rapidamente graças às bactérias do ácido láctico.

Então, o surgimento de técnicas para a produção do queijo está intimamente ligado à criação de animais de uma forma mais regular, sem ser para o abate para carne e couro. Alguns relatos falam do queijo surgindo do leite que era guardado em bolsas feitas do estômago de animais, que de fato depois, descobriu-se que geravam coagulantes. Conforme a sabedoria de Câmara Cascudo (1967, p. 27), o queijo

“[...] nasceu de um estado superior da domesticação de animais. Edouard Desor (1811-1882) encontrara nas palafitas suíças uns vasos de barro com orifícios,

identificados por êle como para esgotar o sôro na fabricação do queijo. Não é interpretação pacífica e a prova material está reduzida-a poucos espécimes. *Testis unus, testis nullus*. Na época das cidades lacustres não creio que o gado estivesse em número e estado de domesticação compatíveis com a incipiente indústria do queijo. A domesticação atingira a esta fase utilitária, vista pelo ilustre Desor? Não me convenço. O queijo deve ser muito posterior. Da Idade dos Metais, quando a agricultura ambientava o pastoreio de forma regular e tranqüila, fixada a população e iniciados os trabalhos sedentários no plano doméstico, como fazer-se o queijo que, de começo, parece-me ter sido tarefa feminina, como ocorreu no interior do Brasil. O queijo nasceu da coalhada mas muitos povos chegaram ao queijo sem demorar no estágio anterior, como os lapões, fabricantes de queijos com o leite das renas que ainda possuem em grandes rebanhos.”

Do ponto de vista biocultural, coincide com este período o desenvolvimento da capacidade humana de digerir a enzima da lactose por parte da população mundial adulta. A maioria dos humanos adultos em todo o mundo hoje – incluindo o autor desta pesquisa - não consegue digerir leite fresco. Mas há um número significativo de pessoas que consegue e sem esta evolução dos antepassados delas, provavelmente o leite não seria tão aproveitado como é hoje – embora a lactose esteja praticamente eliminada em queijos que passaram por processo de cura. Então, podemos afirmar que o ser humano se adaptou ao consumo de leite para sobreviver.

O queijo era elemento cultural importante na antiguidade, sendo oferenda aos Deuses dos mais diversos povos. Outro grande império onde o queijo foi central foi o Egito Antigo. Pesquisadores encontraram no túmulo da I dinastia egípcia (3.000 aC.) uma substância em jarros que seria queijo. Conforme Dalby (2009), eles eram presentes/ofereidas do povo à dinastia, como um ato político (e ao mesmo tempo religioso).

Figura 16 - Arte rupestre egípcio mostrando a ordenha de uma vaca.



Fonte: <http://www.queijocoalhoBrasil.com/historia-do-queijo/>

Na antiga Mesopotâmia temos o mito de *Dumuzi-Inanna* a Deusa que gostava de leite e queijo – e que mais tarde, com o hibridismo cultural e tradução viraria *Ishtar* e depois Afrodite para os gregos. Conforme nos conta Kindstedt (2012, p. 36):

No mito do casamento sagrado de *Inanna*, por exemplo, *Inanna* está prestes a escolher um cônjuge humano quando se encontra em conflito com seu irmão, o deus do sol Utu. Utu quer que *Inanna* se case com *Dumuzi*, o pastor, mas *Inanna* prefere *Enkimdu*, um fazendeiro que é capaz de lhe fornecer grãos, a *Dumuzi*, que lhe oferece leite e creme. *Dumuzi* então confronta *Inanna*, exigindo saber por que ela prefere o fazendeiro. Ele apresenta um apaixonado comparação dos produtos que o agricultor tem a oferecer, como pão, feijão e tâmaras, com seus próprios produtos, incluindo leite encorpado, leite fermentado (iogurte), leite batido (manteiga ou *ghee*), queijo mel e queijos pequenos. Ele termina se gabando de que produz tanto creme e leite que seu rival, o fazendeiro, poderia viver das sobras. O argumento de *Dumuzi* ganha o dia, e *Inanna* concorda em se casar com o pastor.

Este mito nos fala metaforicamente, claro, sobre a relação entre homem e mulher para o povo da mesopotâmia. Fala sobre fertilidade, sexualidade e relações de poder. E tudo ilustrado pela comida, elemento mediador por essência. Essa história mítica foi cristalizada no ritual do casamento sagrado, quando anualmente o rei do país se casava simbolicamente com uma sacerdotisa que simbolizava a Deusa. Fora isso, todos os dias eram ofertados queijo e manteiga em seu templo. Esta dinâmica também escondia uma forma de controle dos religiosos e governantes sobre o seu povo: como a oferta era diária, eles poderiam mensurar a quantidade de ovelhas e gerir a forma que eram criadas e a quantidade de derivados do leite produzidos.

Na Grécia antiga, para além do mito de Aristeu, o queijo esteve presente cotidianamente o que foi retratado nas mais diversas tramas históricas, mitos e literatura. Uma em especial chama a atenção por ter ao mesmo tempo componentes religiosos, místicos ou científicos. Ou tudo ao mesmo tempo. Explico. Nos anos 70, foram encontradas o que seriam cubas ou formas de queijo no santuário Coríntio de *Asklepios* – esse, uma divindade vinculada à medicina e seu santuário/templo foi um dos primeiros estabelecimentos de saúde da história. Mais algumas evidências no templo, como inscrições nas paredes, apontavam que o leite e seus derivados eram utilizados em tratamentos de saúde.

Figura 17 - Estatueta de uma mulher ralando queijo, da Grécia, início do século V aC.



Fonte: Kindstedt (2012).

Perscrutando em outros artefatos culturais, encontramos em trecho da *Ilíada* de Homero, uma das várias batalhas entre o Deus da guerra *Ares* e a Deusa da Justiça *Athena*. Obviamente, Novamente *Ares* perde a batalha e sai ferido, se retirando até seu pai *Zeus*. Após dar um sermão em *Ares*, *Zeus* recomenda que ele vá procurar seu curandeiro pessoal *Asclépios* – algumas vezes chamado *Paieon*. Então, Homero utiliza uma metáfora afirmando que a ferida de *Ares* cicatrizava rapidamente da mesma forma que o leite líquido coagula quando a seiva de figo selvagem é pingada e mexida.

Conforme Kindstedt (2012, p.83)

“[...] Assim, é concebível que a ligação da coagulação do coalho e da cura que foi incorporada na mitologia e na linguagem grega também possa ter se reunido simbolicamente no santuário de Asklepios (ou Paieon) como um rito cultural de cura que incorporou coagulação do leite e talvez até queijo fazer. Seria interessante determinar se bacias semelhantes sem evidência de abrasão e desgaste foram presente em outros santuários de Asklepios, como seria de esperar se os ritos de culto envolvendo a coagulação do leite fossem amplamente praticados em todo o mundo grego.

É fato que o queijo era elemento central na dieta e na cultura grega – portanto, não era só um alimento, era comida. Estava na linguagem, rituais e até nos mitos. Durante o século VIII AC, os gregos colonizaram a costa da Sicília, e, como era de esperar, os queijos – em suas mais diversas formas - continuaram a prosperar. No século IV a.C., a Grécia enfrentou seu declínio e Roma começava a sua ascensão. Enquanto isso, na Pérsia, os altos magos seguidores de Zoroastro seguiam um curioso regime: evitavam se alimentar de carnes e subsistiam apenas de queijo, vegetais e pão simples. Não pela inspiração no ideal de saúde ou no vegetarianismo que hoje bem conhecemos. Mas novamente pela metáfora que essas comidas transmitem. O queijo é derivado do leite, o que nos remete à maternagem, à pureza e até à infância. É um alimento de certa forma renovável, doado por alguém, agregador, no polo feminino.

Para ser transformado em queijo ele precisa de um certo saber e de um certo fazer específico – dedicar sua energia para produzir algo. O oposto da carne, que carregava para estes religiosos uma ideia de morte sacrificial, de fim de ciclo e de violência. Podemos inferir que a ideia de oferenda, quando se trata de carne, está relacionada a alguma barganha com os Deuses – boa colheita, boa sorte, etc. Já a oferenda vinculada a alimentos do labor, remete à gratidão e à boa convivência entre o mundo espiritual e o mundo material. Isso, no caso que aqui relatamos, já que para cada povo ou crença existem diversas.

Como podemos observar, o queijo – em suas mais diversas dimensões - está presente nas narrativas de muitos povos. Ele é uma construção cultural, com dimensões diversas e implicações múltiplas e, portanto, um elemento simbólico. Na medida em que ele comunica e agrega identidade, consumo, territorialidades e temporalidades, ele tem algo a dizer. Ele comunica. Assim, ele não é só um alimento. O queijo é cultura, é comida. A seguir uma linha do tempo que tenta sintetizar os pontos principais desta jornada histórica/cultural:

Quadro 5 - linha do tempo: sínteses da História do queijo

Sec/Ano	Acontecimentos
7.000 a.C./6500 aC	#Domesticação generalizada de ovelhas e cabras para carne em todo o Crescente Fértil – Anatólia. ##Surge a Cerâmica – possibilidade de se guardar o excedente do leite e conseqüentemente o surgimento dos primeiros queijos.
6.500 a. C./6.000 a.C.	#Primeiras evidências de produção de leite oeste da Anatólia – potes que armazenavam produtos lácteos processados – Leite, manteiga ou Ghee (óleo de manteiga). #primeiros queijos produzidos – elemento ácido e calor. #O queijo na mesopotâmia e no Egito
4500 aC./ 3.000 aC.	O queijo já estabelecido na Europa e Ásia e com diversidade de tipos.
3.000 aC - 600 aC.	#O queijo na mesopotâmia. A criação de gado prospera #Culto à Dumuzi-Inanna a Deusa que gostava de leite e queijo – mais tarde ela viraria Ishtar e depois Afrodite para os gregos. #o queijo na Grécia antiga.
2000 aC.	Descoberta do aço, queda do Bronze.
1500 aC.	#Presença do queijo na Índia. Citação à laticínios nos VEDAS
1200 aC.	#idade das trevas grega
1000 aC.	Ascensão dos fenícios
Sec. 8 aC,	#O ferro e a nova prosperidade grega. Expansão do comércio de queijo com novos polos surgindo, incluindo Catânia e Siracusa (Sicília) e Marselha (França), que se tornariam centros importantes para um crescente comércio de queijo. #Surgimento da escrita grega, com influência dos fenícios.
Sec. V aC.	#Sicilianos com reputação de grandes queijeiros. - Surge o Queijo Caccio Cavallo.
Sec IV aC.	#decadência grega – Ascensão de Roma
Sec III Ac. – IV dC.	Auge do império romano.
Sec. IV dC./1.453 dC.	IDADE MÉDIA/FEUDALISMO – Diversificação do queijo (Mosteiros, mansões e vassalos). Queijos camponeses. Queijos ingleses.
1492	América é “descoberta”. queijos no novo mundo?
1.500 dC.	O “descobrimento” do Brasil – é provável que queijo tenha vindo em uma das embarcações Portugueses
1.532 dC.	Primeiras vacas e cabras leiteiras no Brasil.
Sec. XV	Produção de queijos orientadas ao mercado
Séc. XVIII	Holanda a maior exportadora de queijos. Novas técnicas de conservação. De embalagem. Queijo Edam. Queijo Gouda. Queijo Spice.
1857 dC.	Descoberta da pasteurização em 1857 pelo químico e biólogo francês Louis Pasteur.
Séc. XIX,	#A produção industrial, científica x queijarias e a tradição. #Primeira fábrica de queijos nos EUA, 1851. #Queijos Cheshire, Gloucester e Cheddar
Sec. XX/ 1919	#Primeiro sistema nacional de IGs – Identificação geográfica Primeiro IG: Queijo Roquefort

Fonte: Kindstedt (2012).

Pelo quadro, percebemos que o queijo foi acompanhando o processo de expansão do capitalismo e da globalização ao longo da história. De um alimento que surgiu do excedente do leite, resultado da luta humana pela sobrevivência o queijo acabou virando elemento central de toda uma indústria alimentícia. Mais para a frente abordaremos a identificação geográfica como uma espécie de garantia de naturalidade e pertença de um tipo de comida e como isso dá centralidade a ele no mundo Gourmet. Nos quadros abaixo alguns dos queijos mais significativos hoje no mundo, por país, conforme Do Amarante (2015):

Quadro 6 - Principais queijos no Mundo, conforme seu país. Parte 1.

Tipo	Descrição	Síntese Histórica
França		
Camembert	“[...]Um dos grandes queijos franceses, e talvez o mais famoso de todos. Tourne-Broche, um grande gastrônomo francês, o reputa como o melhor queijo do país. O sabor levemente salgado é inicialmente lácteo e suave, depois franco e frutado com a maturação.” (p. 391).	“[...]Foi criado em 1791, pela fazendeira Marie Harel, com a ajuda de um sacerdote de Brie, na vila de Vimoutiers, região do Pays d’Auge, no departamento de Orne, Basse-Normandie.” (p. 391).
Brie	“[...] Um dos grandes queijos franceses. É o mais importante entre todos os queijos da família Brie. Em 1815, no Congresso de Viena, ele foi apresentado por M. de Talleyrand e coroado “rei dos queijos” pelos embaixadores de 30 países europeus. O mestre queijeiro Pierre Androuët o elegeu o melhor do país. É um dos mais refinados e fortes queijos moles de casca florida, com odor frutado de cogumelos e um leve gosto de avelãs.” (p.387).	“[...] Queijo muito antigo, que foi bastante elogiado pelo imperador Carlos Magno, em 774.” (p.387).
Roquefort	“[...] O mestre queijeiro Pierre Androuët o reputava como seu terceiro predileto do país. É embrulhado, quase sem casca, em papel-alumínio. Apresenta aspecto de mármore com veios e manchas de coloração azul-esverdeada. Tem um leve odor de mofo azul, um sabor fino, picante, bem salgado, e um inconfundível retrogosto ovino.” (p.423).	“[...] Apesar de o Romano Plínio, o Velho, ter reportado sua existência em 79 d.C., e Carlos Magno tê-lo escolhido como um dos seus favoritos, o primeiro testemunho escrito data de 1070.” (p.423).
Inglaterra		
Cheddar	“[...] O Cheddar é o queijo inglês mais produzido, com 67% do total da produção em 2010. É também, provavelmente, o mais consumido do mundo, pois é muito utilizado em receitas de hambúrgueres. O West Country Farmhouse Vintage Cheddar é um queijo de muita categoria e personalidade. A massa, muitas vezes (exceto no West Country Farmhouse Cheddar), recebe urucum para dar a cor alaranjada característica. Um Cheddar mais maduro adquire sabor adocicado, de noz, com certa aspereza do processo natural de maturação e um longo retrogosto.” (p.564).	“[...] O mestre queijeiro Pierre Androuët o reputava como seu terceiro predileto do país. É embrulhado, quase sem casca, em papel-alumínio. Apresenta aspecto de mármore com veios e manchas de coloração azul-esverdeada. Tem um leve odor de mofo azul, um sabor fino, picante, bem salgado, e um inconfundível retrogosto ovino.” (p.564).
Blue Silton	“[...] Considerado, com justiça, como o “king of English cheeses”. Com 9–10 meses, a massa ainda é um pouco quebradiça, com sabor levemente ácido. Ele tem um flavor menos agressivo que outros azuis, sendo também menos salgado. Depois de mais algumas semanas começa a desenvolver uma textura mais macia, quase amanteigada, com um sabor mais redondo e maduro.” (p. 562).	“[...]Era vendido em uma estalagem na vila de Stilton, no início do século XVIII. Essa vila situa-se no condado de Cambridgeshire, próximo, mas não vizinho, dos três atuais condados produtores.” (p. 562).
Portugal		
Serra da Estrela	Queijo de ovelha amanteigado. “[...] O aroma é suave e limpo; no caso do Velho, é agradável e persistente, limpo, forte a levemente forte, levemente picante e salgado. O sabor é marcante, ligeiramente ácido e de amargor suave. O retrogosto é de caramelo torrado. O queijo Amanteigado, que é o mais apreciado, em geral tem a parte de cima cortada e é servido com colher.” (p; 481).	Elaborado na região desde a época dos romanos. (p.481).

Fonte: Do Amarante (2015).

Quadro 7 - Principais queijos no Mundo, conforme seu país. Parte 2

Países Baixos/Holanda		
Tipo	Descrição	Síntese Histórica
Edam	“[...] É o segundo queijo mais produzido e exportado, logo depois do Gouda. Os queijos mais jovens têm a casca parafinada de vermelho, já os bem curados levam parafina preta. Também produzido nas versões com cominho e ervas. A textura é mais seca que a do Gouda, pois o queijo é mais magro. Delicioso sabor suave e picante com a maturação. Foi espelhando-se nele que o nosso querido Queijo do Reino foi desenvolvido.” (p.536)	Data do século XVIII, quando a Holanda virou referência em queijos.
Gouda	“[...] O queijo mais famoso dos países baixos, é também o mais produzido e exportado. Os mais jovens ganham pintura de parafina amarela e os bem curados, de parafina preta. Também é produzido em versões com cominho, ervas ou defumado. Sabor cremoso, entre suave e picante, consoante a idade.” (p.536)	Data do século XVIII, quando a Holanda virou referência em queijos. Produzido inicialmente em fazendas em volta da cidade de Gouda, na província de Zuid- Holland.
Suíça		
Emmental	“[...] Junto com o Gruyère, contribui na receita do famoso fondue Neufchateloise suíço. Ele difere do Gruyère nos seguintes aspectos: é produzido na Suíça alemã; tem rótulo vermelho, colado na casca; suas dimensões são maiores (é o maior queijo do país); a massa tem orifícios regulares, redondos e ovais, entre 2–4 centímetros, por causa da fermentação propiônica a qual é submetido (que gera gás carbônico e causa os buracos); a textura é mais elástica, pois é menos prensado e cozido; o aroma é menos pronunciado; o sabor é adocicado e menos picante. Apresenta aroma sutil de avelãs e um sabor típico agridoce, levemente salgado e aromático. Muito imitado em todo o mundo, inclusive no Brasil, sob o nome de Suíço.” (p.492).	“[...]A primeira menção dele é atestada no século XII.” (p.492).
Gruyère	“[...] Produzido no verão e elaborado exclusivamente com leite de vacas que pastam nas montanhas alpinas. Sua massa apresenta orifícios bem pequenos e escassos. Aroma picante muito rico e sabor predominantemente frutado e marcante. Recomendo a visita à Queijaria de Demonstração, situada em Pringy-Gruyères, aos pés da vila de Gruyères. Essa vila, com o seu belo castelo, é, na minha opinião, um dos locais mais encantadores do mundo.” (p. 494)	A primeira menção dele data de 11 15 dC.
Itália		
Gorgonzola	“[...] É o melhor e mais consumido queijo azul do país, além de ser bastante exportado. Comercializado envolto em uma folha de alumínio. A casca é natural, fina, de cor rosácea. A massa é mole com textura um pouco quebradiça, porém cremosa na boca. Os sabores são levemente picante (dolce) ou muito picante (piccante), ambos bem salgados. O tipo dolce, criado em meados do século XX, é muito mais difundido que o tradicional piccante, que exige cura mais longa. Pena que o Gorgonzola al Cucchiaio***, um delicioso e cremoso dolce para ser comido de colher, viaje mal, e, portanto, não seja exportado para o Brasil.” (p. 445).	“[...] Originado por volta dos séculos X a XII, em Gorgonzola, perto de Milão. O queijo maturava em cavernas naturais, onde era atacado pelos fungos. Antiga- mente era chamado de Stracchino Verde ou de Stracchino di Gorgonzola.” (p. 445).
Mozarela	Autêntico queijo de Búfala italiano, o Muçarela que conhecemos no Brasil é uma adaptação com leite de vaca. Possui a massa filada. Queijo sem olhaduras, que se conserva bem em climas quentes. (p. 62).	Suas origens remontam ao Século III, durante o apogeu do império Romano.

Fonte: Do Amarante (2015).

Estes queijos elencados são aqueles que consensualmente entre os especialistas são os mais significativos quanto à representação de lugar, identidade, consumo e história no mundo. Eles falam muito sobre seu povo, sua terra natal, sua cultura, sentidos e significados. É preciso saber escutar e interpretar os sinais e as mensagens mediadas por eles. Muitos destes são matrizes de outros queijos que vieram a existir em outras regiões. Comida e hibridismo. Por exemplo, a Muçarela brasileira, muito utilizada na alimentação cotidiana não é a mesma Mozzarella italiana. Porque já não é o mesmo tempo e nem o mesmo espaço. Outros saberes se entrecruzaram e criaram algo novo. Além disso, o fazer artesanal é sensível e passível ao tempo fenomenológico, o completo oposto do fazer vazio de sentido e mecânico quanto às práticas do processo industrializado.

Falando em nosso país, é importante pontuar questões como a entrada do queijo no Brasil, seus saberes e fazeres culturais.

3.2 Queijo e cultura em terras brasileiras

De acordo com o jornalista e pesquisador João Castanho Dias (2010), provavelmente o queijo chegou as nossas terras nas primeiras embarcações portuguesas, a frota de Pedro Álvares Cabral, em 1500. Como era alimento regular na Europa e se conservava por grandes períodos de tempo, não é de se questionar esta hipótese. No entanto, somente em 1932, com a chegada do empreendedor Martin Afonso de Souza à capitania de São Vicente, no litoral de São Paulo, trazendo as primeiras vacas e cabras leiteiras, a pedido de sua esposa Dona Ana Pimentel de Souza, é que se pôde produzir um queijo verdadeiramente nacional.

Pela lógica e pelo paralelo da história do queijo no mundo, é provável que o excedente tenha sido logicamente aproveitado. Mas há controvérsias. Nada muito claro. A única coisa que se sabe é que o colonizador consumia queijo e esta nobre comida era considerada um alimento de pessoas ditas ricas, de acordo com relatos atribuídos ao padre José de Anchieta. Conforme Netto (2011, p.153),

“[...] A saber, poderia ter sido em São Vicente, ou mesmo, em São Paulo de Piratininga, o início da história do queijo no Brasil. Todavia, de fatos pouco ciosos, praticamente nada se sabe sobre a origem geográfica e histórica do queijo na colônia. Ou melhor, a história da alimentação e da vida privada no Brasil não lhe deu o devido destaque, não lhe foi convenientemente zelosa. Ainda assim, raros fatos vêm corroborar, no sentido de que a produção de queijos no Brasil tenha ocorrido desde seus primórdios, ou melhor, desde a introdução dos rebanhos na colônia.”

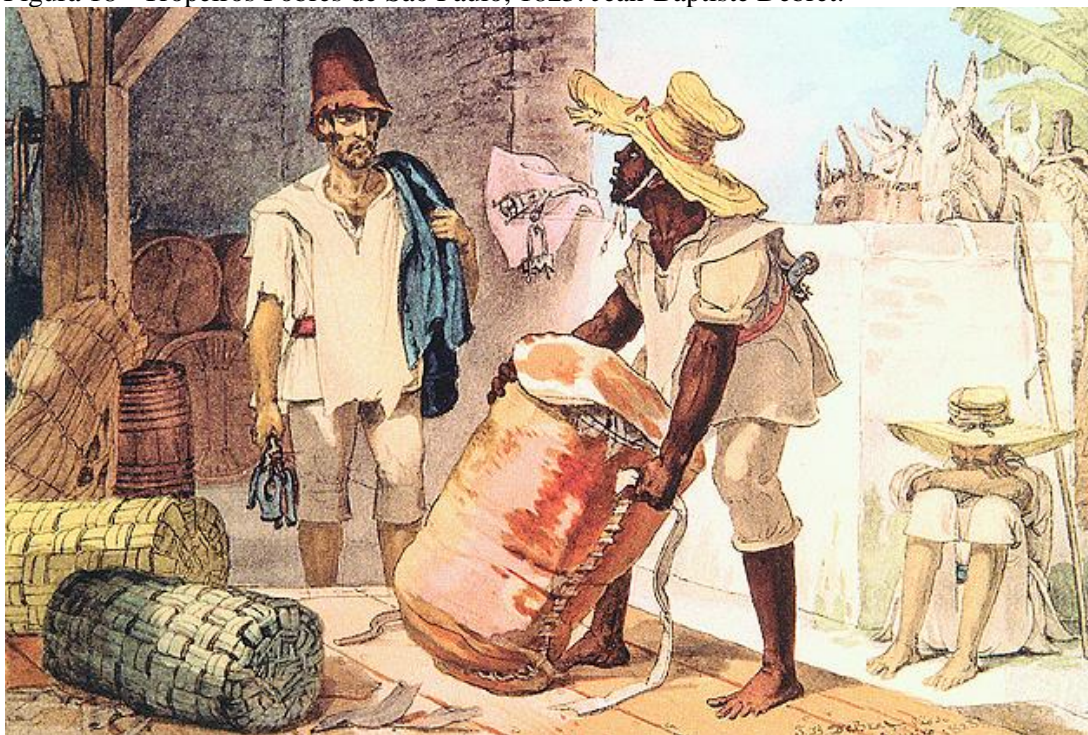
Há relatos da influência de Cabo Verde, Madeira e Açores – possessões portuguesas - na produção leiteira no Brasil. Além de parte dos primeiros bovinos vierem desta colônia portuguesa, veio ainda a mão de obra que já estava acostumada a lidar com o leite e o fazer de seus derivados – sejam homens livres ou escravos. Independentemente de como a prática de se fazer o queijo foi introduzida no Brasil, o fato é que ela acompanha a expansão do gado leiteiro no país, sobretudo no fazer artesanal. Segundo Netto (2011), os indígenas que aqui viviam não conheciam bois e vacas, e os chamaram de *cobiguara*, que seria algo como “anta de outras terras”. Essa expansão colonial, historicamente violenta colocou em colapso as culturas indígenas em nosso país e abusou da mão de obra escrava advinda do continente africano. Como já relatamos em Ortiz (1994) acerca do mito da mestiçagem, para o bem ou para o mal, é desse caldeirão complexo que se origina a matriz cultural alimentar e simbólica do nosso país. Com o queijo não seria diferente. Com o hibridismo único entre os portugueses colonizadores, negros e indígenas não há como não falar que nosso queijo é mestiço e bastardo. Ou seja, é produzido através de vivências, experiências, práticas e saberes advindos das mais diversas partes do mundo e não só da Europa, como discursos elitizados defendem.

A indústria queijeira no Brasil foi implementada no final do século XIX, em Minas Gerais graças à migração europeia que além de material humano e seus saberes, trouxe a tecnologia necessária para a sua implementação e estruturação. Conforme Do Amarante (2015, p. 88),

“[...] Os pioneiros foram dois queijeiros holandeses, que desenvolveram o nosso tão apreciado Queijo do Reino, baseado no *Edam* holandês. Até então, só dispúnhamos do queijo Minas, elaborado artesanalmente em diversas fazendas espalhadas nesse Estado. Contudo, o grande salto de qualidade de nossos queijos deu-se com a vinda de várias famílias dinamarquesas, que se instalaram no Sudeste de Minas Gerais, no início do século XX. Esses imigrantes fundaram algumas das mais tradicionais empresas queijeiras do país com projeção, até hoje estabelecidas no mercado nacional de queijos finos: *Skandia* e Campo Lindo (ambas adquiridas pela francesa *Bongrain*, também dona da *Polenghi*), Dana/Luna (extinta) e Símbolo (também extinta). Inicialmente, eles produziram o nosso tão conhecido queijo Prato, em seguida o Estepe, o *Gruyère*, o Gorgonzola e o *Camembert*, entre muitos outros. Paralelamente, os colonos italianos aportados em São Paulo germinaram na nossa república os queijos de massa filada (Muçarela e Provolone).”

Abaixo, a obra *Tropeiros pobres de São Paulo*, de Debret (1823), retrata um homem negro, provavelmente um escravo – já que a lei áurea foi assinada somente em 1888 -, carregando uma bolsa de couro, onde se levava, à época, peças de queijo.

Figura 18 - Tropeiros Pobres de São Paulo, 1823. Jean-Baptiste Debret.



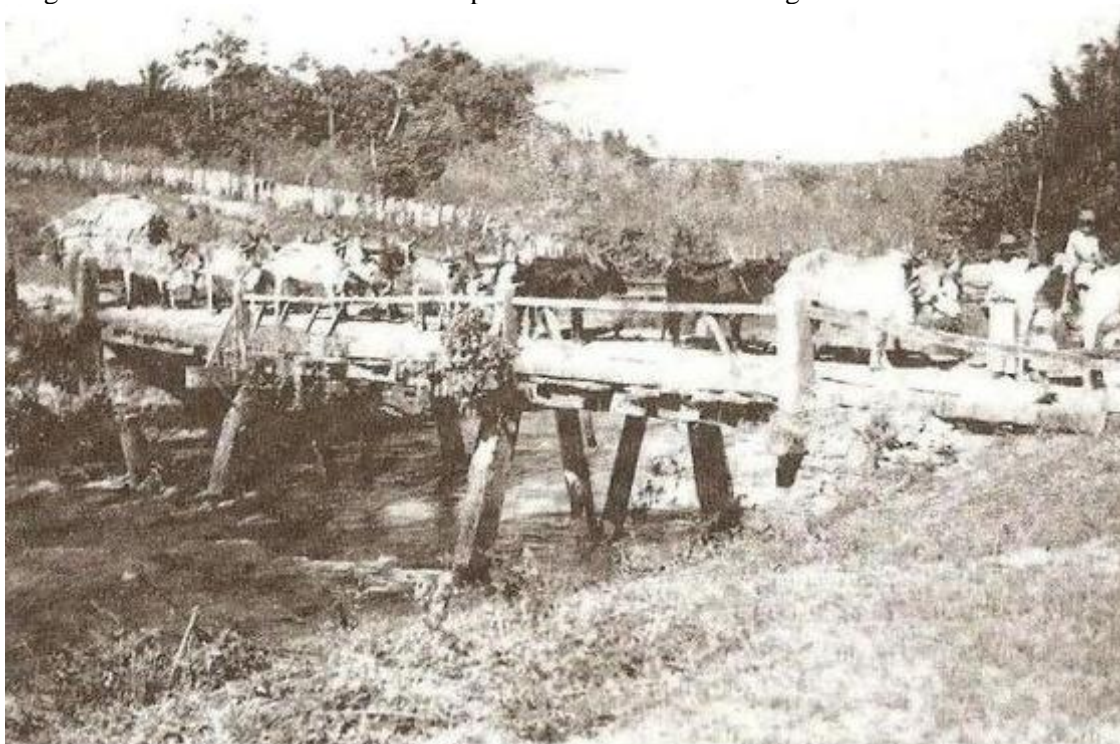
Fonte: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/obra61237/tropeiros-pobres-de-sao-paulo>.

Este quadro retrata um recorte de memória visual passados mais de 200 anos da chegada dos portugueses e da introdução do gado leiteiro no país. O trabalhador, aquele que age e possui os saberes do cotidiano é negro. É de se esperar que alguns saberes vinculados às suas ancestralidades sejam mesclados às novas formas de fazer. Ele não só carrega o peso, como também, provavelmente, por ser força de trabalho, ele e seus entes cuidavam do gado e produziam o queijo. Interessante refletir que muitos saberes culinários dos povos originários também foram acrescentados ao que hoje chamamos de arcabouço culinário brasileiro. Então, saberes específicos dos povos indígenas também, ao longo dos anos, foram acrescentados ao fazer do queijo, mesmo que indiretamente.

De acordo com Netto (2011, p.157) o desbravamento das terras brasileiras ao longo dos tempos se deu pela criação de pequenos povoados e pela prevalência da pecuária. Assim, “[...] o gado, dada sua condição semovente, tornou-se o principal instrumento que possibilitou o povoamento de áreas distantes, pois reunia tração, transporte e alimento, sem oferecer maiores preocupações ao colonizador.” Assim, as zonas de criação de gado proporcionaram infraestrutura funcional para uma lenta, porém gradual ocupação de todo território que hoje compõe o Brasil. Mercadinhos, roças, estalagens e humildes vilas pouco povoadas que antes davam descanso aos tropeiros em seus tradicionais carros de boi, hoje se tornaram núcleos urbanos de grande relevância ou referências culturais. Apenas à título de ilustração, a foto

abaixo do ano de 1920 apresenta um cenário similar ao discutido, na região onde é o locus desta pesquisa.

Figura 19 - Carro de boi atravessando ponte de madeira o rio Araguaia em 1920.



Fonte: Jornalista André da FM

Estas comitivas que se organizavam para conduzir o gado pelo Brasil eram a mais tradicional forma de trabalho nômade que se conhecia por estas paragens. Além de levar o gado, levavam mantimentos, produtos de um núcleo urbano a outro. Possuíam uma cultura própria e, portanto, suas próprias formas de comer. Suas conduções deram origem a diversos pratos rápidos, produzidos a partir de ingredientes secos que não estragavam na viagem, como por exemplo a carne seca, queijos, grãos e outros que despunham em mãos.

O arroz carreteiro, a galinhada e demais pratos de uma só panela surgiram destas jornadas. O queijo, inicialmente comida para ricos, acabou se popularizando e pela sua durabilidade e potencial nutricional, acabou sendo alimento presente na rotina dos tropeiros, sendo levados Brasil afora tanto para o consumo como para comercialização. Assim se deu a popularização dos queijos artesanais no Brasil, com cada Estado e região com uma especificidade quanto à produção.

O primeiro queijo produzido no Brasil foi o Queijo Minas artesanal, no Século XVII. Entretanto, o primeiro queijo produzido em escala industrial no país foi o chamado Queijo do Reino, também em Minas Gerais. Com o gado importado da Holanda se adaptando bem ao clima e a á região montanhosa mineira, o fazendeiro Carlos Pereira de Sá resolveu investir em

equipamentos e técnicos para produzir queijo com o excedente do leite. Então, em 1888 foi fundada a Companhia de Laticínios da Mantiqueira, a primeira fábrica de laticínios do Brasil e da América do Sul. Conforme Do Amarante (2015, p. 149),

“[...] Eles começaram a produzir um queijo inspirado no holandês *Edam*, porém com características distintas do original, pois o *Edam* que chegava ao Brasil era para- finado e embalado para o transporte de navio. O Queijo do Reino obteve sucesso rápido, devido a sua qualidade que, por vezes, superava o original holandês. O consumo se popularizou entre as classes mais abastadas do país, sendo ainda hoje amplamente consumido.”

Como o queijo em questão era baseado no *Edam* Holandês, e as comidas que vinham de fora do país tinham como alcunha “do reino”, ficou “Queijo do Reino.” Ainda hoje ele é produzido em pequenas fábricas na zona da Mantiqueira, em Minas Gerais.

Figura 20 - O queijo do Reino



Fonte: <https://pt.wikipedia.org/>

É fato socialmente naturalizado que Minas Gerais foi o maior produtor de leite do país e ainda hoje é conhecido pela produção do queijo. Culturalmente o queijo mineiro é hegemônico simbolicamente. Não há como falar de Minas Gerais sem associar imediatamente a imagem de um queijo ou de um pão de queijo. Originalmente o Estado era apenas voltado à mineração para à coroa portuguesa, mas graças à sua posição estratégica, sua economia diversificou-se, voltando também para a agricultura e a pecuária. Graças ao seu clima específico e montanhês, o “queijo minas” virou referência nacional e hoje especificamente aquele produzido na Serra da Canastra e considerado um dos melhores do país. (NETTO, 2011).

Figura 21 - O queijo Canastra em destaque.



Fonte: <https://www.premix.com.br/blog/queijo-canastra/>

O autor deste trabalho passou parte da infância na zona metropolitana de Belo Horizonte e direciona a culpa do seu bom gosto por queijos as vivências mineiras. Uma anedota que sua avó contava na infância diz respeito a uma amiga que sempre viveu na cidade grande e não fazia ideia de onde “o queijo vinha”. Seu maior sonho era ir ao interior para conhecer e se deliciar com um pé de queijo. Voltando ao assunto original, o queijo canastra é um dos mais premiados do país e foi o pioneiro na aquisição da Identificação Geográfica e o Selo Arte, abrindo as portas para os demais queijos artesanais regionais – *terroir* – do Brasil. Mais para a frente, um espaço será dedicado a definição destes termos em específico.

O Queijo Canastra pode ser consumido nas mais diversas ocasiões, acompanhado de um bom cafezinho, uma cerveja gelada, cachaça ou vinho tinto. Como ingrediente, pode ser utilizado na feitura do tradicional Pão de Queijo Mineiro, acompanhamento para massas e em muitas outras receitas criativas e híbridas.

Na região nordeste, temos o queijo-coalho ou queijo de coalho, um produto lácteo produzido a partir do leite bovino cru deste o XVI. Ou seja, é provavelmente o mais antigo tipo de queijo que existe no Brasil. Ele é representativo na cultura gastronômica de todo o Nordeste do País, sendo consumido integral ou como ingrediente em receitas típicas. O resto do país desconhece o potencial deste queijo. Lembramos dele apenas no supermercado, como acompanhamento do churrasco. Em seu cotidiano, ele infinitamente maior que isso. Para Ulisses (2017, p.13)

“[...] Os queijos Coalhos são um dos alimentos que fazem parte no Nordeste brasileiro, de um complexo quadro sociocultural construído a longo tempo, em que tivemos a formação dos paladares individuais e coletivos da região. Nomeamos o queijo Coalho no plural, por que lembramos que por mais que a base da receita da iguaria seja

semelhante em todo o Nordeste, cada lugar traz características do “saber fazer” das gerações de antes e da atualidade, daqueles envolvidos na feitura do queijote.

Assim, estes “queijos coalhos” são descendentes dos queijos portugueses da região de Serra da Estrela. Algumas avaliações pessoais dão um caráter negativo ao queijo de coalho, afirmando que ele é mal feito e de baixa qualidade. O fato é que ele é um alimento popular, de baixo custo e quanto mais popular maior é a sua cristalização cultural gradual. O queijo coalho pode não ser um queijo francês, permeado pela aura de uma alta cultura onde impera a narrativa qualitativa Gourmet, mas ele é significativo para o seu povo. A comida de verdade é democrática.

Figura 22 - Queijo Coalho Nordestino.



Fonte: <https://www.folhape.com.br/noticias/pernambuco/queijo-coalho-tera-selo-de-origem-este-ano/87240/>

O queijo Coalho pode ser consumido das mais diversas formas, estando presente na maioria dos pratos nordestinos. Assado, frito, grelhado cru. Ele é delicioso junto ao Baião de Dois, como complemento ao Cuscuz, como acompanhamento de carnes, em espetinho de Churrasco, como um *crispy* que pode ser utilizado para finalizar determinadas receitas.

No Sul do país temos o queijo Serrano, um dos queijos coloniais da região Sul do país, produzido entre uma faixa compreendida entre uma faixa fronteira entre o Rio Grande do Sul e Santa Catarina – Região de Campos de Cima - a mais de 200 anos. Outro queijo de origem lusitana, este queijo colonial foi produzido originalmente por imigrantes açorianos durante o período do Brasil colônia. É interessante pensar no contraste da região sul, onde parte da

população valoriza origens alemãs e italianas, tendo um de seus ícones alimentares tendo origem junto a imigrantes de um arquipélago. Conforme Maffesoni et al. (2017, p. 06) e reforçando o que já havia sido comentado anteriormente

“[...] O tropeirismo teve um importante papel na comercialização do queijo Serrano. As mulas antes destinadas ao comércio passaram a transportar mercadorias movimentando a economia do Brasil. As mulas possibilitaram o comércio entre os Campos de Cima da Serra, outros municípios gaúchos e até com a região de Santa Catarina.”

O Queijo Serrano é outro queijo de leite cru, cujos únicos ingredientes são o leite, o coalho e o sal, com formas de três quilos e cuja maturação variava entre três meses a quatro meses dependendo do tamanho. Como a demanda hoje é maior, o peso é menor e, portanto, a maturação leva um tempo menor. Seria o mercado alterando a qualidade de artefatos culturais tornando-os meros produtos com produção em série?

Figura 23 - O queijo Serrano da Região Sul.



Fonte: <https://alavoura.com.br/colunas/indicacao-geografica/queijo-artesanal-serrano-produzido-no-sul-do-brasil-e-a-mais-nova-ig-do-pais/>

Nos dias de hoje temos na Região Norte, a representatividade do Queijo de Marajó, a ilha que conta com o maior rebanho bubalino do Brasil. São variadas as versões sobre como os Búfalos da raça Carabao chegaram ao Brasil. Uma delas afirma que são sobreviventes de um naufrágio de um navio mercante que ia da Índia à Guiana, que ocorreu no século 19, perto da

Ilha de Marajó. Hoje eles são hegemônicos neste território.²⁶ Temos o tipo creme e o tipo manteiga. Para Seixas et al (2015), entende-se por Queijo do Marajó:

“[...] o produto elaborado artesanalmente na área geográfica do arquipélago do Marajó, conforme a tradição histórica e cultural da região onde for produzido, obtido pela fusão da massa coalhada, dessorada de leite de búfala e/ou leite de búfala misturado com leite bovino na proporção máxima de 40%, lavada com água ou leite de búfala ou bovino, obtido por coagulação espontânea e adicionado de creme de leite ou manteiga. A classificação é de acordo com o processo de fabricação adotado, em queijo tipo manteiga - no processo de cozimento da massa, denominado de “fritura” da massa, adiciona-se a manteiga propriamente dita.”

Assim como os bovinos, eles são aproveitados em seu máximo potencial: força de trabalho, carne, leite, couro, etc. Aqui no caso, os derivados do seu leite ficam entre o exótico e o acessível ao consumidor mais humilde. O preço do Queijo de Búfala – uma espécie de Mozzarella - nos mercados do país é mais elevado que os demais tipos de queijo e utilizado em receitas da dita “alta gastronomia”.

Figura 24 - O Queijo de Marajó.



Fonte: https://www.researchgate.net/figure/Figura-04-Queijo-do-Marajo-tipo-creme_fig4_338525739

O queijo de Búfala pode ser consumido in natura ou como ingrediente de saborosos pratos como risotos, saladas, massas, cremes, acompanhamentos para carnes. Enfim, tudo o que pode ser feito utilizando os demais queijos pode ser reproduzido utilizando o Queijo de Marajó.

²⁶ Mais informações sobre os Búfalos em Marajó disponíveis em: <https://g1.globo.com/pa/para/noticia/2023/02/17/bicho-de-estimacao-montaria-de-pm-e-couro-de-cueca-conheca-os-bufalos-que-viraram-simbolo-do-marajo-e-enredo-da-tuiuti.ghtml>

Um dos tesouros da culinária tradicional da Ilha é o Filé Marajoara, um prato que leva a carne e o queijo do Búfalo. São muitos os tipos de queijos no Brasil, dos industrializados aos artesanais. Estes que apresentamos foi uma amostragem, uma síntese para demonstrar o panorama nacional. A nós, interessa o fazer da resistência, a lógica artesanal. Abaixo, um quadro que sintetiza hoje, o universo de queijos artesanais regionais no Brasil, por Estado. Um adendo, nem todos os Estados estão representados, uma vez que o critério utilizado pela Embrapa foi a história regional e os processos em andamento para a aquisição do IG:

Quadro 8 - Queijos artesanais no Brasil, por Estado.

Estado	Tipos De Queijo	
Bahia	Queijo de Coalho Queijo de Coalho de Cabra	Queijo de Manteiga
Amazonas	Queijo de Coalho	Queijo de Manteiga
Pará	Queijo Regional de Paragominas Queijo do Marajó Tipo Creme	Queijo do Marajó Tipo Manteiga
Ceará	Queijo de Coalho	Queijo creme
Minas Gerais	Queijo Artesanal Cabacinha da Região do Vale do Jequitinhonha Queijo Artesanal Serra Geral Queijo Artesanal de Alagoa Queijo Minas Artesanal do Serro Queijo Minas Artesanal da Serra da Canastra Queijo Artesanal do Vale do Suaçui Queijo Artesanal Mantiqueira de Minas Queijo Minas Artesanal de Araxá Queijo Minas Artesanal do Cerrado Queijo Minas Artesanal da Serra do Salitre Queijo Minas Artesanal do Campo das Vertentes Queijo Minas Artesanal do Triângulo Mineiro Queijo Minas Artesanal das Serras da Ibitipoca	
Tocantins	Queijo do Serrado	
Goiás	Requeijão Moreno	Queijo Cabacinha do Araguaia
Mato Grosso	Queijo Cabacinha do Araguaia	
Mato Grosso do Sul	Queijo Curado Queijo Caipira	Queijo Nicola
São Paulo	Queijo Porungo	Requeijão de Prato
Rio Grande do Sul	Queijo Colonial	Queijo Artesanal Serrano
Santa Catarina	Queijo Colonial Queijinho Queijo Diamante	Queijo do Contestado Queijo Kochkase Queijo Artesanal Serrano
Paraná	Queijo Porungo Queijo Colonial	Queijo Witmarsum
Piauí	Queijo de Coalho	Queijo de Manteiga
Pernambuco	Queijo de Coalho	Queijo de Manteiga
Alagoas	Queijo de Coalho Queijo de Manteiga	Queijo Brasulac Queijo de Coalho de Cabra
Sergipe	Queijo de Coalho	Queijo de Manteiga
Rio Grande Do Norte	Queijo de Coalho	Queijo de Manteiga
Paraíba	Queijo de Coalho	Queijo de Manteiga

Fonte: Embrapa. (BRASIL, 2021).

Como vimos, existe uma diversidade de queijos em nosso país, o que, do ponto de vista cultural aponta para uma diversidade de saberes e imaginários acerca destas comidas. Destacamos nas discussões aqueles que poderiam representar culturalmente cada região. Lembrando que apesar de citarmos os queijos industrializados pelo fator histórico – como o do “reino” -, aqui nos interessa o fazer artesanal. Mas mesmo o fazer artesanal, por questões sanitárias e de mercado precisam de um sistema de regras para sua comercialização. É o que veremos a seguir.

3.3 Queijo: política, legislação e tecnicidades

O queijo é figura carimbada na mesa do Brasileiro. Supermercados expõem uma diversidade de marcas de queijos em suas gôndolas, apontando que o consumidor não só consome muito queijo, como também tem interesse em diversificar este consumo. Segundo a *Abiq*²⁷ (Associação Brasileira das Indústrias de Queijo), atualmente o consumo médio *per capita* de queijos no Brasil é, em média, de cerca de 5,6 kg/ano. No entanto, em comparação com outros países como a Argentina, com sua média de 12 kg/ano, o consumo considerado baixo. Nos últimos anos o mercado de leite no Brasil sofreu uma grave crise, consequência da pandemia de COVID, a inflação dela advinda, do aumento dos custos do manejo do gado leiteiro e seus reflexos junto ao poder aquisitivo do consumidor.

Hoje, comprar queijo é algo considerado “esbanjar” ou “coisa de rico”, dados os altos preços dos derivados do leite. Para efeitos de comparação, no ano de 2023, na Região Centro-Oeste, em média, o litro do leite longa vida é vendido por um preço que flutua entre a faixa dos R\$6,00 aos R\$9,00. Seus derivados não estão muito longe desta progressão. O quilo do queijo muçarela flutua, da indústria aos supermercados da faixa dos R\$48,00 aos R\$55,00 dependendo da marca. O queijo prato, para lanches, pode ser encontrado na faixa dos R\$45,00 até R\$75,00. O queijo frescal, dos R\$25,00 até R\$60,00 a unidade, dependendo da marca. E isso que estamos discutindo a precificação só de produtos industrializados, extremamente populares e nacionais, que, por serem massificados, tendem a ser mais baratos em relação à produtos importados e mais segmentados.

Claro que, historicamente a precificação do queijo flutua. Ora é produto de rico. Ora o pobre pode ter acesso. Dos anos 80 até o início dos anos 90, por exemplo, um mero sanduiche

²⁷ <https://www.abiq.com.br/>

de presunto e queijo era algo inacessível para a maioria da população do Brasil, composta por pessoas com baixa renda. Daí por diante o queijo industrializado foi se popularizando, a classe mais pobre foi ascendendo à classe média e o preço, graças ao plano Real, abaixando e desde então, não foram raros os finais de semana onde pizza e lasanhas foram devoradas.

No entanto, o fator pandêmico e a política econômica anarcoliberal do governo impronunciável – “cada um por si e Deus por todos”, sem regulação – que favoreceu as elites nacionais e minou o poder de compra da classe média, trouxe um cenário em que o queijo e outras comidas tornam-se novamente um “luxo”. Infelizmente, a lógica da inflação real, sem regulação do mercado é: baixa procura, preço alto – ao invés de apostarem em baixo custo para atrair o consumidor com baixo poder aquisitivo. Em terra e tempo onde se precifica até os ossinhos de costela que antes seriam jogados fora...

Figura 25 - A polêmica do leite fake.



Fonte: g1.globo.com

Uma estratégia, que infelizmente está sendo adotada pelas indústrias é a alteração das receitas originais para ingredientes de baixa qualidade nutricional, como a utilização de alta concentração do soro ou amido na produção de derivados do leite, como queijos, requeijões e leite condensado. Não é raro encontrarmos a descrição “produto similar” nos rótulos. São produtos que acabam precificados por um valor bem mais em conta que os originais. Contudo,

vemos hoje que o movimento de ascensão destes produtos apenas empurrou para cima o preço dos produtos de qualidade atestada.²⁸

Então, se por um lado vemos produtos alimentícios industrializados, de baixa qualidade nutricional e com preço inflacionado invadindo o mercado, a precificação daqueles alimentos produzidos de forma artesanal tiveram que se adequar, para que os pequenos produtores mantivessem uma margem de lucro decente. Aliás, o pequeno produtor não teve um minuto de paz nos últimos quatro anos. Dadas as políticas que favorecem os grandes produtores em detrimento dos pequenos trabalhadores, muitas injustiças foram cometidas.

De acordo com a página do Facebook da “Associação de Comerciantes de Queijos Artesanais Brasileiros” – COMERQUEIJO²⁹ - em postagem no ano de 2021 houve um certo ruído em relação à comercialização dos tradicionais queijos de leite cru no país. Uma campanha da Embrapa – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - e do Mapa – Ministério da Agricultura e Pecuária - incentivando a produção e comercialização de queijos produzidos com leite pasteurizado gerou mobilização dos atores que orbitam em torno da produção de queijos artesanais. Abaixo, a nota de repúdio publicada no dia 26 de Janeiro de 2012, na página da ComerQueijo:

Nota de repúdio. A ComerQueijo e as associações e entidades abaixo listadas se unem e vêm a público repudiar a campanha apresentada pela @embrapa, @mapa_brasil, @epamigoficial e @candidotostesoficial para estimular a pasteurização do leite para elaboração de queijos artesanais. A relação direta entre leite cru (não pasteurizado) e doenças, conforme deixa claro a referida campanha, é completamente descabida, desinformativa e preconceituosa. Nada disso é esperado de importantes instituições de pesquisa e ensino como essas, sendo algumas delas de Minas Gerais, principal estado produtor de queijo de leite cru do Brasil. Milhares de produtores brasileiros fazem queijos com segurança e qualidade a partir do leite cru, ingrediente indispensável para a manifestação do *terroir* de vários queijos típicos do país, literalmente de norte a sul. Sua comercialização sustenta famílias, preserva tradições e faz chegar alimento seguro e saudável à mesa. Alguns dos melhores queijos feitos no Brasil e no mundo levam leite cru. Qualquer campanha de caráter educativo voltada para produtores deve não apenas orientar que sejam adotadas práticas seguras, mas também reconhecer processos produtivos já consolidados nesse sentido. O Próximo Prêmio Queijo Brasil acontecerá em Minas Gerais e terá a participação abrilhantadora de queijos de leite cru de várias regiões brasileiras. Todos serão muito bem-vindos e valorizados!
#queijodeleitecruisegurosaudável

A matéria produzida pela página Nossa Cozinha, do UOL, que data de 19 de Fevereiro de 2021, intitulada *Leite cru é sinal de queijo ruim? Vídeo reacende polêmica com produtores*³⁰

²⁸ Matéria intitulada Bebida láctea à base de soro de leite é vendida junto com leite integral e causa confusão entre consumidores; Procon notifica empresa. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/07/07/bebida-lactea-a-base-de-soro-de-leite-e-vendida-junto-com-leite-integral-e-causa-confusao-entre-os-consumidores-em-sp.ghtml>

²⁹ Associação de Comerciantes de Queijos Artesanais Brasileiros” – COMERQUEIJO https://www.facebook.com/comerqueijo/?locale=pt_BR

³⁰ Leite cru é sinal de queijo ruim? Vídeo reacende polêmica com produtores. Disponível em: <https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/02/19/queijo-de-leite-cru-video-polemica.htm?cmpid>

detalha de forma adequada esta polêmica. Grosso modo, a Embrapa e o MAPA publicaram em suas redes sociais um vídeo no Instagram, onde em determinado momento é narrado: “[...]” “A pasteurização lenta é uma técnica de tratamento térmico do leite que destrói os microrganismos que fazem mal à saúde, evitando a disseminação de doenças transmitidas pelo leite cru.”

As entidades que representam os produtores de queijo artesanal entraram em polvorosa pela associação entre o queijo de leite cru e doenças. Segundo as associações, o governo federal vem criando dificuldades para os produtores e o vídeo seria apenas um sintoma de algo maior. A matéria continua expondo a questão e a delicada relação entre os produtores e comerciantes do queijo artesanal e a vigilância sanitária. Há casos onde o bom senso não impera e sob a alegação do cumprimento de ordens – grosso modo, apenas para mostrar e justificar serviço -, a vigilância sanitária acaba causando prejuízos a quem vive em torno do ciclo econômico do queijo.

Exemplos foram expostos como no caso da matéria do G1, sobre a Chef Roberta Sudbrack e o confisco de queijos no Rock in Rio 2015 e o do Sr. Luiz Petrykowski, produtor de queijo artesanal de Caçador-SC, caso exposto na página da ComerQueijo. O fato é que, segundo produtores, existe um *lobby* industrial que tenta atravessar a produção Artesanal do país ao longo dos anos, por questões econômicas. Muito da aplicação da legislação sanitária Brasileira acaba sendo de certa forma, hipócrita e conveniente com determinadas situações. Basta lembrarmos todo o imbróglio referente às leis sobre o marco regulatório acerca dos aterros sanitários no país e sobre a escassez de redes de esgoto, bem como o tratamento de dejetos nas cidades.

Existem ainda algumas polêmicas referentes à grandes indústrias com grandes problemas sanitários, mas que, por “gerar empregos”, acabam fazendo parte de uma “política de vista grossa”. Mas estas, são as exceções. Uma matéria publicada pelo site Pragmatismo Político em 27 de junho de 2023, apresenta uma pesquisa da Associação Proteste que mostra o excesso de bactérias nocivas e alto nível de sódio em marcas de queijo industrializadas.³¹ São alimentos que deveriam seguir padrões elevados e passado por fiscalização regular por parte do governo. Então, se a industrial peca, voltemo-nos ao artesanal. Nos últimos anos, o mercado de queijos artesanais no Brasil tem se aquecido e despertado o interesse político, no sentido de favorecer o desenvolvimento das pequenas cidades que o produzem. Segundo o guia de negócios para o queijo artesanal da Embrapa (BRASIL, p.10, 2021):

³¹ Nova pesquisa da Proteste expõe marcas de queijo com excesso de bactérias e sódio. In: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2023/06/nova-pesquisa-da-proteste-expoe-marcas-de-queijo-impropriadas-para-consumo.html>

A produção tradicional de queijos tem forte relação com a cultura de cada região e com o “saber-fazer” passado de uma geração para a outra, além de ser influenciada pelas características do ambiente, o *terroir*, que dá uma marca de exclusividade para cada origem produtora. Observa-se, nas regiões tradicionais, que cada produtor vem imprimindo características próprias ao seu queijo, obedecendo a tradição do lugar, mas com o toque especial de cada artesão. O surgimento da produção de queijos artesanais inovadores, em regiões tradicionais ou não, que se apresentam com identidade e nomes próprios, exclusivos de cada produtor, é um movimento recente e que tem ganhado importância.

A ideia é agregar o valor cultural à precificação dos produtos. Com este pensamento, surgiu uma interessante legislação, fruto de muitas lutas políticas e que regula o setor. Primeiramente temos a lei nº 13.680, de 14 de junho de 2018 – que fortalece o selo ARTE³², fazendo alterações na Lei nº 1.283, de 18 de dezembro de 1950, que tratava sobre a inspeção industrial e sanitária dos produtos de origem animal.³³ Grosso modo, esta alteração, regula e atualiza o selo ARTE para produtos alimentícios artesanais. A lei original era muito restritiva, dando bases sólidas só para o polo fiscalizador, no caso, a vigilância sanitária. Eis o trecho a seguir:

“[...] Art. 10-A. É permitida a comercialização interestadual de produtos alimentícios produzidos de forma artesanal, com características e métodos tradicionais ou regionais próprios, empregadas boas práticas agropecuárias e de fabricação, desde que submetidos à fiscalização de órgãos de saúde pública dos Estados e do Distrito Federal.

§ 1º O produto artesanal será identificado, em todo o território nacional, por selo único com a indicação ARTE, conforme regulamento.

§ 2º O registro do estabelecimento e do produto de que trata este artigo, bem como a classificação, o controle, a inspeção e a fiscalização do produto, no que se refere aos aspectos higiênico-sanitários e de qualidade, serão executados em conformidade com as normas e prescrições estabelecidas nesta Lei e em seu regulamento.

§ 3º As exigências para o registro do estabelecimento e do produto de que trata este artigo deverão ser adequadas às dimensões e às finalidades do empreendimento, e os procedimentos de registro deverão ser simplificados.

§ 4º A inspeção e a fiscalização da elaboração dos produtos artesanais com o selo ARTE deverão ter natureza prioritariamente orientadora.

§ 5º Até a regulamentação do disposto neste artigo, fica autorizada a comercialização dos produtos a que se refere este artigo.”

O **selo arte**, criado nos anos 50, se trata de um certificado de identidade e qualidade que permite o comércio nacional de produtos alimentícios produzidos de forma artesanal. No caso do queijo artesanal, os produtores ainda precisam: 1) seguir as regras de produção específicas para cada tipo e variedade de queijos; 2) os Estabelecimentos Rurais Produtores de Leite para Elaboração de Queijos Artesanais e as Queijarias Produtoras de Queijos Artesanais precisam cumprir exigências para solicitar o selo Queijo Artesanal e 3) os produtores de queijos artesanais à partir de leite cru precisam adquirir o certificado de livre ou controle de brucelose

³² Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/producao-animal/selo-arte-selo-queijo-artesanal/legislacao/LEIN13.680DE14DEJUNHODE2018..pdf/view>

³³ Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/11283.htm

e tuberculose, de acordo com o Programa Nacional de Controle e Erradicação de Brucelose e Tuberculose (PNCEBT).³⁴

Comparando a legislação original com este trecho atualizado, percebe-se uma regulamentação com maior profundidade em relação ao selo. Somente com o selo arte, que atesta a qualidade de um produto – que está relacionado à critérios sanitários e padronizações – é que determinado produto pode circular pelo país. Entende-se aqui que o selo não é um limitador, mas um instrumento que possibilita a criação de uma hierarquia qualitativa, o que favorece o aprimoramento do campo de produção de alimentos artesanais.

Figura 26 - Representação artística dos Selos ARTE e Queijo Artesanal.



Fonte: Ministério da Agricultura

Quanto aos queijos, ainda não existiam especificidades. Só interpretações. Isso muda com a lei nº 13.860, de 18 de julho de 2019, *que dispõe sobre a elaboração e a comercialização de queijos artesanais e dá outras providências*³⁵. Uma regulamentação específica para os queijos artesanais, com regras claras para se navegar nas dinâmicas das regras formais da comercialização e da política. Temos aqui a boa e velha contradição entre discurso e prática da política nacional. Se por um lado, a regulação econômica seguiu as linhas do liberalismo com seu famoso “o mercado se autorregula” e com a ausência de mediação estatal quanto ao interesse público, esta legislação é quase um marco regulatório foi aprovada. O que nos mostra que o governo que findou em 2022 foi completamente imprevisível e permeado de ações aleatórias e porque não contraditórias. É o famoso: de onde não espera nada é de onde vem alguma coisa.

³⁴ Informações obtidas no endereço: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/producao-animal/selo-arte-selo-queijo-artesanal/selo-arte>

³⁵ Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/113860.htm

Esta lei traz muitas coisas positivas que facilitam a vida para o pequeno produtor. É fato que não há como usar a mesma régua quando se trata de grandes e pequenos produtores, grandes ou pequenas escalas. Mas quando as regras são claras, fica mais fácil e democrático de diminuir a distância entre as escalas. Por exemplo, há uma definição bem clara do que é o queijo artesanal de leite cru e sua diferenciação para a produção industrial de laticínios. O Governo federal, por meio do MAPA ficou também responsável por definir as regras, tipos, características – ou seja, a elaboração de manuais, regras para a obtenção da identidade geográfica, selo arte, implantação e implementação de programas para boas práticas de produção para as queijarias – saúde animal, saúde das pessoas envolvidas na produção, higiene, transporte, qualidade da água, etc.

A lei define ainda que Municípios, Estados e União atuarão em consonância quanto à fiscalização. Assim, se trata de uma lei significativa não só para aqueles que já atuavam na produção artesanal de queijos e querem expandir o seu negócio, como também favorece aqueles pequenos produtores que querem iniciar uma nova empreitada. Essa legislação abriu um espaço para a consolidação de muitas associações de produtores de queijos artesanais, promoção de novas articulações entre produtores, sinestesia com órgãos federais e parcerias com órgãos particulares como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). A rigor, a despeito de qualquer crítica que possamos ter em relação à noção contemporânea de empreendedorismo, é fato que este impulsionamento que a nova legislação proporciona dá visibilidade aos pequenos produtores e os retira da instabilidade da informalidade para uma possibilidade de competitividade de seus produtos junto ao mercado.

Podemos questionar o imperativo da legislação ou de sua obrigatoriedade que fere determinados valores relacionados às liberdades do cidadão. Mas regras, são regras. E assim elas possibilitam inclusive que as pequenas queijarias artesanais presentes no interior do Brasil possam se fazer conhecidas em outras partes do mundo. Quando falamos em mundo, imediatamente podemos associar à **Identificação Geográfica (IG)**, brevemente citada na lei anteriormente discutida.

A identificação geográfica no Brasil tem como marco legal a Lei da Propriedade Industrial (nº 9.279/1996)³⁶ *que regula os direitos e obrigações sobre propriedade industrial e intelectual no Brasil*. Como baliza específica, é regulamentada pela Portaria INPI/PR nº 04/2022, *que estabelece as condições para o registro das IGS*³⁷. O órgão responsável por conceder o registro legal de IG no Brasil é o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI. A aquisição do IG no Brasil se estabelece por duas frentes: a **indicação de procedência**

³⁶ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm

³⁷ <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria/inpi/pr-n-4-de-12-de-janeiro-de-2022-375778644>

– que diz respeito o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço - e a **denominação de origem** - é o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos. (BRASIL, 2023).

Em síntese, aquele produto que consegue a identificação geográfica é único e vinculado ao seu território, história e povo. Por exemplo, o Queijo Canastra ao qual dedicamos um pouco de nossa atenção só é aquele produzido na região mineira da Serra da Canastra, feito com os produtos ali encontrados e com os modos de fazer culturalmente cristalizados por aquela população em específico. Se por acaso algum pequeno produtor resolver reproduzir aquela receita em uma determinada cidade do Estado do Tocantins, o queijo pode até ser denominado como Queijo do tipo Canastra, mas nunca será o Queijo Canastra. É uma forma de proteger a identidade intelectual e cultural do produto e do produtor. Assim é feito em todo o mundo: o famoso vinho espumante Champagne é somente aquele produzido na região de Champagne, na França. No resto do mundo, ainda que os modos de fazer sejam similares, o produto será um vinho espumante “tipo Champagne”. Ou seja, a identificação geográfica favorece a valorização do *terroir*, que é determinação específica regional que determina o sabor de determinado queijo. Se trata de uma palavra francesa que significa terra ou solo nativo e pode denominar qualquer produto agrícola que venha de um lugar específico, com uma combinação única de clima, águas e altitude.

Afunilando a discussão, conforme a legislação cabe ao Ministério da Agricultura e Pecuária – MAPA – regular tipologias e as variedades dos produtos alimentícios artesanais. Especificamente para os queijos, essa regulação está inscrita na portaria Mapa, nº 146, de 1996.³⁸ Conforme o documento, seus objetivos são:

Fixar a identidade e os requisitos mínimos de qualidade que deverão possuir os queijos, com exceção dos Queijos Fundidos, Ralados, em Pó e Requeijão. Sem prejuízo do estabelecido no presente padrão, os padrões técnicos individuais poderão conter disposições que sejam mais específicas e, em tais casos, aquelas disposições mais específicas se aplicarão à variedade individual ou aos grupos de variedades de queijos. (BRASIL, 1996).

A rigor a portaria fixa para os produtos questões como: definições, classificações, designação, referências, composições, requisitos, aditivos, contaminantes, pesos, medidas, rotulagens, higiene, etc. São questões técnicas de um campo muito específico, bem circunscrito

³⁸ <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=11/03/1996&jornal=1&pagina=25&totalArquivos=101>

e estruturado quanto às práticas, leis e deveres. Grosso modo, quanto mais informações buscarmos, mais teremos que nos haver com as explicações. A este trabalho, cabe um panorama mais amplo, como um pano de fundo que possa contextualizar suas discussões principais.

4 O QUEIJO-CABACINHA DO ARAGUAIA: MEDIAÇÕES NA FRONTEIRA

Este capítulo tratará dos múltiplos cruzamentos epistêmicos com os resultados do trabalho de campo etnográfico realizado. A bem da verdade aqui tentaremos realizar uma busca para compreender o Queijo Cabacinha do Araguaia como uma comida da ordem das mediações, colocando nosso modelo da Bússola da Comensalidade à prova. Grosso modo, tendo queijo como uma comida e centro de um ciclo comensal, vamos tentar compreender suas dimensões em face à realidade social.

4.1 Por uma bússola que nos oriente

Todos os caminhos que costuramos até aqui nos levam ao Queijo Cabacinha. Não um simples Queijo Cabacinha. Poderia ser de alguma cidade da Bahia, de Minas Gerais, do Paraná, do Mato Grosso do Sul. Mas este é Queijo Cabacinha do Araguaia, constituído na fronteira/limite entre os Estado do Mato Grosso e Goiás. Todos os ingredientes imateriais, metafóricos e teóricos que reunimos como peças em um quebra-cabeças maior servem como base para orientar a construção desse capítulo. Como uma bússola, que nos norteará na jornada pelos diversos aspectos que atravessam o nosso prato principal. Ao invés dos pontos cardeais, cada direção que essa bússola aponta vai para um aspecto do modelo de mediação para a comensalidade, abordado no terceiro capítulo: Identidade, Consumo, espaço e tempo. São essas coordenadas que dão a linha para a construção das categorias/capítulos de análise dessa pesquisa.

Estas categorias, unidades epistêmicas são sustentadas pelas narrativas dos sujeitos da pesquisa. Na verdade, denominá-los como “sujeitos” talvez possa dar a impressão de uma simplificação ou redução da importância destas pessoas na construção desse processo. A intenção não é essa. Então, por petição de princípio, chamaremos eles aqui por **atores** e o Queijo Cabacinha, em toda a sua pujança imaginária como um **actante** (LEMOS, 2012), ou como aqui definimos um **ator-mediador**. Entende-se aqui que o Queijo Cabacinha é vivo e presente na vida e memória social, agenciando/mediando as vivências dos atores das narrativas em questão. Como toda a comida, ele produz diferença e movimento, articulando socialmente. É um agente ativo. A rigor, o queijo não é objeto, ele é sujeito, de tal forma que é quase impossível dissocia-

lo dos atores humanos. Assim, a comensalidade, como um **processo** se trata da **mediação** comunicacional, que atravessa as redes literais e imaginárias que conectam atores e actante.

Assim, este trabalho se trata de uma espécie de mural, livro de recortes, um mosaico que tenta dar conta da complexidade da vida real, que a rigor, é impossível de ser reproduzida na íntegra em sua totalidade. Essa ideia do mosaico se sedimenta em Becker (1994), quando este, nos diz que

[...] A imagem do mosaico é útil para pensarmos sobre este tipo de empreendimento científico. Cada peça acrescentada num mosaico contribui um pouco para nossa compreensão do quadro como um todo. Quando muitas peças já foram colocadas, podemos ver mais ou menos claramente, mais ou menos os objetos e pessoas que estão no quadro e sua relação uns com os outros. Diferentes fragmentos contribuem diferentemente para nossa compreensão: alguns são úteis por sua cor, outros porque realçam os contornos de um objeto. Nenhuma das peças tem uma função maior a cumprir; se não tivermos sua contribuição, há ainda outras maneiras para chegarmos a uma compreensão do todo. (BECKER, 1994, p. 104).

Entende-se aqui que esta costura epistêmica é uma tentativa de proposição de diálogos interdisciplinares e transdisciplinares. Nesse sentido, as diversas versões contraditórias, entre teorias e vivências que em um primeiro momento não aparentam coadunar, podem contribuir para a visualização de uma paisagem maior. Nesse aspecto, apoia-se ainda a partir da visão fenomenológica da percepção de Merleau-Ponty (1999), das teorias do imaginário (MAFFESOLI, 1991; DURANT, 1993), além da perspectiva etnográfica (GEERTZ, 2008; DAMATTA, 1978; TRAVANCAS, 2009), para observar para além do mundo objetivo e das obviedades que se apresentam durante a pesquisa. O estilo de escrita do grande Luiz da Câmara Cascudo (1967, 2014) inspira em grande parte este trabalho.

Em síntese, o que chamamos aqui de bússola da mediação ou bússola comensal é uma resposta ao convite proposto pelo pensamento de Jesus-Martin-Barbero para a elaboração de mapas noturnos que orientem o ofício do cartógrafo. No caso, as direções por esta bússola apontadas – e suas construções epistêmicas – é que direcionam as categorias de análise e consequentemente os procedimentos para a obtenção de informações em campo. Em síntese, são elas:

- **Espaço:** e suas noções imanentes – lugar, território e fronteiras. Aqui discutiremos o Queijo Cabacinha afetivo e político, à partir das percepções das paisagens locais e das falas dos atores do ciclo produtivo;
- **Tempo:** história, cronologia e fenômenos – a ideia aqui é costurar as histórias da região de fronteira entre Mato Grosso e Goiás, com as narrativas de vida dos atores e tentar desvendar a origem secreta do Queijo Cabacinha.

- **Consumo:** o ciclo produtivo em si, com toda a sua materialidade econômica e simbólica, em diálogo com as estratégias de comércio, os espaços de produção e venda, confrontando a dicotomia industrial x artesanal, e finalmente
- **Identidade:** cultura, técnica e natureza nos darão respostas sobre o que é o Queijo Cabacinha e conseqüentemente o que é ser um morador desta região, em tempos de globalização.

Estas categorias que formam os subcapítulos não são autônomas. Elas dialogam. Vem e voltam. Não são interdependentes. Elas se conectam pelas hibridizações, pela lógica reticular de informação, pelas formas de fazer e pela adaptação imanente da passagem entre uma e outra tradição por meio do processo de tradução. Por toda essa dinâmica se dá a mediação, a comunicação em si. Tendo regulado a nossa bússola, antes de partir cabe aqui apresentar os outros atores deste palco. Através dos seus olhos conheceremos a personagem principal desta trama, o Queijo Cabacinha do Araguaia. É o que faremos a seguir.

4.2 Os atores do palco social do Araguaia

Nos anos de 2022 a 2023 foram realizadas as primeiras aproximações com o trabalho de campo, com seleção dos participantes da pesquisa. A maioria deles, foi encontrada dialogando com os moradores de Alto Araguaia e Santa Rita. Através da Jornalista Aline dos Anjos, Assessora da Câmara de Vereadores de Santa Rita do Araguaia-GO, ex aluna do curso de Bacharelado em Jornalismo da UNEMAT, conseguimos entrada junto à Associação de Produtores de Queijo Cabacinha do Araguaia – APQCabacinhA.

Figura 27 - Logotipo da Associação de Produtores de Queijo Cabacinha do Araguaia – APQCabacinha



Fonte: Josuelma Soares.

A associação existe desde 2019 e tem atuado politicamente para a promoção de diversos aspectos que vão desde a produção, comercialização, fomento e cultura. Graças ao trabalho da Associação, em conjunto com o centro Universitário de Mineiros (UNIFIMES) – projeto coordenado pela professora Me. Márcia Maria de Paula, que também é supervisora na EMATER Unidade Mineiros-GO -, a indicação e de procedência geográfica (IG), bem como o Selo Arte para os produtores estão mais próximos. A seleção dos sujeitos foi exploratória e atende os diversos aspectos do ciclo de mediação comensal do Queijo Cabacinha, relativos à identidade, consumo, territorialidade e temporalidade, bem como sua importância e subjetividade, conforme a perspectiva de história de vida (BERTAUX, 1997; BECKER, 1994; BRIOSCHI, TRIGO, 1987).

Foram realizadas entrevistas abertas orientadas pelas categorias desenvolvidas. Além disso, os sujeitos forneceram ao trabalho documentos e fotos, além de consultoria acerca de informações que estavam para além das entrevistas realizadas. O apoio a estes trabalhos se dá pelo olhar atento do pesquisador, descrição densa e pelas anotações através da jornada. Esse trabalho de campo foi realizado ao longo dos anos de 2022 e 2023. Cada ator representa um aspecto do ciclo produtivo, conforme o quadro abaixo:

Quadro 09 - Atores sociais participantes da pesquisa

<i>ATOR</i>	<i>NOME</i>	<i>IDADE</i>	<i>ATIVIDADE</i>
01	Josuelma Luzia Soares	38	Produtora, Presidente da Associação
02	Marizete Angelo lopes	39	Produtora e comerciante
03	Gerson Ribeiro Silva	56	Produtora e comerciante
04	Maria Aparecida Campos de Souza	53	Revendedora informal, feirante
05	Vanda Martins Ferreira	73	Produtora, comerciante aposentada
06	Roniclei Elias de Resende	39	Advogado da Associação
07	Fátima Roselena da Silva	54	Vendedora nas barraquinhas

Fonte: o autor, 2022.

Após agendamento, as entrevistas em geral, duraram de 40 a 50 minutos. Muitas delas tiveram como lócus a residências das personagens. No entanto, algumas delas foram entrevistados em seus locais e horários de trabalho. Josuelma Soares foi a primeira a ser entrevistada e à época, a pandemia estava em seus “finalmentes”. Então, o primeiro contato com ela se deu de forma remota, via plataforma *Google Meet*.

As entrevistas presenciais foram gravadas com aplicativo padrão do smartphone pessoal do pesquisador e posteriormente todas transcritas com o auxílio da plataforma *Transkriptor*.³⁹ As personagens, todas voluntárias, ainda forneceram documentos, fotografias e depoimentos em off.

Deixaremos o leitor conhecer essas personagens e sua história ao longo do trabalho que se seguirá. Mas cabe destacar que, dentre estes sujeitos, temos um caso peculiar. Vanda Martins Ferreira é filha de Maria Martins Ferreira, que foi conhecida por Dona Fiúca, falecida em 2017, aos 93 anos. Ela foi conhecida como a matriarca do Queijo Cabacinha do Araguaia e conforme relatos, foi responsável pela “invenção” do Queijo Cabacinha do Araguaia como conhecemos. Como ela não mais está entre nós e sobreviveu como memória, resgatamos suas narrativas a partir de sua família. Não menos importante é a visão de Dona Wanda sobre os diversos aspectos do Queijo Cabacinha. Suas histórias e particularidades serão conhecidas ao longo do caminho.

4.3 Fronteira: o território e o lugar do Queijo Cabacinha

A região que agrega a cidade de Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-GO, a terra do Queijo Cabacinha do Araguaia, é daqueles lugares no meio da estrada que passamos quando viajamos de ônibus ou de carro de uma capital a outra, de um Estado a outro, e que deixa em nossa memória uma semente de curiosidade. Tanto para quem vem do sentido Sul, como do

³⁹ <https://app.transkriptor.com/uploader>

Sentido Norte, as vastas linhas retas, os neodesertos da soja e do algodão criam um padrão visual que nos dá uma sensação de uma mesmice sem fim. Alguns cenários destoam um pouco da retidão, mais ao norte, com a serra da Petrovina com seus Cânions, entre subidas e descidas.

Mas em geral a BR-364 é um caminho que repete os padrões pré-determinados: as imensuráveis plantações do Agro, cidades na beira da estrada que logo passam, postos de gasolina e por aí vai. Poucas são as cidades, que realmente tem seu coração cortado pela estrada, alimentando seu fluxo vital com as pessoas que por ali passam. Sim, ainda que metaforicamente, uma cidade se alimenta de pessoas. Ela é viva na medida em que as pessoas atuem sobre ela, atribuindo sentidos, transfigurando o territorial em local, significando, imaginando.

Nesse sentido, as cidades gêmeas do Araguaia – nome que aqui usaremos quando formos falar sobre a região em um âmbito coletivo – destoam deste padrão imagético. Chegando, vindo do sentido de Cuiabá, a impressão que se tem da jornada é outra. Curvas sinuosas, serras, fazendas e pequenas propriedades e o serrado ainda marcante. A impressão que se tem é que o lugar, ao contrário das outras cidades ao longo da estrada, pede para aquele que por ali passam, fiquem. Uma armadilha irresistível. É curioso que muitos chamem este lugar de “cidade dormitório”, um lugar de passagem. Ora, diz-se que muitos que aqui dormiram, não saíram mais. Qual será este motivo? Será o clima de serra, como um oásis em meio ao calor fora do comum da Região Centro-Oeste? O chamado clima do interior – não a temperatura -, mais no sentido das sensações, do ritmo lento, da conexão mais profunda entre homem e a natureza? O tradicional ritmo urbano, em velocidade acelerada, o concreto cinzento, com suas peculiaridades para muitos não traz conexão. A possibilidade de “ter mais tempo” para viver?

Voltando às impressões locais a partir do fluxo da BR-364, cabe aqui ressaltar que ela atravessa as cidades gêmeas de fora a fora. Não como uma reta, mas de forma sinuosa, revelando que as coisas cá não são tão certinhas, compartimentadas como se aparentam ser.

Como uma cruz, ela atravessa o rio Araguaia, que serve como fronteira territorial entre os Estados de Mato Grosso e Goiás. De um lado, Alto Araguaia é uma cidade maior e mais desenvolvida no que tange a questão econômica. Seu foco é a agricultura e a pecuária. É daí que o município gera as suas divisas. As empresas instaladas em seu território são vinculadas à área agrícola, dos grandes produtores. Contando com a zona rural e a zona urbana, conforme o último senso 2022⁴⁰, atualmente a população de Alto Araguaia é de cerca de 17.193 pessoas.

⁴⁰<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/22827-censo-demografico-2022.html?edicao=35938&t=resultados>

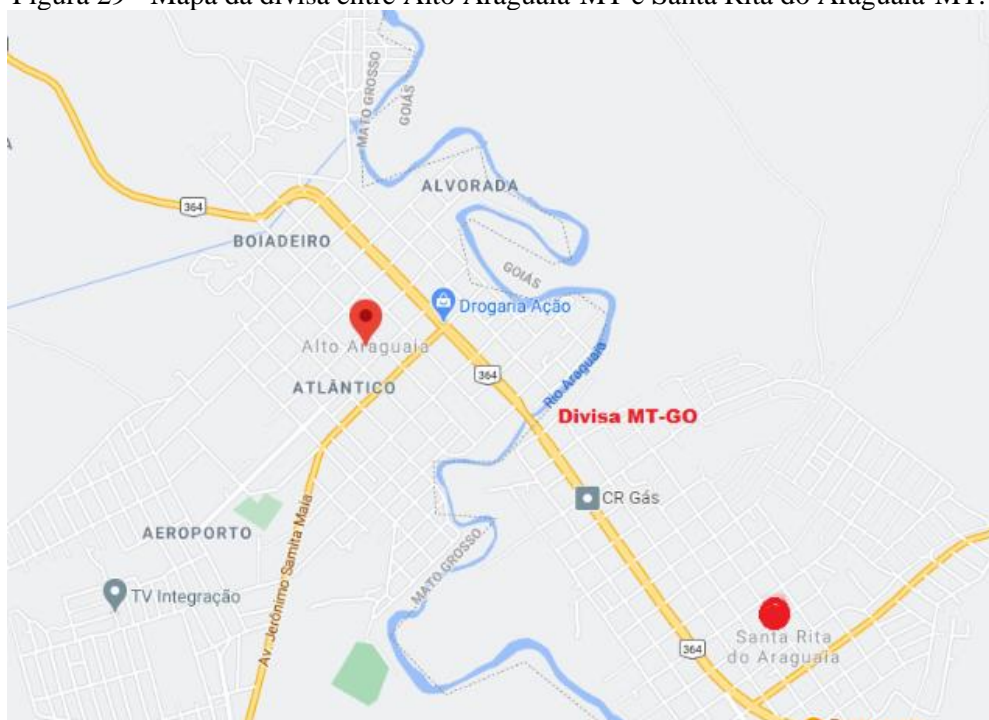
Figura 28 - Localização Geográfica das cidades de Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-GO em relação à região Centro-Oeste.



Fonte: Imagem original disponível em: <https://www.baixarmapas.com.br/mapa-da-regiao-centro-oeste/>

Do outro lado do rio, a cidade goiana de Santa Rita do Araguaia é menor em escala e arrecadação. Não tendo as indústrias que Alto Araguaia tem e já teve, Santa Rita depende exclusivamente da agricultura e da pecuária, ainda que em menor escala. O pequeno produtor da cidade tem em geral, maior escoamento de seus produtos para Alto Araguaia. Atualmente a população de Santa Rita do Araguaia é de 5927 pessoas.

Figura 29 - Mapa da divisa entre Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-MT.



Fonte: Imagem original em Google Maps.

O autor deste trabalho reside nesta região a mais de dez anos. Sempre foi apaixonado pelo modo de vida urbano. Transitar pelo trânsito caótico, explorar as vivências daqueles que constroem uma cidade, perceber suas experiências na construção de atribuição de sentidos da selva de pedra é interessante para um jovem que foi criado no interior. As cores, os sons, as interações, os sabores. As coisas “acontecem” na capital. E acontecem rápido. Como citado em Tuan (1983) no subcapítulo referente ao lugar, quanto mais afastado do centro, quanto mais periférico, mais devagar o fluxo das coisas se move. E este fator atrai aqueles que querem uma vida mais cadenciada, com um ritmo mais lento. E isso foi um dos motivos para a mudança do autor do centro para as bordas. Ter mais tempo. Ter mais espaço. Se o centro propõe *o muito*, *o plural*, as bordas nos mostram que menos é mais.

Dona Maria Aparecida, 53 anos, vendedora informal de Queijo Cabacinha expõe bem essa questão em suas falas. Mora na região a mais de 30 anos e não deseja sair daqui. Segundo ela, a região é como se fosse um Paraíso:

“[...] Aqui onde a gente mora, parece uma fazenda, né? Nossa, não parece? Nossa, é tranquilo demais. Essa clínica da Tatiane ali é uma fazenda. É fazenda mesmo assim... quieto né? Sossegado. Você não vê ninguém... quieto aí. E é tranquilo a gente confia mais nas pessoas. É confia mais nas pessoas. Porque como se diz, nós não confiamos em ninguém, mas nós confiamos, né? Primeiro em Deus, né? É. Depois nós vamos confiar nas pessoas, né? Mas igual a gente vai acostumando com a pessoa, a gente vai. É essa essa tranquilidade no interior. É na ideia, trocando ideias. (M.A.C.S.).

Tudo ela resolve em cima da sua bicicleta, ou a pé. Ou ela vai até as pessoas, que são seus clientes fiéis a anos ou elas vão até ela. A conversa com ela foi em sua própria casa. Uma residência simples, bem cuidada e muito convidativa. Simpática, quis saber mais sobre o pesquisador, antes de dialogar. Como ela expõe em sua fala, confiança não é algo que se conquista da noite para o dia.

Figura 30 - Dona Maria Aparecida e seu companheiro cãozinho em sua sala de estar.



Fonte: o autor, 2022

Ela tem seu próprio ritmo. Ao longo dos anos o queijo tem sido seu sustento. Ela encomenda queijos da fazenda e os revende. É aposentada e, portanto, o Queijo Cabacinha do Araguaia faz parte da sua complementação de renda. Além do Queijo Cabacinha, ela comercializa pacotes muito bem acondicionados de Gueroba – nome regional da Guariroba, um palmito amargo muito apreciado em Goiás – ovos caipiras, frango, além de outras comidas. É o que a mantém no lugar onde ama. Suas filhas já não moram por aqui. A vida na fronteira para ela é representada pela transição da fronteira. Perguntou-se a ela sobre onde nasceu, se criou. Sempre viveu na fazenda. Primeiro no município de Paraíso, depois na cidade de Lajeado.

“[...] Era de Mato Grosso mesmo. Toda vida vivi em Mato Grosso. Aí a gente mudou pra cá porque achei esse lugar aqui mais barato pouco, né? Então a gente passou pra cá, (goiás) mas toda vida minha cidade é de lá (Mato Grosso). Toda vida eu sou mato-grossense mesmo. Mato-grossense. (M.A.C.S.)

Depois, veio para Santa Rita do Araguaia, que segundo ela é a cidade que “mais preza” pelo Queijo Cabacinha. Fica claro na fala dela que Alto Araguaia e Santa Rita do Araguaia são como se fosse a mesma coisa. Mas em seu imaginário, Goiás se sobrepõe. Grosso modo, culturalmente, tudo o que está para ao sul da Serra de São Vicente é Goiás. Então, para ela, e se extrapolarmos um pouco, para muitas outras pessoas, esta é amplitude da noção de *lugar* nessa região, ou seja, seu espaço atribuído de sentidos e afetos. É de se supor que o ciclo imaginário do Queijo Cabacinha, sua constituição cultural seja vinculada a esta lógica. Segundo o caderno de especificações técnicas do Queijo Cabacinha, produzido pela associação de produtores, para a obtenção da Identificação Geográfica,

“[...] A área geográfica delimitada para a produção do Queijo Cabacinha do Araguaia, com a modalidade Indicação de Procedência, está localizada em 10 municípios, sendo 5 no estado de Goiás e 5 no estado de Mato Grosso, que são: Santa Rita do Araguaia/GO, Mineiros/GO, Doverlândia/GO, Portelândia/GO, Perolândia/GO, Alto Garças/MT, Alto Araguaia/MT, Alto Taquari/MT, Ponte Branca/MT e Araguainha/MT. Totalizando uma área de 27.351,079 km².” (APQCABACINHA, 2023)

Essa circunscrição compreende parte da região mais ao sul da região Sudeste do Mato Grosso e parte do Norte de Goiás. A fronteira física que corta Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-GO é um limite gerencial, político. E a opção por pesquisar justamente aqui é de ordem prática, pois a amplitude geográfica tornaria a investigação muito desgastante. Mas é bom deixar claro que estas cidades citadas partilham de muitos costumes e vivências. As fronteiras do imaginário são outras.

O tempo lento nas bordas nos permitem um maior tempo para contemplar, pensar, refletir e internalizar os detalhes. Saborear o momento e as pequenas dádivas que o natural nos apresenta, tornando nossa jornada no mundo mais significativa. O Ipê amarelo é elemento presente no imaginário regional do Mato Grosso e muito forte na região do Araguaia. Está presente na imaginação dos poetas, pintores e amantes. Internalizar, significar, representar, sonhar. A florada do Ipê amarelo alerta, nos despertando do estar acordado.

Figura 31 - Um icônico Ipê amarelo, à frente do Fórum de Alto Araguaia. Marca do imaginário regional



Fonte: Jornalista Onofro Alves.

Gerson (56) e Marizete (39) nasceram nesta região. E aqui se constituíram como sujeitos e com muito trabalho e dignidade conseguiram se estruturar, criando seus filhos e agora netos. Lutaram muito e conseguiram construir sua fábrica de queijos artesanais – ou seria oficina? Eles começaram a trabalhar com o queijo por falta de oportunidades na região. Quando jovem, Sr. Gerson trabalhou em laticínios em outras cidades. Mas quando voltou e se casou, no final dos anos 80, se deparou com as **fronteiras sociais**.

“[...] Alto Araguaia e Santa Rita, né? Não oferecia serviço? Não ofereciam serviço. As cidades são a mesma coisa, né? Alto Araguaia e Santa Rita você tem uma fronteira ali. Que é uma fronteira que divide os estados, mas é um uma localidade só uma família só. É uma família só. Sim. Né? (G.R.S.).

As questões do lugar se cruzam com as do território. O afeto depositado no lugar muitas vezes motiva a transposição dessas outras fronteiras. No caso, o passe para a travessia desse casal foi o Queijo Cabacinha. Toda a família trabalha, trabalhou ou trabalhará com o queijo. Seu filho foi criado desde bebê em meio à produção e a venda. E hoje, ele também produz e vende o queijo. Agora ele ampliou seus negócios para produzir também o doce de leite. Uma família que vive em função do queijo. Outros trabalhos é que são complemento de renda. Conforme Dona Marizete, seu filho “[...] formou em segurança pública. Segurança. Segurança

pública privada e recursos humanos. Só com queijo, só com queijo. Sim, a gente consegue nos sustentar, a gente ajuda os nossos filhos também, né?

Figura 32 - Gerson e Marizete, produtores e comerciantes de Queijo Cabacinha



Fonte: o autor, 2022

Mas se engana quem acha que a vida na fronteira entre Mato Grosso e Goiás por ter outro ritmo é atrasada. A família Angelo tem tudo o que as outras pessoas de cidades maiores têm, no entanto com mais qualidade de vida. Internet em alta velocidade. Um veículo de boa qualidade. Uma casa ampla. É possível que uma vida em uma grande cidade não teria possibilitado essa ascensão. Inclusive, sua fábrica de queijos artesanais é na parte de trás do terreno da sua casa, na zona urbana de Santa Rita do Araguaia. De certa forma, estão na borda, longe das capitais. De outra perspectiva, de **fronteiras reticulares** – se levarmos em consideração as redes de internet - estão mais centrais do que muitos. No entanto, o fato de estarem em Santa Rita do Araguaia e não em alto Araguaia também geram dificuldades., outras fronteiras. Mas isso será abordado posteriormente.

O fenômeno da globalização e seu atual estágio das conexões propiciadas pela tecnologia, conforme a perspectiva reticular em Milton Santos (2006) modificaram esta relação das pessoas com o lugar onde vivem. Hoje, viver em uma cidade do interior significa vivenciar uma comunidade de forma mais efetiva, ter laços com a natureza, viver mais devagar, e ao mesmo tempo ter todas as possibilidades de conforto que uma cidade grande proporciona, no que tange o acesso a bens de consumo, a informações e serviços. Foi-se o tempo onde até a energia elétrica era algo complicado de se acessar para o morador do campo. A tecnologia modificou as relações

ditas tradicionais no interior do país, tanto na zona urbana como na zona rural. Modificou em um nível cultural, porque o acesso à informação, saberes e sensibilidades foi ampliado e as pessoas foram se hibridizando quase que organicamente.

A expectativa é de que muitas famílias como essa possam também realizar suas travessias de fronteira, quando o IG e o Selo Arte do Queijo Cabacinha forem conquistados. Os desafios são muitos. Segundo o casal, a política local é oscilante: cada gestão trata os produtores de Queijo Cabacinha de uma forma, e não há um projeto político claro que una Alto Araguaia e Santa Rita em torno do Queijo Cabacinha.

É aí que entra a Associação de Produtores de Queijo Cabacinha do Araguaia – APQCABACINHA. A atual presidente da associação Josuelma Soares é mais que uma empreendedora, é uma pessoa aguerrida que agarrou com unhas e dentes as oportunidades advindas do Queijo Cabacinha e depois passou a lutar pelo coletivo. Moradora da comunidade de assentados *PA Dois Saltos*, que fica entre Santa do Araguaia e o município de Mineiros, Josuelma se deparou com todas fronteiras possíveis – territorial, já que uma comunidade de assentados não possui tanto prestígio político em uma região de agentes conservadores; social, já que os desafios de sua classe social foram inúmeros e até reticular, já que a comunicação e estrutura em um lugar rural, mais afastado da cidade dificultava interações e projetos - e fez da sua relação com o lugar combustível para seu ativismo político. Trata-se uma comunidade muito carente. Muitas pessoas estão ali a décadas esperando a regularização fundiária. Ela é natural de Alto Araguaia e já está no assentamento faz quinze anos e só agora conseguiu a escritura. Em seu sítio, ela mora em uma casa improvisada de lona, como muitos dos assentados. Em contraste, Josuelma procurou financiamento para o pequeno produtor e teve com o apoio bancário montou sua queijaria – Queijaria JS - em alvenaria e seguindo todos os pré-requisitos de qualidade sanitária afim de obter os selos das mais diversas instâncias, para comercialização do seu Queijo. A sua relação com o espaço em sua propriedade é voltada para o queijo, sua produção e comercialização.

Josuelma também já foi candidata à vereadora por Santa Rita do Araguaia e fez seu engajamento político a partir da superação da depressão. Muitas mulheres nesta região, sobretudo aquelas que vivem isoladas na zona rural não possuem muitas oportunidades por conta das diversas fronteiras já citadas. O isolamento, a questão financeira, a falta de independência. Josuelma hoje tenta a partir da sua experiência trazer as mulheres do Araguaia para a produção do Queijo Cabacinha.

[...] Ele é um trabalho que através do que as mulheres que estão se libertando, estão saindo da depressão. Estão se tornando empreendedoras. Eu falo pra ela, você é empreendedora, você é uma pessoa importante. Porque eu já sofri depressão. Sim. Eu já tenho que fazer loucura com a minha vida fui morar na roça, sem expectativa de vida, por ficar por ver as coisas, não poder fazer, não ter tido poder aquisitivo, hoje não, eu como mulher, eu quero incentivar outras mulheres a serem empreendedoras. Eu digo elas além de trabalhar com a cultura porque o Queijo Cabacinha é arte... A gente está ali modelando ele. Como ontem mesmo eu estava fazendo até postei na no meu Facebook. E eu estava sofrendo queixa ou pra mim eu estou trabalhando com a arte. Eu estou ali modelando ele eu não sei onde que vai ficar o bebê na cabacinha. Então a cabacinha, e ele é patrimônio cultural, econômico e ele é artesanal também. Ele é artesanal ela vai lá arrumar bonitinha...” (J.S).

Conforme o relato, Josuelma de certa forma é uma ativista, que dadas as condições objetivas que lhes são oferecidas, tenta articular com sororidade em favor de outras mulheres, no sentido de ajudá-las a atravessar as fronteiras sociais. Hoje ela é muito articulada midiaticamente na região, dando entrevistas aos programas locais, viajando às feiras agropecuárias para promover o Queijo Cabacinha, além de ser muito ativa nas redes sociais. Trata-se de uma ocupação de um espaço midiático, reticular. Há uma sabedoria do cotidiano aí. Ser ativista, ainda que sem referenciais ditos acadêmicos, é ocupar espaços. Transformar os espaços em lugares e conseqüentemente em territórios. Não deixar o vácuo prosperar. Transformar os espaços públicos, físicos ou simbólicos.

Figura 33 - Josuelma Soares no PodCast “Pod Elas”. 10 de Junho de 2022.



Fonte: <https://www.facebook.com/podcast.elas>

Este engajamento político, um ativismo local é fundamental não só para a luta da mulher, como para a promoção dos direitos de todas as pessoas no campo. É interessante que, segundo ela, muitos não conhecem os direitos mínimos, nem sequer as possibilidades de linhas de crédito e ajudas governamentais. O que parece acomodação ou receio de sair da zona de conforto, na verdade pode estar escondendo medo do que pode estar do outro lado da fronteira. É mais seguro ver o mundo de uma janela. Em tempos em que o agronegócio é predatório com as pequenas propriedades, existe o receio de investir no novo e perder tudo. Ser aniquilado pelo modo de vida urbano, que já está modificando as relações profundamente na zona rural. Determinados trabalhos já não são mais atrativos para os jovens. Então, o trabalho de Josuelma é importante na medida em que ressignifica o que é urbano e o que é rural.

Figura 34 - Josuelma Soares e a produção de Queijo



Fonte: Josuelma Soares

Não é preciso perder a essência e o vínculo com o lugar em tempos de globalização. A rigor, as identidades destas pessoas já possuem outros referentes anexados. O consumo tanto do ponto de vista econômico, financeiro como do simbólico também foi modificado. Obvio que estes fatores se conectam. Então, o pequeno produtor hoje pode produzir determinado alimento, armazenar, transportar, anunciar – utilizando as redes sociais e estratégias populares de marketing. O morador da zona rural, sobretudo os jovens cada vez mais tem acesso a uma janela para o mundo onde ele pode vislumbrar possibilidade de futuro, compartilhar gostos, saberes e interesses com pessoas de todo o mundo.

Figura 35 - Josuelma Soares recebendo o certificado de Honra ao mérito pelo seu engajamento no ciclo do Queijo Cabacinha, das mãos do deputado por Goiás Eduardo Prado.



Fonte: Assembleia legislativa do Estado de Goiás.

É uma apologia à vida no campo? Pode parecer. É porque talvez seja uma tentativa de atrair o olhar do leitor para este mundo que o autor apresenta neste trabalho. Parece tudo muito bom e otimista. Saibam que é intencional. Assim como as cidades da nascente do Araguaia seduzem os viajantes incautos com seu canto irresistível, aqui há uma descarada tentativa de captura da atenção. Mas aqui atesta-se que o atrativo para uma análise deste lugar é justamente as suas contradições iminentes. O sagrado e o profano caminham de um lado e do outro do Rio Araguaia, como bem veremos posteriormente.

As imagens mais fortes da paisagem das cidades gêmeas estão associadas ao Rio Araguaia. O Rio Araguaia é icônico em todo o Mato Grosso, tendo a nascente nas serras região, mais especificamente nas serras na divisa entre Alto Taquari (MT) e Mineiros (GO), mais especificamente no Parque Nacional das Emas, tomando forma proeminente ao cruzar e formar divisa natural entre Santa Rita do Araguaia e Alto Araguaia. O nome *Araguaia* significa *Araras Vermelhas* em Tupi. Ele sobe Mato Grosso acima e cria novamente fronteira natural entre MT e Tocantins, desembocando no Rio Tocantins.

Figura 36 - Caboclos no Rio Araguaya. Início do século 20.



Fonte: Biblioteca nacional.

Dentro do arcabouço de imagens que compõem a paisagem da região da nascente do Rio Araguaia, o rio é basilar. Ele representa o transitório, uma fronteira em movimento, ainda que em seu leito. Ele cria banha e nomeia um lugar, juntando dois pontos, anulando o caráter territorial meramente político. Faz de dois pontos, um, evidenciando a unidade entre o natural e o cultural. Uma regeneração que profana e contrasta com o processo civilizatório dito correto. O rio é um imperativo da natureza, que segue seu fluxo ignorando os movimentos humanos, como que se abençoasse as pessoas às suas margens com a certeza da continuidade, apesar de tudo.

Curioso pensar que a sociedade local se estruturou como uma comunidade em seu entorno, como a maioria das sociedades, mas ela não possui como uma das matrizes alimentares

seu fruto, os peixes. Claro que as pessoas aqui se alimentam de peixes. Mas não é uma marca cultural, um elemento presente no imaginário da região, como o é em Cuiabá, por exemplo. É mais comum as pessoas pescarem peixes pequenos em pequenos córregos ou ainda em tanques de criação particulares. Tanto o é que na semana santa um caminhão frigorífico com peixes de fora da região – venda ambulante - estaciona em alguma praça das duas cidades.

As imagens mentais mais comuns acerca do rio são ligadas ao nadar e se divertir. É da rotina do povo do Araguaia reservar os dias mais quentes para refrescar a cabeça na beira do rio. Quem trabalha, reserva o final de semana, junta seus pares, ajeita um isopor ou uma caixa térmica – quem tem mais condições -, enche de latinhas de cerveja e improvisa, veja só, um churrasco. O rio é para se divertir, para namorar, o rio é prazer. É de conhecimento geral que os jovens costumam sair da escola ou da faculdade ainda no meio de semana para mergulhos com amigos ou romances refrescantes. Ser do Araguaia, ontem e hoje, passa por estes rituais. O rio é pulsão vital no imaginário regional.

E o que o Rio Araguaia tem a ver com o Queijo Cabacinha do Araguaia, é claro, além do nome? A primeira coisa que nos vem à mente é que, provavelmente, sem o rio não teríamos as cidades à sua margem e nem a ponte que as separa. Sem o rio, o clima da região seria bem mais seco, com temperaturas mais elevadas, assim, não teríamos todos os fatores que contribuem para o seu *Terroir*. Sem o rio, não teríamos o caminho que por ele corta e consequentemente os tropeiros não teriam passado por aqui e deixado suas contribuições culturais. O rio compõe o panorama do imaginário local, assim como o ipê, os pés de pequi, a culinária híbrida e o Queijo Cabacinha.

É interessante considerar que se do ponto de vista da noção de lugar, as pessoas tendem a não criar fronteiras, pela noção de território, a coisa é diferente. O imaginário político da região, até pela história que será tratada posteriormente, coloca rivalidades pontuais. O rio aparece aqui como um muro a ser escalado, que aumenta o abismo entre as fronteiras sociais. Essa ponte, que sobrepõe a ponte de concreto – em tempo, é interessante que a travessia física em questão não é duplicada, dando um aspecto de ampulheta ao trajeto – assume uma faceta de limite, onde poucos podem a atravessar. Então, Alto Araguaia como uma cidade mais desenvolvida, financeiramente estruturada, dependente do agronegócio e celeiro histórico de grandes nomes da política, da vida social e do judiciário Mato-Grossense e Santa Rita do Araguaia, bem mais carente de atenção política e capital econômico, tendo o Queijo Cabacinha como seu esteio.

Figura 37 - Ponte sobre o Rio Araguaia e limite entre Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-MT



Fonte: Jornalista Onofro Martins Alves

No início de 2019 um jogo simbólico começou a ser travado na região. A quem pertence o Queijo Cabacinha? Alto Araguaia ou Santa Rita do Araguaia? Uma disputa essencialmente jogada por atores políticos ocasionais e gestores, reflexo de um dispositivo maior dentro do cenário da região centro-oeste. Relações de poder e institucionalização. Uma lógica que reproduz e reforça a noção de centro e periferia e tende a se dinamizar pelo capital econômico, tal é o agenciamento maquínico instaurado. Negar a natureza de unidade das duas cidades do Araguaia é reflexo de uma lógica que reflete o chamado “dividir para conquistar”. Se o imaginário e a rica cultura desta região continuarem em polarização, estarão sempre em uma espécie de limbo.

Sobre esta trama, conversamos com Roniclei Elias de Resende, de 39 anos, advogado da Associação de produtores. Para encontra-lo, a pesquisa se dirigiu ao seu escritório, que fica em sua residência em Santa Rita do Araguaia-GO. Para ele, esse trabalho é pessoal, uma vez que ele se formou em Direito na UNEMAT em Cáceres-MT, com o dinheiro que sua mãe lhe mandava, que adquiria na venda do Queijo Cabacinha no Araguaia. Quando terminou o curso,

voltou à região e focou sua atenção às questões jurídicas do pequeno produtor, sobretudo os assentados.

Assim, ele estava lá no início quando surgiu a possibilidade de uma organização que favorecesse os produtores do Queijo Cabacinha da região, facilitando o atendimento aos critérios regulatórios do governo federal. Segundo ele, era uma dívida simbólica que ele tinha com o Queijo que o formou. Inicialmente, existiu a construção de uma cooperativa para estes fins. Após muitos debates e tendo o processo de criação da mesma quase concluído, por conta da complexidade de sua instauração, todo percurso foi abortado, em favor da criação da Associação, que teria o mesmo fim, mas com trâmites de menor complexidade.

Figura 38 - Roniclei Elias de Resende, advogado, em seu escritório.



Fonte: o autor, 2023

A articulação foi tão bem feita, que atraiu os olhares políticos tanto de Mato Grosso quanto de Goiás. A reunião de fundação foi lotada e tinha inclusive, além dos políticos locais, representantes dos Governos Estaduais. Para a elaboração do regulamento da associação, muitas negociações foram realizadas entre as prefeituras dos dois lados do rio, todas mediadas por ele com a cautela de um diplomata. Há de se considerar que existe uma questão de “estatura política” entre Santa Rita do Araguaia e Alto Araguaia. A cidade Mato Grossense tem um maior

potencial econômico em relação à sua “prima pobre” – forma pejorativa pela qual Santa Rita é tratada. Assim, para que Santa Rita não saísse perdendo nas negociações, muitas amarras foram construídas, como a alternância na presidência entre membros de uma cidade e outra.

Assim, eis que em 09 janeiro de 2019, foi promulgada a lei nº 10.801⁴¹, que declarou o Queijo Cabacinha, produzido no Município de Alto Araguaia, patrimônio cultural do Estado de Mato Grosso.

O PRESIDENTE DA ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO, no desempenho da atribuição conferida pelo art. 42, § 8º, da Constituição Estadual, promulga a seguinte Lei:

Art. 1º Fica declarado patrimônio cultural do Estado de Mato Grosso o Queijo Cabacinha, produzido no Município de Alto Araguaia.

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação. (MATO GROSSO, 2019).

Esta lei causou grande rebuliço nas relações políticas na fronteira. A prefeita de Santa Rita do Araguaia à época, a psicóloga Tânia Salgueiro logo reagiu com uma estratégia bem desafiadora: a construção de obeliscos, nas entradas da zona urbana de sua cidade – e isso quer dizer que um deles foi colocado de forma bem desafiadora na entrada da ponte que liga as duas cidades – declarando Santa Rita como a capital do Queijo Cabacinha do Araguaia. Esse foi o pulo do gato. A demarcação territorial foi mais potente que a lei e de certa forma resguardou esta autoridade da cidade goiana quanto ao Queijo Cabacinha do Araguaia. Reflexões políticas à parte, a jogada foi inteligente, na medida que no cotidiano, a paisagem resiste. Dentro do campo da comunicação nos é tradicionalmente ensinado que uma imagem se trata de um recorte da realidade. Uma representação, que depende do viés e do contexto. Superando esta lógica, Georges Didi-Huberman (2003, p. 216) afirma, dentre várias coisas, que ela é memória. Uma memória que arde e não nos deixa esquecer o que tempo que se foi.

Porque a imagem é outra coisa que um simples corte praticado no mundo dos aspectos visíveis. É uma impressão, um rastro, um traço visual do tempo que quis tocar, mas também de outros tempos suplementares – fatalmente anacrônicos, heterogêneos entre eles – que não pode, como arte da memória, não pode aglutinar. É cinza mesclada de vários braseiros, mais ou menos ardentes.

Assim, entende-se aqui que toda imagem faz pensar, incomoda e arde por sua vocação à sobrevivência. Como também ela pensa e é uma forma que pensa. Ela carrega toda uma carga de intenções daquela ou daquelas pessoas que a produziram. Toda uma rede construída que deu vida e potencial a determinada obra. E se conecta a um plano maior, de certa forma dialogando com as outras imagens, formando paisagens, imaginários. Um poder de ideação, de imbuir as pessoas de ideias. (SAMAIN, 2012).

Pode ser uma fotografia, uma escultura, uma representação audiovisual, uma construção ou até mesmo... comida. A comida também é um constructo imagético que traz as intenções e

⁴¹ <https://www.al.mt.gov.br/storage/webdisco/leis/lei-10801-2019.pdf>

pensamentos daqueles que a elaboraram e daqueles que a consumiram ou vão consumir. Por isso mesmo uma imagem com grande poder de comunicação e de mediar vínculos. A comida é para ser consumida, refeita, pensada, imbuída de afeto. E o ciclo se reinicia. A imagem mental de uma comida nos remete a paisagens e memórias-chave de nossa vida. Que remeta a pessoas queridas que já se foram, à momentos bons e ruins.

A representação visual de um alimento sempre nos desperta algum sentimento. Mas a imagem jamais é ignorada. Tanto pode ser instrumento das relações de poder como uma intrusa, um elemento artificial inserido arbitrariamente na paisagem que compõe o cotidiano da cultura popular. O território de Santa Rita do Araguaia-GO saiu na frente na disputa simbólica e eis que o embate se cristalizou como um monumento na divisa entre os Estados de Mato Grosso e Goiás. As relações de poder tomaram a imagem do Queijo Cabacinha ao lado de um obelisco fállico: símbolo de domínio, marcação de território e provocação ao município vizinho.

Figura 39 - Monumento ao Queijo Cabacinha construído na divisa em Santa Rita do Araguaia-GO, na divisa com a cidade de Alto Araguaia-MT.



Fonte: Jornalista Onofro Martins Alves

A frase inscrita no monumento, “a capital do Queijo Cabacinha” nos desvela algumas questões. Uma delas é a necessidade de negar a condição de cidade do interior, metaforicamente ostentando um título de nobreza. Ora, não há vergonha sem se negar a condição de periferia, de

cidade fronteiriça. Ao fazer isso, diminui sua cidade irmã à condição de vassala. Ao menos simbolicamente. Um ato político, demarcação territorial, que reforça a fronteira política, pois Alto Araguaia também se autointitula capital do referido queijo.

Como imagem, deixa um recado claro: ela arde e amplia a fissura simbólica entre dois lugares que são na prática, um só. A rigor, não é só uma disputa de poder, é a instrumentalização da imagem como um poder de controlar corpos e espíritos. Quando se tenta controlar e castrar a cultura popular, de certa forma, algo morre. É violento. Não uma violência que acostumamos a ver na televisão, que sim, nos torporiza e conquista nossa alma. Mas uma violência simbólica sutil, política como um xeque-mate. Ela formata o olhar público. E isso não é pouco. Conforme Mondzain (2015, p. 21) “[...] quando se diz de uma imagem que ela é violenta, está-se a sugerir que esta pode agir directamente sobre um sujeito, à margem de toda a mediação da linguagem.” Assim, os obeliscos, à sua medida, como imagens que são, tratam-se de armas potentes na guerra do Queijo Cabacinha.

Sendo uma imagem, representação de um alimento, com grande influência cultural e de papel decisivo para a construção da identidade da região de fronteira entre Mato Grosso e Goiás, há de se considerar nas disputas por territórios a desigualdade entre as cidades. Assim, ainda que seja uma imagem artificial e um processo arbitrário, fora da esfera decisória popular – já que como lugar, o Araguaia é um só, trata-se de um movimento de resistência política. Em contraponto a esta política arbitrária e imagética, temos uma política conciliadora e regeneradora, como diz Josuelma Soares, quando conversamos sobre a noção de fronteiras:

“[...] O Queijo Cabacinha é como aquilo que eu falei lá atrás, né? O Queijo Cabacinha está na mesa de todo mundo. E indistintamente, né? É de idade, sexo, credo. Mas essa situação da mulher que ela está numa situação de fragilidade social e ela vai investe porque não é o fato só de tal sítio que se você não tem o apoio não tem um conhecimento, mas se você trazendo esse conhecimento e esse suporte a pessoa dá um up, ela atravessa essa fronteira né? (J. S.).

Para os produtores e os demais atores do ciclo produtivo do Queijo Cabacinha, o queijo é democrático, agrega. É possível entender que o município de Santa do Araguaia-MT queira demarcar posição e demonstrar simbolicamente sua posse e poderio político sobre o Queijo Cabacinha. Porque no que tange a territórios e economia, um símbolo cultural e artesanal é mais forte que a lógica industrial, de onde vem o capital que fortalece a parte mato grossense da questão. Fora que Santa Rita é considerada uma cidade dormitório para quem trabalha em Alto Araguaia. É quase uma batalha travada entre Davi e Golias.

Hoje, em 2023, a tal guerra do Queijo Cabacinha parece ter arrefecido. Alto Araguaia aparentemente já não disputa mais o título, talvez por convenção política, por falta de interesse econômico por parte do empresariado Mato Grossense. Do outro lado, é diferente, graças ao

ativismo dos agentes sociais vinculados ao Queijo Cabacinha. Recentemente o Governo do Estado de Goiás declarou o "Queijo Cabacinha" Patrimônio Cultural do Estado. O governador Ronaldo Caiado sancionou a Lei nº 20.963⁴², que declara Patrimônio Cultural do Estado de Goiás o "Queijo Cabacinha", produzido tradicionalmente na região do Araguaia:

LEI Nº 20.963, DE 13 DE JANEIRO DE 2021

Dispõe sobre o registro do bem imaterial que especifica como patrimônio cultural goiano.

A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE GOIÁS, nos termos do art. 10 da Constituição Estadual, decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º O Queijo Cabacinha, produzido no Município de Santa Rita do Araguaia, fica reconhecido como Patrimônio Cultural Imaterial do Estado de Goiás.

Art. 2º O órgão público estadual competente procederá à devida inscrição do bem descrito no art. 1º no respectivo Livro de Registro do Patrimônio Imaterial do Estado de Goiás.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação. (GOIÁS, 2021).

Recentemente, esta disputa de espaços teve outra conquista por parte do Município de Santa Rita do Araguaia e dos produtores do Queijo. O governo do Estado sancionou a lei nº 22.000⁴³, que confere ao município de Santa Rita do Araguaia o título de capital Goiana do Queijo Cabacinha:

LEI Nº 22.000, DE 6 DE JUNHO DE 2023

Confere ao Município de Santa Rita do Araguaia o título de Capital Goiana do Queijo Cabacinha. A ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE GOIÁS, nos termos do art. 10 da Constituição Estadual, decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Fica conferido ao Município de Santa Rita do Araguaia o título de Capital Goiana do Queijo Cabacinha.

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação. (GOIÁS, 2023).

Curiosamente, a demarcação territorial física – com os obeliscos nas entradas da zona urbana da cidade, se deu primeiro, em 2020, na gestão da prefeita Tânia Salgueiro, sobrinha de Dona Fiúca, a matriarca do Queijo Cabacinha do Araguaia, a qual conheceremos mais para a frente. A simbólica, agora em meados de 2023. Para todos os efeitos, primeiro se mudam as práticas e leis informais, depois aquilo que é objetivo, inscrito, formal. Podemos considerar, a partir do exemplo deste caso, que se o lugar não for constituído, o território não pode ser ocupado. Porque o ganho foi político, mas sem todo a implicação, esforço, sonhos e afetos iminentes aos atores envolvidos no ciclo do Queijo Cabacinha nada seria possível.

Quando confrontadas, as noções de Lugar e Território tem suas especificidades. Na guerra do Queijo Cabacinha, o lugar traz sensibilidades. Memórias e vínculo de pertencimento, que favorecem atuações para o coletivo. Essa região de fronteira estadual, nesse sentido, é de acolhimento, sentimento de pertença a algo – um diálogo muito próximo com a raiz da

⁴² Lei Ordinária 20963 2021 de Goiás GO. - <https://leisestaduais.com.br/go/lei-ordinaria-n-20963-2021-goias->

⁴³ Lei Ordinária Nº 22.000/2023 - Casa Civil do Estado de Goiás; Disponível em: https://legisla.casacivil.go.gov.br/pesquisa_legislacao/107215/lei-22000.

identidade cultural. Essa região, desse ponto de vista cultural e fenomenológico pode ser traduzida como a casa do Queijo Cabacinha do Araguaia. A ideia de um espaço acolhedor, de políticas regeneradoras permeado por memórias comunitárias. Nesse sentido, as fronteiras tendem a ser algo a serem atravessadas para o contato com outro, para o diálogo e aprendizado. Grosso modo, no imaginário as fronteiras físicas inexistem, e as simbólicas significam a transição para algo melhor. O queijo aqui é uma chave que abre portas.

Já o território é marcado pela politização e institucionalização. O jogo das regras e disputas em um nível político em que o cidadão comum muitas vezes ignora as ações e só sente o impacto das repercussões. Um pequeno produtor rural de um assentamento nesta dinâmica é apenas número, espectador. O território também dá uma noção de pertença ao sujeito, mas um componente da massa.

Ou seja: apenas outro tijolo no muro. As fronteiras aqui são como obstáculos e não são ligadas por pontes. As relações de poder são mais claramente demarcadas e cada um tem o seu espaço. Memórias são algo do passado que devem ser soterrado em nome do lucro e do novo. O queijo aqui é mera desculpa para o lucro. Se não há lucro, há descarte do aspecto cultural. É mecânico. Burocrático. Desesperançoso. A boa notícia é que aqui há espaço para resistências e manobras, imaginários e sonhos, o que invariavelmente se torna o processo de localização e posteriormente o de territorialização.

Todo esse investimento por parte dos atores do ciclo do Queijo Cabacinha é que o torna um ator-mediador efetivo como um veículo que favorece as transposições de fronteiras. É o que quebra as verticalidades e horizontalizam as relações políticas. Enfim, essas contendas políticas vêm e vão. São uma questão histórica, territorial, próprias de regiões de fronteiras, ainda que sejam dentro de países. Como o tópico a seguir nos mostra.

4.4 O tempo e o queijo

Para começar a falar sobre o tempo, é importante retomar as noções discutidas anteriormente. O tempo histórico, o tempo cronológico e o tempo fenomenológico. Essas demarcações são significativas na medida em que aqui serão articuladas informações de fontes escritas, fotografias e documentos registradas como recortes na linha do tempo, demarcações específicas; e as histórias de vida, que dependem de um ponto de vista subjetivo, com memórias, afetos e percepções. O tempo cronológico, que regula o nosso cotidiano, está sempre seguido

em linha reta, rumo ao futuro. Estas duas bases flutuam sobre a matriz que é a cronologia e nos permite ir e vir. Então primeiros temos que falar sobre o tempo cronológico, que é essa base.

Primeiro é interessante pontuar que a região onde é produzida o Queija Cabacinha está no horário de Brasília. Ou seja, sempre uma hora à frente do horário do Amazonas, que é o que regula todo o Estado de Mato Grosso. Isso parece pouco, mas muda muita coisa em relação aos limites gerenciais do Estado. Muita coisa em Alto Araguaia depende da capital Cuiabá, como os serviços públicos. Assim, Alto Araguaia está mais vinculada ao estado de Goiás, diminuindo sua distância temporal simbólica com Santa Rita do Araguaia-GO. O clima, a cronologia, o relevo... Por isso falamos que, apesar de pertencer e ter boa relação com o resto do Estado, Alto Araguaia é mais goiana do que mato-grossense, pelo menos no que tange o imaginário popular, que é o mais próximo que temos de uma máquina do tempo nos dias de hoje.

Seguindo, não temos como falar da história do Queijo Cabacinha do Araguaia sem dialogar com os marcos históricos regionais e as histórias de vida dos sujeitos. Assim, voltemos ao passado para dialogar com os mitos de origem e assim tentar traçar a emergência do Queijo Cabacinha. É preciso falar do ontem, para continuar falando do hoje.

O forte imaginário paradisíaco da região remonta às primeiras monções dos Bandeirantes— o mais infame deles foi Bartolomeu Bueno da Silva, o Anhanguera, nome dados pelos indígenas à época e que significa *Diabo Velho* em Tupi-Guarani - que cartografaram a região nos idos do final do século 19. Ouro, pedras preciosas e a posse de terras estavam entre as prioridades desses aventureiros. Além da captura para escravizar os povos indígenas. Nada ficava em seus caminhos, violência e genocídio dos povos originários marcaram suas jornadas.

Podemos associar a figura dos Bandeirantes aos dos Corsários que serviam as coroas europeias. Então, fica claro que a emergência do território hoje conhecido como região Centro-Oeste foi marcada por violência e a busca desenfreada por riquezas. O quadro “*Os bandeirantes*”, de 1951, de Cândido Portinari se trata de uma construção em mosaico que apresenta os diversos aspectos imaginários ligados a esse agrupamento, mas fugindo da lógica de romantização dessas figuras. Essa obra nos retrata a inegável violência que por muitos anos foi camulflada no imaginário nacional, através das cores vermelhas desvelando o sangue que marcaram as monções.

Figura 40 - Bandeirantes, de Cândido Portinari.



Fonte: https://artsandculture.google.com/asset/bandeirantes/kAHjF__nCl9moA?hl=pt-BR

Quanto ao tempo histórico e as representações acerca da epopeia dos Bandeirantes, houve disputa acadêmica, entre os anos 30 e 50, a partir de uma lógica de romantização, nacionalismo e criação de símbolos e heróis para o país. Processo paralelo à construção positiva da ideia de mestiçagem e do homem cordial brasileiro. (ROIZ, 2018, p.195). Sabemos que estas expedições saíam de São Paulo eram precárias, não tinham prazo determinado e à época, conservar os alimentos era uma tarefa complexa. Então, há de se supor que os alimentos que não precisam de tanta conservação, como o feijão, a farinha. E especiarias. Também recorriam à caça, a coleta de frutos e palmitos. Tudo era improvisado, rudimentar. Não existe registro de que eles levassem queijos em sua jornada. Se isso ocorreu, foi exceção. Já que à época, como já relatamos, o queijo era considerado uma comida para ricos. Então, pela lógica, a gênese histórica do Queijo Cabacinha do Araguaia foi fato posterior.

Não há registros de que nenhum deles tenha fixado residência à época. A região que hoje é o Alto Araguaia, apesar de abundante em rios acabou sendo um “meio do caminho” para os tesouros da região mais ao norte, já que o surgimento de Vila Bela da Santíssima Trindade, a primeira capital do que viria a ser a Capitania de Mato Grosso, conforme registros, se deu no século 17. Entre as disputas e jogos políticos – constituição das capitanias de Goyaz e Mato Grosso -, o marco civilizatório oficial é de meados do século 18, com o posterior surgimento da Fazenda Araguaia, de José Manoel Vilela, o descobrimento das pedras preciosas via informação com os indígenas locais e a constituição de um povoado propriamente dito.

Esta demora para o surgimento de um povoado na região se deu pelo fato de ser um território no meio do caminho, um lugar de passagem, um meio para um fim? É algo a ser investigado posteriormente. Neste momento, o que interessa a esta tentativa cartografar uma linha do tempo é como e quando o rio foi constituído como uma fronteira territorial na

localidade. No fim do século 19, a descoberta de jazidas de diamantes despertou o interesse político em se constituir limites na região e assim o rio Araguaia foi determinado como fronteira territorial entre as capitânicas. Em seguida, as disputas se acirraram entre as capitânicas de Goyaz e Mato Grosso, e a primeira demarcou toda a região como sendo sua: de um lado e do outro do rio. Esse processo não ficou muito claro, indo e voltando, até que em 1923 a questão de fronteira territorial foi resolvida. O rio Araguaia volta a ser o limite legal entre os agora Estados do Mato Grosso e Goiás.

Esse pano de fundo pelo viés do tempo histórico é importante para tentarmos juntar as peças e tentar criar um marco temporal para a origem do Queijo Cabacinha do Araguaia, como também explicita as motivações históricas referentes à questão já discutida sobre território – política, economia - e fronteiras. Podemos especular que em algum momento entre os séculos 17 e 18, com o estabelecimento de povoados na região por conta das águas, a riqueza do solo e o clima do cerrado, a criação de gado começou a tomar forma.

E, assim como lá nos primórdios, no oriente médio, como não existia refrigeração e conservação, o excesso de leite foi aproveitado na produção de queijos. Imagina-se que a partir dos modos de fazer e gostos próprios à coroa portuguesa. Com o passar do tempo e o estabelecimento de políticas territoriais, governantes foram nomeados e pessoas acumularam riquezas. E com isso, também vieram ingredientes de outras partes do país e do mundo e com eles, outros tipos de queijo. Com estes outros tipos de queijo, vieram outros saberes, que foram se hibridizando com a produção de queijo local. Posteriormente retomaremos essa discussão, com viés para a identidade culinária local.

Abaixo, um quadro histórico, que sintetiza os marcos temporais:

Quadro 8 - Linha temporal do território entre Alto Araguaia-MT e Santa Rita do Araguaia-GO

Ano	Acontecimentos
1673-1682	Bandeirantes explorando. O mais famoso deles, Anhanguera.
1723	O rio Araguaia foi estipulado como limite entre Mato Grosso e Goiás
1748	Capitanias de Goiás e Mato Grosso. Divisão pelo rio das Mortes. Ainda que Mato Grosso insistisse na divisão pelo Araguaia.
1845	Marco inicial
1854	Fazenda Araguaia – José Manoel Vilela
1890	#Chegada do sertanista Antônio Cândido de Carvalho à região do Rio Araguaia e seus afluentes. #Explorar a agricultura e a pecuária. #Povo Bororo/Kayapo habitava a região. João José de Moraes Cajango descobriu os diamantes com eles. #Surge o primitivo povoado.
1895	Chegada de José de Moraes Cajango – Descoberta dos diamantes
1907	Goiás anexa o território, ignorando o rio e o conflito com o Mato Grosso. (disputa por recursos).
1908-1909	Explosão do garimpo
1910	Santa Rita do Araguaya, do lado goiano, vira distrito de Mineiros-GO. Problemas e conflitos entre fronteiras.
1915	#Primeira escola primária; #Lei nº696 institui o Distrito de Paz de Santa Rita do Araguaya, do lado Mato Grossense #O povoado do lado Goiano surge em torno de um comercio, da família Salgueiro.
1921	Santa Rita do Araguaya vira município.
1923	#Santa Rita do Araguaya vira comarca #Questão de fronteira territorial resolvida. O rio Araguaia volta a ser o limite legal entre Mato Grosso e Goiás.
1923-1926	Conflito Morbeck-Carvalhinho
1924	Passagem da coluna prestes
1930	Primeiro jornal – O Araguaia
1937	Divisão territorial
1938a	Santa Rita-MT é extinta, passando a fazer parte do distrito de Lageado. #No mesmo ano ganha o nome de Alto Araguaia. #O Lado goiano do rio, a cidade vira distrito de Mineiros-GO, com o nome de IVAPÉ (CAMINHO DAS FRUTAS).
1939	Surge o colégio Padre Carletti, atual câmpus da Unemat
1940	Garimpo passa a diminuir o fluxo gradualmente.
1953	Santa Rita do Araguaia ganha o nome atual e vira parte da comarca de Mineiros-GO.
1955	Visita de Juscelino Kubitschek
1968-1960	Início da produção do Queijo Cabacinha na Região da fronteira entre Alto Araguaia e Santa Rita do Araguaia
1970	Chegada da Soja – Famílias assentadas pelo INCRA no Norte de Mato Grosso
1977	Divisão do Estado do Mato Grosso, dando origem à Mato Grosso e Mato Grosso do Sul

Fonte: o autor, 2022.

Como observamos no quadro acima, já está inclusa uma provável data para o início da produção do Queijo Cabacinha. Essa informação nos foi passada pela *Dona Vanda Maria Ferreira Resende*, de 64 anos, residente de Santa Rita do Araguaia. Ela é filha de *Maria Martins Ferreira*, que era conhecida como Dona Fiúca ou Vovó Fiúca, uma figura significativa para a

história do Queijo Cabacinha do Araguaia. Segundo contam, ela foi a primeira produtora da região e para todos os efeitos, a matriarca desta comida. Tudo começou nos anos 70, quando ela e uma amiga resolveram produzir queijos na fazenda. Primeiro para consumo e com o passar do tempo, para a venda.

Figura 41 - Dona Vanda Maria, filha de Dona Fiúca.



Fonte: o autor, 2023

Dona Vanda, uma senhora muito gentil e com muitas histórias para contar, acolheu a investigação em sua casa, que fica às margens da BR-364, próxima à Igreja Matriz de Santa Rita do Araguaia, com um café bemquentinho, biscoitos de polvilho doces e geleias e é claro, ele, o Queijo Cabacinha. Dona Vanda relatou que sua mãe nasceu no ano de 1924 e se criou na região do Araguaia. Aos 15 anos (1939), casou-se com João Alves Ferreira, que viria a ser o pai de Dona Vanda, e foi morar na fazenda Babilônia, onde por muitos anos cultivaram a lavoura e criaram gado. Aos 48 anos de idade ela ficou viúva e a partir daí a renda sua principal passou a ser a produção e a venda de queijo. Dona Vanda passou 30 anos trabalhando com a sua mãe, que faleceu aos 93 anos, em 2017.

Segundo apurado junto à Dona Vanda, com a ajuda de outros familiares – como seu tio Manoel Martins carvalho - Dona Fiuca começou a produzir o Queijo Cabacinha mais ou menos entre 1958 e 1960, cerca de 57 anos atrás, quando ela tinha 34 anos de idade, anos antes do

falecimento de seu marido. Á época, tinham produção diversificada no sítio: alambique, criação de gado, uma serraria, várias criações além do gado e plantações de frutas, verduras e legumes para consumo e venda em pequena escala. Ela já fazia queijos de forma com o excedente do leite. Mas como não existia como conservá-los, eles inchavam e estragavam. E isso dava muito prejuízo. Então, curiosa e persistente coimo era resolveu realizar experiencias para tentar superar este problema, a partir de outros conhecimentos e formas de fazer. Após muita tentativa e erro, ao cozinhar a massa obtida após separar o soro do coalho, ela percebeu que poderia modelar. Foi tentando e chegou à forma de cabaça, muito propícia para o armazenamento, como os embutidos. Aí ela deixou descansar na salmoura para realizar a cura e surgiu daí o primeiro Queijo Cabacinha do Araguaia, que ela continuou a produzir com o auxílio de sua cunhada. Para todos os efeitos, ela utilizou segundo os saberes que tinha à disposição o método científico de tentativa e erro. Marie Curie que se cuide. Eis a origem secreta do Queijo Cabacinha do Araguaia.

Mas a história é construída por versões. O que foi apurado foi uma informação de segunda mão, já que com o falecimento de Dona Fiúca, muitas de suas histórias se perderam com o tempo. Muitas das memórias e registros que se foram somente ela poderia contar. Muitas das pessoas daquela época já se foram. O questionamento maior da pesquisa foi: quais as maiores influências de Dona Fiuca quando ela criou a receita que veio a ser o que conhecemos como o Queijo Cabacinha do Araguaia? Disso não sabemos, mas a partir das evidências, podemos costurar. Outras informações apontam que antes disso o Queijo Cabacinha já era produzido. Só não era comercializado em uma escala maior. O que se sabe é que a partir daí ela começou a fazer o Queijo junto com uma cunhada, que também já faleceu. Á época a mãe de Fiuca era cozinheira e doceira de mão cheia. Então, estas habilidades no fazer culinário podem ter sido adquiridas nas vivências com sua mãe, que trabalhou cozinhando para os padres do Colégio das Freiras, onde ela havia também estudado.

Cabe aqui um interlúdio. Historicamente Alto Araguaia sempre teve fortes ligações com a capital Cuiabá, sendo berço cultural de muitos nomes significativos dentro do Estado de Mato Grosso. Durante a segunda metade do século passado, o colégio católico/salesiano da cidade, dirigido pelo Padre Carletti era um importante polo educacional no Estado, para onde as famílias distintas da capital enviavam seus filhos para estudar. Dali surgiram juristas, poetas, artistas e políticos que vieram a ter grande influência nos rumos do Mato Grosso. Tanto ainda o é, que seu espaço hoje abriga o câmpus local da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT. O local foi e é origem de muitas reflexões e sensibilidades. Muitos artistas Mato Grossenses iniciaram sua jornada no teatro do colégio. O único teatro da região, em um local

no meio do nada. Seu tablado de madeira e sua estrutura para mais de 200 pessoas já foi considerado como um dos melhores do Mato Grosso – um estado onde a cultura é vivida, mas pouco valorizada do ponto de vista das políticas públicas. Curioso imaginar que um determinado espaço pode ser um território à borda, mas central no que tange uma perspectiva de lugar. Enquanto isso, Santa Rita do Araguaia permaneceu isolada nas bordas de Goiás. Para o Mato Grosso, Alto Araguaia era a entrada do Estado. Para Goiás, Santa Rita trata-se de uma saída pelas portas dos fundos.

Figura 42 - Patronato Salesiano/Colégio Padre Carleti. 1956



Fonte: prefeitura municipal de Alto Araguaia

Figura 43 - Sede do câmpus da UNEMAT em Alto Araguaia, antigo Patronato Salesiano/Colégio Padre Carleti. 2021.



Fonte: <http://www.unemat.br>

Suas instalações fazem parte do imaginário dos grandes casarões regionais e sua arquitetura única, feitas a partir do adobe. Hoje, grande parte de sua estrutura já foi substituída por tijolos queimados e concreto. Aliás, aqui paira uma nuvem de negação ao patrimônio arquitetônico regional. A cultura do novo, da estrutura, da modernização em linhas retas, da standardização e pasteurização estética. Não é nada forçado ou um discurso vigente. Apenas nos parece que tudo isso não importa à classe política regional. Se não dá lucro ou precisa de dinheiro para manter, é melhor derrubar e fazer de novo. Assim, várias edificações antigas foram eliminadas da história da fronteira do Araguaia, ainda que o governo federal tenha leis e linhas de financiamento para a manutenção do patrimônio histórico. O teatro, mencionado anteriormente, foi substituído por um auditório, que seria mais útil aos fazeres acadêmicos e aos eventos da sociedade do Araguaia. Tem-se a percepção de que a preocupação com registros históricos, seu arquivamento e a manutenção pela memória regional é algo politicamente secundário quando a onda standardizante e neoliberal da cultura da soja toma proeminência. Mas, porque este interlúdio? Simples. Os Padres que administravam o colégio que veio a ser futuramente a sede da Unemat câmpus de Alto Araguaia eram pessoas instruídas, viajadas pelo mundo. Podemos afirmar que eles partilharam muita cultura e saberes na região. Várias são as obras que tratam sobre a região relatam suas aventuras e desventuras, dentre elas se destaca *O*

catolicismo dos favorecidos e desfavorecidos dos bairros em Alto Araguaia, Mato Grosso, dissertação de mestrado escrita pelo professor Adevaldo Rosa de Lima (2001).⁴⁴ Assim, será que não serão eles de alguma forma responsáveis por trazer os saberes da feitura do Queijo Cabacinha, que seriam utilizados por Dona Fiúca? Questões para se refletir, uma vez que não há menções sobre isso em nenhuma das obras consultadas sobre o tema e nem uma linha de informação dos entrevistados.

Retornando à Dona Fiúca e suas inspirações teve para produzir o Queijo Cabacinha, já pontuamos que ela teve aprendizados na cozinha por parte de sua mãe e que sua cunhada foi companheira na produção dos primeiros queijos em 1958. Ela se casou aos 15 anos e foi morar com o marido na fazenda. Se ela nasceu em 1920, então este período na fazenda se iniciou em 1935, pouco antes da divisão oficial entre os Estados de Mato Grosso e Goiás. Então, antes do falecimento de seu marido e do marco inicial da produção do Queijo Cabacinha, ela ainda viveu 23 anos na zona Rural. Uma vida inteira de aprendizados. Quais as suas influências como “alquimista de queijos” que a levaram a começar a produzir o nosso querido queijo protagonista, é um mistério. Mas podemos fazer um exercício imaginativo para tentar entender o processo.

O primeiro fato é que ela desenvolveu suas habilidades e competências na produção de queijos nesta época. Daí os queijos espremidos. Como na vida em comunidade sob uma lógica rural é de solidariedade, outras mulheres vizinhas podem ter a influenciado. Viagens não eram muito comuns em se tratando do isolamento regional. Dependendo do lugar onde se estava, uma viagem a outros estados poderia levar vários dias.

Se ela tivesse viajado, poderia ter tido influências de Minas Gerais São Paulo ou Bahia, onde curiosamente outras variações regionais similares ao Queijo Cabacinha. Pela narrativa que temos, que ela foi a criadora da receita do Queijo Cabacinha, podemos imaginar que o contrário também pode ter ocorrido e a receita ter sido levada para esses lugares. Dona Vanda nos falou que era comum a presença de mascates e tropeiros na região. A questão é que a falta de registros históricos só nos leva a caminhos sem saída, quanto à questão da influência.

⁴⁴ DE LIMA, A. R. **O catolicismo dos favorecidos e desfavorecidos dos bairros em Alto Araguaia, Mato Grosso**. (Dissertação de mestrado). Goiania: PUC. 2001. Disponível em: <<<https://tede2.pucgoias.edu.br/bitstream/tede/3641/2/Adevaldo%20Rosa%20de%20Lima.pdf>>>.

Figura 44 - Maria Martins Ferreira, que era conhecida como Dona Fiúca.



Fonte: Vanda Martins Ferreira

Figura 45 - Retrato de Maria Martins Ferreira, a dona Fiúca e seu esposo João Alves Ferreira



Fonte: Vanda Martins Ferreira

Quando falamos de cultura e de modos de fazer uma determinada culinária, também devemos pensar nos hibridismos iminentes. Influências diversas que vão se intercalando, sobrepondo e as pessoas simplesmente naturalizam, se cristalizando como cultura. Esse deve

ter sido o caso. Ela teve influências de pessoas próximas na sua aquisição de competências na produção com laticínios e foi se aprimorando, até criar o Queijo Cabacinha como o conhecemos, sendo ela a pessoa que inaugurou toda uma tradição que impulsionou o atual ciclo comensal do Queijo Cabacinha. Além de ter começado a produção, ela também iniciou o comércio, sendo a primeira a inaugurar uma barraca para vender o queijo à beira da BR-364. Depois, outros a acompanharam. Posteriormente retornaremos às barracas e sua importância para a questão do consumo do Queijo.

Sobre as influências culturais na região, podemos perceber que o Queijo Cabacinha do Araguaia é muito similar em feitura, sabor e formato ao Queijo de tipo provolone *Caccio-Cavallo*, original da Itália meridional. Principalmente depois de defumado. O seu formato é muito parecido com o do nosso cabacinha. Este queijo é mencionado no *quadro 5*, quando citamos a reputação do povoado que viria ser a Itália meridional em 500 a.C. Para todos os efeitos ele foi citado pela primeira vez pelo pai da medicina, o Grego Hipócrates que falou sobre a competência italiana em fazer queijos. Ele partilhava de um pensamento que definia que somos o que comemos, portanto a raiz do comer bem, para manter a saúde. (DALBY, 2019). Este queijo, feito inicialmente com o leite de jumenta, tem este nome pelo seu formato peculiar que favorecia seu transporte pelos viajantes a cavalo. Daí, “cacho a cavalo”, um queijo em formato de cacho de uvas, pendurado por pequenas cordas na cela de cavalos. Como a presença dos migrantes italianos no Brasil é muito significativa, sobretudo em São Paulo de onde vieram muitos dos moradores originais da região, estes saberes podem em certa medida ter vindo daí.

O formato pode ser uma inspiração. Mas o nome remete a outra coisa. Nosso queijo em questão tem o nome associado às cabaças, frutos da cabaceira (nome científico, *Lagenaria siceraria*), uma planta da família da abóbora. Segundo o dicionário Houaiss (2001), a cabaça é:

“[...] design. comum a plantas da fam. das cucurbitáceas e a uma da fam. das bignoniáceas, cujas cascas dos frutos, muito duras, são us. no fabrico de diferentes objetos; cabaceira, cabaceiro. Do árabe, *kara bassass*, que em português significa abóbora lustrosa”.

Trata-se de uma das primeiras plantas cultivadas pelo homem, lá no oriente médio, sendo figura marcante em muitos povos ao longo da história. Provavelmente, com base no que já foi relatado aqui, dado o seu uso quando seca, como recipiente, ela foi largamente utilizada para o transporte de várias coisas, de ingredientes secos como grãos até água e leite. Aqui no Brasil ela marca o imaginário cultural de vários agrupamentos sociais, sendo muito utilizada pelas comunidades rurais e nos sertões. Os bandeirantes e, posteriormente os tropeiros as utilizavam com regularidade.

Então, o formato de cabaça do queijo, o que possibilita o seu reconhecimento imediato, provavelmente advém desta cultura tropeira. Outras pessoas dizem que o queijo tem este formato para facilitar o seu armazenamento em casas mais simples. Pendurado. Muitos produtos alimentícios artesanais têm esta peculiaridade, como o salame e outros embutidos. Em geral, é um formato que favorece a cura e, muitas vezes a defumação – que altera o seu gosto sobremaneira e favorece a sua conservação, em tempos onde geladeira era um luxo reservado às camadas mais nobres da sociedade. Daí, temos que lembrar que as coisas só existem quando são nomeadas. E um nome com muitos referenciais, nos remete a coisas variadas. Esta nomenclatura pode ter sido dada em momento de inspiração, ou organicamente porque advinha de uma lógica cotidiana prática.

Figura 46 - Artesanato em cabaça.



Fonte: o autor, 2023

Além da utilização pragmática como um recipiente rudimentar, a cabaça na cultura brasileira é muito utilizada para o artesanato, como a escultura apresentada na imagem acima. Sobretudo com influências das regiões Norte e Nordeste. Atualmente, aqui na região do Araguaia não existe uma produção consistente de artesanato ou registros no imaginário sobre a resignificação das cabaças. As referências mais próximas existem mais ao norte, em Cuiabá, capital de Mato Grosso, dada a forte influência da cultura boliviana e indígena; e na região do

Pantanal Mato Grossense – MT e MS. Lembremos ainda que da cabaça ainda se fabricam as cuias, muito utilizadas pelos gaúchos como o recipiente tradicional do chimarrão e pelos paranaenses e descendentes com seu Tereré. Mas nada disso tem grande influência aqui, uma vez que o grande fluxo migratório de sulistas para o norte do país se deu nos anos 70, prioritariamente para o Norte do Mato Grosso.

Aqui no Araguaia a presença deles é tímida e sequer temos o famoso Centro de Tradições Gaúchas – CTGs – que são presença garantida em todas as cidades do norte do Mato Grosso. A cultura gaúcha traduzida é mais forte na cidade de Alto Taquari, divisa de Mato Grosso com Mato Grosso do Sul. Apesar de ligadas, uma vez que Alto Taquari originalmente fazia parte do território de Alto Araguaia, o fluxo migratório ali se estabeleceu por outros caminhos históricos. É certo deduzirmos que o imaginário acerca da cabaça tenha vindo do modo de vida caipira de goianos e antes, da migração do sudeste, principalmente de São Paulo e Minas Gerais. Aliás, aí pode estar o maior laço. O norte de Goiás teve um grande fluxo migratório vindo de Minas Gerais, tanto é que Mineiros-GO, cidade vizinha de Santa Rita do Araguaia tem este nome por ter sido colonizada por este povo. É de se imaginar que os saberes e modos de produzir tenham vindo em algum momento com este fluxo.

Nessa toada eis uma polêmica à vista: temos o Queijo Cabacinha do vale do Jequitinhonha e em outras localidades em Minas Gerais, com muitas similaridades na feitura com o do Araguaia. É dito que a receita original destes é a mesma da Itália. Inclusive, estes também estão na luta pelo IG e pelo Selo Arte com o apoio da EMATER⁴⁵, ou seja, o mesmo processo pelo qual o Queijo Cabacinha do Araguaia está passando. E recentemente o projeto de Lei 25337⁴⁶ foi aprovado na Assembleia legislativa de Minas Gerais, declarando o Queijo Cabacinha produzido no Vale Jequitinhonha como patrimônio cultural e imaterial daquele Estado, faltando apenas a sanção do governador Romeu Zema.⁴⁷ Trata-se uma tradição que remonta, da mesma forma que o produzido no Araguaia, aos anos 50. Então, a produção tanto lá, como cá se iniciou em um mesmo período, ainda que em localidades diferentes. E temos suas particularidades culturais partilhadas, como seu comércio à beira de rodovias.

Perto da região, mais especificamente em Corumbá-MS, temos o queijo Nicola, que nada mais é do que um queijo do tipo cabacinha. O preparo é o mesmo. Basicamente são os

⁴⁵ Queijo Cabacinha, típico do Jequitinhonha, terá pesquisa de identidade e qualidade: <http://www.agricultura.mg.gov.br/index.php/ci-soja/story/4671-queijo-cabacinha-tipico-do-jequitinhonha-tera-pesquisa-de-identidade-e-qualidade>

⁴⁶ <https://diariolegislativo.almg.gov.br/2023/L20230616.pdf#page=3>

⁴⁷ Queijo Cabacinha é reconhecido como patrimônio cultural de Minas: <https://diariodocomercio.com.br/agronegocio/queijo-cabacinha-reconhecido-patrimonio-cultural-minas/#gref>

modos de fazer que foram levados pelos tropeiros para a região do Pantanal no Mato Grosso do Sul e ganhou outra nomenclatura. Atualmente ele é o queridinho dos circuitos gastronômicos, graças ao chef Paulo Coelho Machado Neto, que inclusive o levou à edição 2023 do programa *Masterchef Brasil*, da rede Bandeirantes de Televisão.⁴⁸

Segundo *Roniclei Elias de Resende*, advogado da Associação de Produtores do Queijo Cabacinha do Araguaia, o grande diferencial da iniciativa da região da fronteira do Araguaia é a organização e empenho políticos na região. Até então, o Queijo Cabacinha do Araguaia saiu na frente quanto à legislação para a obtenção do IG e demais registros.

Então, uma guerra simbólica pelo território e nome Queijo Cabacinha pode estar em curso. Qual é o Queijo Cabacinha original? Qual veio primeiro? O trabalho não vai entrar nesta celeuma. Aqui, trilhamos pelo caminho do imaginário, a partir da subjetividade e narrativas dos atores que integram o ciclo produtivo de uma determinada comida, produzida em determinada região. Considera-se aqui que a história é feita de versões, sendo que o tempo histórico é permeado por disputas entre narrativas. Ainda, entende-se aqui que o processo histórico de demarcação territorial vai aos poucos modificando os laços locais e dados os processos de hibridização e experiência únicas, as narrativas culturais destes lugares vão se distanciando. Aquilo que era uma coisa só, vai ganhando suas peculiaridades. É de se imaginar que a 50 anos, apesar da distância territorial, estes espaços tinham mais similaridade cultural que nos dias de hoje.

De qualquer forma, na produção de queijo, a localidade importa. Clima, temperatura, tipo da água, tipo dos animais e o seu manejo. As condições objetivas de produção. Entende-se aqui que o Queijo Cabacinha do Araguaia é único, assim como os outros citados também o são. Mas, para todos os efeitos, como a pesquisa se dá pelo olhar das personagens que contribuíram com suas histórias de vida, aqui consideramos o *tempo fenomenológico* e este nos orienta a seguir pelo mito fundacional do Queijo Cabacinha do Araguaia. Só não se pode ignorar que entre todas estas idas e vindas históricas, há um processo de hibridização e partilha de saberes e sabores que é o que torna a cozinha Brasileira tão única.

Até o momento tentamos traçar o tempo histórico e o tempo cronológico do Queijo Cabacinha, como demarcações que nos favorecem a compreensão de um panorama maior. Mas o tempo das sensibilidades, o tempo fenomenológico pode nos ajudar a entender os sentidos que compõe o nosso querido ator-mediador. A história de Josuelma Soares pode não ter relação com grandes famílias ou feitos, mas a sua narrativa é tão significativa quanto. Ela sempre viveu

⁴⁸ Chef leva ingredientes do Estado para reality e desafia participantes. Disponível em: <https://www.campograndenews.com.br/lado-b/diversao/chef-leva-ingredientes-do-estado-para-realit>

no Araguaia. Seu avô veio da Bahia para o centro-oeste como muitos de nós, em busca de oportunidades e terras para a agricultura em pequena escala e criação de gado, bem como uma vida simples para sustentar sua família. Pararam em Guiratinga. Lá, sua mãe e seu pai, casaram e posteriormente se mudaram para Alto Araguaia-MT. Morando na zona rural, tiveram de criar estratégias de sobrevivência para atravessar as fronteiras sociais que lhes surgiam à frente. Assim, sua mãe começou a fazer o Queijo Cabacinha para manter renda e Josuelma aprendeu o ofício com ela, aos dez anos de idade.

Figura 47 - Josuelma Soares em Exposição com o Queijo Cabacinha.



Fonte: Josuelma Soares.

Aos 11 anos sua mãe faleceu. Aí ela ficou um bom tempo fora da “lida do queijo”, até se casar com seu marido e voltar a produzir. Esse ciclo durou cinquenta anos. Em conversa com o agente da pesquisa, Josuelma nos traz muitas memórias, da relação com sua mãe:

RAFAEL: Olha só então você tem uma narrativa muito poderosa em torno desse queijo...

JOSUELMA: Você acha? Eu aprendi a fazer o queijo vendo. Ficava ali, né? Vendo minha mãe que produzia o queijo naquela época no fogão, fogão à lenha. Naquele sistema bem antigo mesmo e ela vendia na entrada da fazenda na BR sentido a Mineiros, sentido a Rondonópolis, Cuiabá, eles penduravam aqueles queijos que os caminhoneiros paravam e compravam e eu estava lá. Uhum. Ajudando a vender.

RAFAEL: Olha só. ficava lá, né? Que o pessoal fica na beira da estrada vendendo.

JOSUELMA: Vendendo daquelas barraquinhas de palha. Pendurar queijo. Aí os caminhoneiros passavam sempre e paravam e eu estava ali ajudando minha mãe a vender.

Posteriormente retornaremos a essa questão da identidade e da mulher em torno do queijo. Mas Josuelma nos traz a importância da sua jornada para o tempo fenomenológico do Queijo Cabacinha. As pessoas que vemos pelo caminho, pequenos produtores à beira da estrada vendendo seus produtos locais tem narrativas e histórias incríveis, invisibilizadas pela narrativa hegemônica. Enfim, em seguida ela retomou a produção, que foi refinada com a ajuda da sua sogra. Perguntada sobre o que o Queijo Cabacinha significa em sua vida, ela responde:

Minha fonte de renda, minha liberdade como empreendedora porque eu era uma mulher depressiva... Inclusive noventa por cento das mulheres são depressivas. Porque eu trabalho aqui no assentamento na parte social também ajudando sem ganhar nada. E era uma mulher assim que eu não tinha expectativa de nada. Depois que eu comecei a fazer assim... ia ver minha sogra, eu ia lá com a minha sogra todo final de semana e eu ficava vendo ela fazer o queijo, eu lembrava da minha infância, lembrava da minha mãe e foi mexendo comigo, eu falei assim, nossa eu vou ter que até aprimorar, até aprender, né? Porque dez anos você só vê, nunca tinha feito. E aí minha sogra foi me ensinando, meu esposo também. Ele contando um monte pra mim que desde os quinze anos ele sempre foi funcionário de fazenda, né? Igual eu também, minha mãe é que a funcionária e o patrão chegavam na fazenda que ele morava só levava o queijo e levava pra São Paulo. Eles só faziam, eles não tinham geladeira naquela época igual na minha também tinha que espremer o queijo para ele não perder e ele ficava curado. Pegava aquelas caixas de queijo e levava para São Paulo... (J. L.S.).

Outros tempos, outras vivências, retomadas como memórias que se tornam presentes. Seus aprendizados. E o Queijo Cabacinha no centro de tudo, mediando. O legado de sua mãe a motivou a seguir em frente e a se aprimorar no fazer do queijo e como pessoa. Tudo em torno do Queijo Cabacinha.

Marizete e Gerson começaram a produzir e a comercializar o queijo em 1998, por falta de opções. Á época, a região era mais carente de trabalho e como Gerson já havia trabalhado com laticínios e sua esposa trabalhado com queijo no sítio, decidiram começar seu empreendimento. Conforme a conversa foi evoluindo, a pesquisa questionou sobre como conseguiram a receita, se aprenderam com alguém. O senhor Gerson nos respondeu:

“[...] Eu já trabalhava com queijo antes. Nasci no queijo. Eu trabalhava em laticínio. Eu já tinha as fórmulas, os modos de fazer. Tudo. E aqui não tinha serviço aí. E eu trabalhava aqui de pedreiro, o que achava, né? E tinha vez que não achava. Aí nós falávamos, por aqui eu acho que dá. Eu acho que dá. sobreviver, né? (G.R.S.).

Daí para hibridizar seus saberes técnicos com o fazer artesanal regional foi um pulo. Com a produção e venda do queijo eles criaram três filhos. Era uma rotina exaustiva. Dona Marizete se encarregava da produção em casa, à época, ainda sem muita estrutura, e o senhor Gerson, faça chuva ou faça sol, se encarregava de levar os queijos para vender na barraquinha à beira da BR-364, depois do Posto Fiscal, sentido Alto Araguaia-MT, Cuiabá-MT. À época, tiveram que seguir este sistema com o primeiro filho, ainda pequeno. Não foram raras as vezes

em que de madrugada, fazendo o Queijo Cabacinha para vender no dia seguinte, tinham que ao mesmo tempo cuidar dele, que ficava em um berço improvisado em uma caixa de verduras.

Conforme Gerson e Marizete:

“[...] Vambora. Bora.... Aí, depois, aí depois com o neném pequeno também, a mesma viu? Porque aí o neném o colocava dentro de um caixotinho deste de verdura de madeira, colocava o travesseiro e colocava ele, colocava em cima da mesa, a gente fazendo queijo e ele ali pra gente tá olhando. É, aí ele ficava até duas horas depois levantava conosco. Quando a gente levantava de madrugada, ele levantava também, aí era muito difícil. Que a hora que a gente acordava e ele acordava.” (G.R.S.).

“[...] E eu ia mexer com leite, a gente dormia muito pouco, porque a gente trabalhava muito. E eu sentia muito sono na gravidez, eu eu se eu sentasse, eu dormia sentada. Precisava dormir e não podia dormir, que a gente estava fazendo queijo. Então assim, no começo foi bem difícil. Depois a gente foi melhorando, arrumou gente pra vender e ele ficava em casa pra ajudar, né? Aí foi dando uma melhorada. Mas no começo foi bem difícil mesmo. Foi uma barra. Aí compramos o carrinho. É que aí já não ia de bicicleta mais, né? Que aí já ia de carro. Então, quando ele começou que a gente levantava de madrugada. A gente levantava quatro horas da manhã preparava o queijo colocava na caixa de isopor eu fritava ovo colocava no pão e ele ia embora. Se ele ficasse lá pra vender até a tarde era o que ele comia não ia almoçar.” (M. A. L.).

Essas memórias são permeadas de um testemunho de uma classe trabalhadora que tem que se virar com as condições materiais objetivas da realidade. A rigor, um suplício quando relatado para alguém de fora da história, mas recordado por eles com muito carinho, uma vez que esta é a trajetória que os levou até onde eles estão. Apenas uma história entre muitas em torno do Queijo Cabacinha, mas na sua especificidade, muito significativas para mostrar que como este ator-mediador se situa na região.

São histórias importantes para a memória regional, pois refletem a trajetória do cotidiano dos “de baixo” na pirâmide social. Então, o imaginário em torno do Queijo Cabacinha passa por este tempo fenomenológico, de memórias que se foram, mas ainda são presentes e constituem a identidade cultural do sujeito. Não há como pensar na história oficial, sem levar em consideração a narrativa de quem realmente atua objetivamente na sociedade. Se há um ciclo do Queijo Cabacinha hoje, é graças a essas pessoas que sonharam, porque não tinham uma outra opção. Então pegaram o que estava a mão, com as condições que tinham e foram à luta. O sonho do trabalhador em ser seu próprio patrão e ter o seu pequeno empreendimento não o excluí da categoria de trabalhador, pelo menos na prática. Porque conforme a legislação, há controvérsias. É um caso onde a vida privada e a vida particular são indissociáveis.

Figura 48 - Senhor Gerson e seu filho em sua barraca de Queijos, nos anos 90.



Fonte: Família Angelo.

Figura 49 - Dona Marizete em casa, com o resultado da produção de Queijos Cabacinha



Fonte: Família Angelo.

Hoje eles possuem uma Queijaria na parte dos fundos do seu quintal, conforme as especificações necessárias da vigilância sanitária e do MAPA. São membros da Associação de

produtores e comercializam seus produtos em barracas na frente da rodoviária de Santa Rita do Araguaia. Com o queijo, conseguiram atravessar as fronteiras sociais, estruturando a sua vida e ainda conseguem ajudar os seus filhos.

Do ponto de vista fenomenológico, esta perspectiva diacrônica nos serve para pensar que esta delimitação forçada, imposta pelas condições do capital e conseqüentemente pelas disputas por poder ainda é muito forte no imaginário local. As duas cidades, na prática sempre foram uma coisa só. O fluxo do rio não favorece uma separação. Pelo contrário, ele agrega. Ainda hoje, as pessoas moram em uma cidade e trabalham na outra e vice-versa. Familiares se espalham entre as duas cidades – as famílias tradicionais são as mesmas. O consumo é realizado indistintamente. O critério é o cotidiano das pessoas. A fronteira territorial de viés político impôs uma segunda fronteira: a social. Por que a rigor, Santa Rita do Araguaia, do lado de Goiás, durante o processo histórico foi jogada de um lado para o outro. Foi extinta. Depois refundada. Virou distrito. Mudou de nome. E por aí vai. É, por assim dizer, a irmã pobre do processo. Diz-se que é mais barato morar em Santa Rita do Araguaia do que em Alto Araguaia. As comunidades mais pobres se encontram do lado de Goiás. Todo este jogo político, desfavoreceu o desenvolvimento econômico e a expansão de Santa Rita. Então fica no imaginário popular que quem mora em Alto Araguaia tem melhores condições financeiras do que os que moram do lado de Goiás. Isso também é explicado pela influência política e cultural, diretamente ligada ao número de habitantes, de eleitores. Quem tem mais voto, tem mais poder e mais recursos.

Ainda em tempo, é importante destacar que as fontes históricas – bibliográficas e documentais – são escassas. Muitas das informações aqui utilizadas surgiram da leitura de obras de fora do campo acadêmico como *Alto Araguaia, dos garimpos à soja* (DE OLIVEIRA, 1998) e “Ao longo do Araguaia” (VANDONI, 1992), este último dando maior destaque à região do Médio Araguaia – Barra do Garças, Nova Xavantina, Ribeirão Cascalheira) até o encontro com a região do Xingú. De fontes institucionais e de caráter enciclopédico temos Mato Grosso e seus municípios (FERREIRA, 1997), além de informações dos sites das prefeituras de Alto Araguaia (<http://altoaraguaia.mt.gov.br/>) e de Santa Rita do Araguaia (<https://www.santaritadearaguaia.go.gov.br/>). Outras informações foram obtidas em repositórios digitais, como o da biblioteca nacional.

Este percurso histórico é importante como uma demarcação que possibilite um ir e vir, no processo de interpretação do hoje. Muitos outros fatos históricos foram significativos. Posteriormente, um retorno a ele será realizado. Por agora, é importante o percurso rumo à centralidade do modelo do objeto de estudos – comensalidade -, rumo à interpretação dos

fenômenos. Assim, invertendo a lógica inicial, pensemos na entrada da cidade de Santa Rita do Araguaia, pela BR-364, vindo da Capital de Goiás, Goiânia.

Ao contrário da cidade do outro lado do Rio, em que a chegada nos traz um sentido de curiosidade e um magnetismo atrativo que propõe uma permanência, nada anuncia que chegamos a Santa Rita. Simplesmente se chega à cidade. Não há um prenúncio. Há sim uma expectativa de se seguir adiante. No entanto, a quem observa os detalhes, pode reparar as barracas à beira da estrada, de frente à rodoviária da cidade. A rodoviária fica logo na entrada. Não se entra na cidade para chegar a ela. É um ponto de passagem, da mesma forma que era em suas origens.

Quem ali para e repara, logo percebe que as boas vindas daquilo que sintetiza o imaginário da cidade está pendurado por fios, exposto ali, anunciando sua identidade cultural: o Queijo Cabacinha. Não é exagero falar que esta comida típica é o que faz a cidade se mover economicamente e culturalmente. Literalmente, Santa Rita do Araguaia passou a ser conhecida como a cidade capital do Queijo Cabacinha.

4.5 O consumo e o Queijo Cabacinha

Não tem como falar sobre consumo, sem antes pontuar a questão da produção. Para começo de conversa não podemos ignorar o fato de que o Queijo Cabacinha do Araguaia é um produto. É uma comida, que se trata do resultado do trabalho de um certo agrupamento proletário. Quando trabalhamos para alguma presa, pessoa ou organização, estamos vendemos o nosso tempo em troca de capital econômico, no caso o salário. Já o pequeno produtor, morador da zona rural, trabalha para si mesmo. Ele tem um empreendimento e tem que dar conta de todas questões burocráticas e financeiras referentes à sua manutenção e dinâmica, bem como desenvolver as atividades laborais e se aprimorar.

No caso da maioria dos trabalhadores envolvidos no ciclo econômico do *Queijo Cabacinha do Araguaia* a princípio todos seguem esta lógica, como um empreendimento familiar, de lógica artesanal. Estes trabalhadores transformam o seu tempo e esforço – mão de obra - em produto e este em troca de dinheiro daqueles que tenham interesse em adquirir seu produto. Assim, não é patrão. Ele é um trabalhador rural. Além de todas as funções advindas da produção do queijo – manejo do rebanho, retirada do leite e sua posterior conservação com todas os critérios sanitários, aquisição de insumos, racionalização estrutural, produção do queijo em si, sua conservação, transporte e estratégia de vendas - eles têm de dar conta da manutenção

da sua propriedade e procurar formas e estratégias de comercializar o seu produto. E são várias as estratégias. Venda para outros comerciantes, venda de porta em porta, por encomenda, contratos com supermercados, venda em estabelecimento próprio. É importante ter em mente que estas são estratégias cotidianas.

Não é porque o produto é artesanal que fica isento destes processos. Mais cotidiano ainda pois seu trabalho é quase que mesclado à sua vida particular. Servidores públicos e trabalhadores vinculados à grandes empresas vão para as suas casas no final de semana. Os produtores do Queijo Cabacinha não têm para onde fugir, uma vez que o seu trabalho é na sua casa. Então, o modo de fazer artesanal está intimamente ligado aos imaginários do *estar em casa*. Dada a sua rotina, a rua, o fora de casa serve ao comércio. Aqueles que produzem, geralmente estão em casa – em sua maioria mulheres, e isso abordaremos novamente - e aqueles que vendem vão para a rua. Então em um mesmo núcleo familiar podem ter pessoas com interpretações diferentes sobre esta dicotomia “casa-rua” e sobre os sentidos atribuídos sobre o trabalho. E as varrições são muitas.

Por exemplo, Dona Maria Aparecida compra queijos produzidos no sítio, e os revende em sua residência, entrega nas casas de seus clientes habituais e em sua barraca – de número 22 -, na feira em Santa Rita do Araguaia. Sua rotina é toda em cima de sua bicicleta cargueira. Pensando no relevo da região, não uma tarefa das mais fáceis. O nome de Alto Araguaia não é a toa: estamos no alto de uma serra, com muitas ladeiras e declives. Todas as quarta-feira ela vai à feira vender os queijos e demais ingredientes caipiras. É assim que ela consegue se manter. Uma vez que não conseguiu aposentadoria rural por falta de documentação, uma vez que divorciou e abandonou seu marido e o assentamento onde morava e tudo ficou para trás. Trata-se de um problema crônico na região. Ela fala com muita empolgação sobre seu trabalho na feira:

“[...] Tenho a minha barraca lá. De número 22. Cheio de Queijo Cabacinha também. É tipo uma mesinha assim. Tipo uns queijos lá bem arrumadinhos. Aí o povo vai aí e: Ah quero um queijo! E vai pegando né? Vai, vai a gente vai vender sim... Todo mundo vende queijo lá. Mas de vez em quando também tem uma senhora que me vende uns de daquele espremido lá... Minas! Tem o Minas tradicional. O frescal... Aí quando eu vendo também pra ela lá...” (M. A. C. S.)

A feira municipal de Santa Rita do Araguaia é um espaço coberto mantido para a prefeitura que atende os produtores e comerciantes de produtos rurais na cidade. É um espaço coberto, com várias barracas numeradas. Para poder comercializar seus produtos ali são necessários alguns trâmites. O principal é ser morador da cidade de Santa Rita. Se morar do outro lado da ponte, quem atende é Alto Araguaia e suas respectivas esferas hierárquicas em Mato Grosso. Para o lado de cá, é pelo viés da burocracia Goiana. E isso vale – com algumas

pequenas exceções - para a saúde, educação, etc. São as marcas da lógica das fronteiras territoriais e gerenciais.

Figura 50 - Feira do produtor de Santa Rita do Araguaia-GO.



Fonte: Maria Aparecida

Atualmente, dona Maria Aparecida vende o seu queijo, independente do espaço de venda, pelo preço de R\$30,00. Ela compra em quantidades maiores pela metade do preço, tendo aí uma margem de lucro que a sustenta e viabiliza seu trabalho. Antes da Pandemia de COVID-19, o preço do queijo na revenda variava de R\$10,00 a R\$15,00 reais. O mercado local, a diminuição de demanda, a profissionalização dos produtores e a inflação real motivaram o aumento.

Conforme discutimos antes, esses preços ainda são bem razoáveis em se tratando de produto artesanal e em comparação com outros tipos de queijo encontrados nos mercados. Sobre este paralelo entre o industrial e o artesanal que se encontra no imaginário social, Dona Maria tem posição bem definida. Para ela os produtos industrializados não são tão saudáveis quanto os artesanais, por conta das misturas químicas em sua composição e o excesso de gordura. Em certa parte da conversa, empolgada sobre receitas que podem ser feitas com o Queijo Cabacinha e o produtos derivados, ela desvela esta questão:

MARIA APARECIDA: “[...] Queijo, Queijo Cabacinha dá pra você fazer uma pizza, dá pra você fazer uma torta. Lasanha. Pra você fazer uma lasanha. até o molho de macarrão. Se você gostar de queijo, vai colocando. Ele chega que derrete... derrete né...”

RAFAEL: “[...] Chega a derreter. É. Eu tenho o queijo ralado que a gente compra? Esse aqui é do mercado, né? Que é o da cabacinha que eu não sei quem é que negocia com o mercado Bom Retiro. Ah, eu já vi lá. E eles tem o pacotão ralado do Queijo Cabacinha.”

MARIA APARECIDA: “[...] Eu já vi lá.”

RAFAEL: “[...] Que dura. E eu acho bem mais gostoso pessoalmente, do que o queijo ralado e industrializado. Industrializado. É ele é uma indústria né? É um pequeno né? Pequena indústria, mas não é uma indústria de grande porte que faz aquele negócio.”

MARIA APARECIDA: “[...] É aqui ele vem de São Paulo. De lá pra cá, né? Pra ir por nos mercados aí, né? Aí, mas eu já o cortei, ele meteu já os queijos fatiados, né? Você pega as fatias dele, põe dentro da panela e bota um fogo debaixo assim óoh... Aí dá uma derretida assim derrete bem derretidinho, mas menino... chega a dar uma manteiga? Manteiga do muçarela. É eu acho. Ele vira uma meleca. Não é o queijo saudável. Vira mesmo. Muito, muita gordura.”

RAFAEL: “[...] Tem vezes que eu compro ali no laticínio também. Mussarela para fazer pizza. Fica mais barato que no mercado.”

MARIA APARECIDA: “[...] Mas fica mais industrializado. É industrializado né? Tem química, né? Não é saudável. Já o Queijo Cabacinha é artesanal. Caipira. Feito em casa, né? Aí o povo tudo fala tudo feito em casa e fala *carpira*, né? É caipira. *Carpira*. Frango. Eu vendo frango, queijo na ferinha de lá. Vendo frango caipira também.”

O laticínio citado se trata de uma pequena indústria, o *Laticínio Berim*, localizada perto da ponte que liga Goiás à Mato Grosso, do Lado de Santa Rita do Araguaia. É uma empresa de pequeno porte que compra o leite dos pequenos produtores, realiza o processo de pasteurização, ensaca e revende aos mercados locais. Também produzem queijo do tipo Muçarela. É interessante que eles também vendem seus produtos *in loco*. O quilo da Muçarela fatiada é de R\$35,00 e o litro de leite é vendido à R\$5,50, ou seja, bem abaixo do que é encontrado atualmente nos mercados. É uma indústria, mas será que por ser em pequena escala chega a ameaçar a produção artesanal da região? Uma das respostas possíveis é a de que cada uma tem o seu público e fins específicos.

Como já discutimos bastante, a pioneira na produção e venda do Queijo Cabacinha do Araguaia foi a Dona Fiuca. Além de ser a criadora da receita, conforme as fontes entrevistadas, ela também foi a primeira a comercializar e provar que era possível gerar renda a partir do Queijo. Grosso modo, foi ela que inaugurou o ciclo de produção e consumo na região. Depois que ela começou, muitos seguiram o exemplo dela. Ela foi a primeira a profissionalizar a produção e a seguir os procedimentos recomendados pela vigilância sanitária e o MAPA, em uma época onde a burocracia era mais complexa, a legislação pouco convidativa e as informações mais escassas. A primeira a abrir sua pequena empresa de produção e venda e também a primeira a obter o selo de qualidade para produtos artesanais da vigilância sanitária municipal. Na imagem abaixo, o rótulo da embalagem do Queijo Cabacinha da marca Vovó Fiuca, com o registro 003 para produtos artesanais do município.

Figura 51 - Rótulo do extinto Queijo da marca Vovó Fiuca.

QUEIJO VOVÓ FIUCA (Queijo tipo cabacinha)		Informações Nutricionais Porção de 45 g	
		Quantidade por Porção	% VD (*)
Produzido Por: Maria Martins Ferreira CPF.: 016.501.491-15 Telefone: (64) 3635-1285 Endereço: Av. Araguaia, 585 Centro Santa Rita do Araguaia - GO		Valor Energético	109 Kcal 3 %
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 10px; text-align: center;"> Produto Artesanal 003/2010 Santa Rita do Araguaia - GO </div>		Carboidrato	0 g 0 %
		Proteínas	7,6 g 10 %
Ingrediente: Leite, Água e Coalho Peso Liq.: _____ Pesar na presença do Cliente		Gorduras Totais	8,8 g 16 %
		Gordura Saturadas	4,3 g 19 %
Fabricação: _____ Validade: 90 Dias Congelado (-5°C) 20 Dias Congelado (+5°C)		Gorduras Trans	0 g ND
		Fibra Alimentar	0 g 0 %
		Sódio	116mg 5 %
		Cálcio	190mg 25 %
		OBS: PRODUZIDO COM LEITE NÃO PASTEURIZADO NÃO CONTÉM GLUTEN	

Fonte: Vanda Martins Ferreira

Dona Fiuca trabalhou muito tempo nas barraquinhas perto da rodoviárias de Santa Rita do Araguaia por treze anos e depois abriu a sua lojinha na avenida às margens da BR-364, que corta o meio da cidade, perto do Rio Araguaia, no Sentido Goiás-Mato Grosso. Era um pequeno ambiente com um só cômodo, com poucos freezers e expositores, no entanto era o primeiro lugar recomendado para compra do queijo quando se chegava na cidade, por conta de sua higiene. Ela também tinha um contrato de venda com o supermercado Real, o segundo maior de Alto Araguaia-MT. Para eles, eram enviados cerca de duzentos queijos semanalmente. Para conseguir esse ritmo, ela tinha cinco funcionários, que ficavam parte na fazenda na lida e outra parte na cidade, para ajudar na produção.

Ela produziu e comercializou o Queijo Cabacinha até os últimos dias da sua vida. Sua filha, Dona Vanda trabalhou ajudando-a nos últimos 30 anos, até o final da vida de sua mãe. Depois trabalhou ainda mais um ano e, por falta de mão de obra, decidiu fechar o comércio e encerrar a produção. Mas ainda hoje produz queijo para o consumo da família.

Figura 52 - Dona Vanda com sua mãe Dona Fiúca.



Fonte: Vanda Martins Ferreira

Muitas são as pessoas que se sustentaram e se sustentam economicamente por meio do Queijo Cabacinha. Se trata de um processo realizado ao longo do tempo. Dona Marizete e seu Gerson tiveram a sua história entrelaçada à cadeia produtiva do Queijo Cabacinha do Araguaia. Ainda hoje seguem a mesma rotina de quando começaram, mas com mais estrutura e com isso, menos levam menos tempo. E menos tempo, é igual mais dinheiro. Eles acordam às cinco da manhã, fabricam alguns queijos, ajudam o pessoal a abrir as barracas, modelam o queijos, voltam para entregar e assim segue a rotina, em meio às outras atividades familiares cotidianas. Perguntados sobre a produção, venda e consumo do queijo e para onde ele tem maior vazão de sua produção, eles falam que a maior parte do que produzem se esgota no mesmo dia. Inclusive,

o queijo degustado que estava na mesa, e estava sendo degustado durante a entrevista era o último. E isso que eram umas 15:00hs. A seguir, falaram que sua produção vai em maior parte para fora da cidade:

“[...] Pessoal que passa na BR - rodovia 364 - que a gente manda para a barraquinha. Isso vai pra barraquinha. E a gente fornece para outras barraquinhas. A gente fornece a barraquinha da Lena e a na rodoviária o pessoal vende dessas trancinhas nossa. Eles que pegam da gente também. Ali no terminal rodoviário. Tem uns clientes também que às vezes a gente manda pra Cuiabá, Rondonópolis, né? Jataí. Que faz uma quantidade. Mas a maior parte mesmo são para as barraquinhas. A maior parte para as barraquinhas...” (M.A.L.).

Hoje eles produzem além do Queijo Cabacinha, o Queijo Trancinha e as versões temperadas. No início o leite vinha das vacas da fazenda família. Mas hoje em dia, para eles, vale mais a pena comprar o leite de terceiros e focar só na produção e na venda. Interessante perceber como o ciclo do Queijo Cabacinha funciona. É como se fosse um ciclo comunitário de interdependência. Uma cooperativa informal, onde os acordos econômicos se dão conforme a necessidade e a proximidade dos atores.

Como falado antes, Gerson e Marizete tem barraquinhas junto a outras pessoas em frente à rodoviárias de Santa Rita do Araguaia. Para saber mais sobre este lugar, cabe outra aventura etnográfica e reflexiva sobre um dos lugares mais interessantes de nossa jornada, por ser um centro que de certa forma sintetiza o imaginário em torno do Queijo Cabacinha do Araguaia.

Em busca de um elemento cultural e simbólico que possa atuar como um atalho cognitivo para todo o imaginário local, e que ainda seja elemento de comensalidade, de mediação, ou seja, uma ponte comunicacional, nos deparamos com uma comida típica, que penduradas em barraquinhas à beira da estrada esperam os famintos viajantes. Eis o Queijo Cabacinha. não há sujeito que passe pela região e ignore a sua presença verticalizada, pendurado como uma fruta, balançando ao vento.

A rodoviária de Santa Rita do Araguaia é uma construção típica para as cidades que estão às margens das rodovias no Brasil. Existe a parada coberta dos ônibus, banheiros, guichês de passagens, os banheiros, o restaurante com uma lanchonete anexada e um espaço com vários itens expostos à venda, que antes pertencia à única banca de revistas da cidade. Ela fechou, como várias outras, com a mudança na distribuição dos impressos e expansão do mercado digital. Para quem tem um pouco de tempo, o restaurante é no sistema self-service. Arroz, feijão, macarrão, saladas e o churrasco – carne bovina, suína, frango. Tudo o que se espera de um restaurante à beira de estrada. Muitas famílias da região, fugindo do trabalho de cozinhar, ou só para variar, almoçam ou jantam ali.

Ainda existe a opção de marmitex, para viagem. Para quem está com pressa, a lanchonete trabalha principalmente com salgados: coxinhas, risoles, enroladinhos, sucos, refrigerantes. O fluxo de pessoas ali é intenso, sobretudo na hora do jantar, que é quando os ônibus de viagem param para as refeições. O vai e vem das pessoas, de diversas partes do país, que, ou estão seguindo norte acima ou descendo ao sul maravilha. A maioria das pessoas que seguem este fluxo é de uma camada pobre da população, que não consegue viajar por transporte aéreo ou sequer possuem veículo próprio.

Afinal, o transporte rodoviário, ainda que em ônibus precário ainda é o mais democrático e barato, em comparação aos outros. É veículo que possibilita o trânsito pelas fronteiras territoriais e que tangencia as fronteiras sociais. Assim, as pessoas que ali passam, em sua maioria são da camada mais popular e não se negam a possibilidade de explorar os arredores da rodoviária. E defronte a ela estão as barraquinhas que vendem muitas iguarias: doces, salames e o mais destacado entre eles, o Queijo Cabacinha do Araguaia.

Em tempo: é muito comum, ao longo da Rodovia BR-364 e em seu prolongamento, seguindo Cuiabá acima, rumo ao norte, estas barracas com vendas de produtos típicos de determinadas cidades. Destacam-se os vendedores das barracas de São Pedro da Cipa-MT que expõem suas famosas panelas e materiais fundidos; às margens da rodovia BR-163 as barracas e comércios da cidade de Jangada detém o monopólio dos pastéis; e em Itaúba-MT, as vendas dão destaque às castanhas do Pará. São barracas rudimentares, muitas feitas de madeira e cobertas com telhas de amianto antigas. Passam a ideia de simplicidade e até de pobreza. Mas não se enganem. Como já falamos elas são parte de um importante circuito socioeconômico informal que sustenta várias famílias e de certa forma dá é alicerce ao comércio local.

Figura 53 - As barracas de queijo de Santa Rita do Araguaia-GO.



Fonte: Jornalista Onofro Alves.

Figura 54 - Outro ângulo das barracas de queijo de Santa Rita do Araguaia-GO.



Fonte: Jornalista Onofro Alves.

As barracas de Santa Rita do Araguaia estão construídas no canteiro central da Rodovia BR 364. De um lado da pista está a rodoviária, como já relatado. Do outro, um posto de gasolina

que faz dobradinha com o Ametista do Sul, um restaurante muito conhecido na região. Dirigido por uma família imigrante do Rio Grande Sul, ele é famoso pelo seu tradicional churrasco à moda gaúcha e pelo *Self Service*. É ponto de descanso dos caminhoneiros que cruzam a rodovia, vindos de todas as partes do Brasil. Ali almoçam, jantam e pernoitam no estacionamento. O Restaurante tem a decoração toda na cor Lilás, para remeter à pedra preciosa que dá nome ao estabelecimento. Outro dos lugares onde as famílias da região vão aos finais de semana para curtir a comensalidade fora de casa. A tentação de descrever a experiência de comer os assados da casa é imensa. Por si só daria um trabalho etnográfico que se sustentaria. Por hora apenas o fato dele formar um sanduiche simbólico com o outro restaurante da rodoviária, tendo as barracas de Queijo Cabacinha como recheio já dá muito o que discutir. É curioso constatar que se de um lado, Alto Araguaia traz um espírito acolhedor em sua entrada, que captura as pessoas que chegam mais pelo aspecto visual, Santa Rita do Araguaia segue esta dinâmica, surpreendendo e atraindo os incautos viajantes pelo estômago.

É nessa armadilha-sanduiche que o Queijo Cabacinha ao centro se torna o exótico, aquele elemento central que sintetiza a cultura da região. Não há como ignorar sua presença. Quem passa por ali, seja viajante de ônibus, caminhoneiro ou motorista de carro baixo, tem que levar o queijo. Mas não é um movimento de âmbito semiótico ou por ele despertar o imaginário quanto ao Araguaia. É por suas qualidades como comida, que estimulam os cinco sentidos dos comensais.

Fátima Roselena da Silva, conhecida como Dona Lena, 53 anos trabalha a 15 anos em uma das barraquinhas. Filha de mãe mineira e pai Goiano, ela nasceu na região. Entre idas e vindas na vida, ela sempre retornou para a região. Foi quando a 15 anos começou a trabalhar na venda de queijo e arrendou uma das barraquinhas. Depois de muito trabalho, o espaço passou a ser dela, a “Barraca da Fátima”. O estabelecimento é de madeira e dentro temos armários e um freezer. Os queijos ficam pendurados por barbantes, alguns do lado de dentro e outros na varandinha do lado de fora. Em estantes temos várias iguarias caipiras, dessas que se encontram comumente à venda beira da estrada. Doces de leite, compotas de frutas, salames, bebidas, rapaduras. Mas o produto principal é o Queijo Cabacinha, que ela adquire a partir de contratos com fornecedores locais, já que ela não é produtora. Ela já vendeu de tudo ao longo dos anos. Ofereceu café da manhã, cachorro-quente, salgados. Mas com o passar do tempo, ela focou apenas naquilo que mais sai, os Queijos. Além do Cabacinha, ela vende os queijos trancinha – feito da mesma massa, o cabacinha defumado e curado, que se assemelha ao provolone e já chegou até mesmo a vender queijos de forma ou espremido, que é como eles chamam o queijo similar aos produzidos em Minas Gerais.

Figura 55 - Dona Lena em sua barraca.



Fonte: o autor, 2023

O Queijo exposto nas barraquinhas é embalado em plástico filme, para evitar a poeira e a fuligem da estrada. Seus maiores compradores são os caminhoneiros que ali passam. Outros viajantes também tem em sua barraca, uma referência quanto ao Queijo Cabacinha, que ela vende por um preço que varia de R\$20,00 a R\$30,00, dependendo da época do ano, do preço do leite, etc. Sua rotina diária é solitária e sempre a mesma nestes últimos 15 anos. Ela chega às 07:00hs e começa a organização da barraca, varrendo, jogando água para retirar a poeira, repondo o estoque, pendurando os queijos, trocando plástico filme. E isso segue até umas 09:00hs. Enquanto vai fazendo isso, segue atendendo sozinha os compradores. Ela não fecha a barraca para a hora do almoço, se vira com marmitex compradas nos restaurantes aos arredores ou marmitas feitas em casa. Trabalha todos os dias até às 22:00hs, mas já manteve aberta até mais tarde. Trabalha na barraca de Domingo à sexta. Sábado vai para a casa e realiza as tarefas domésticas. Não tira férias, não tem descanso. Segundo ela, a barraca é a sua verdadeira casa, já que passa mais tempo ali. Sua distração é o smartphone e as conversas que surgem ao longo do dia.

Normalmente chega a vender cerca de 100 queijos a cada 15 dias. O fluxo de vendas melhora em período de férias e feriados, mas ela não especificou o quanto.

Figura 56 - Visão interna da barraca de Dona Lena



Fonte: o autor, 2023

Na pandemia ela diz que as vendas não diminuíram tanto. Ficaram fechados por 15 dias seu lucro foi comprometido apenas por este período de restrição. Além disso, nessa época, um motorista bateu o caminhão em sua barraca, destruindo parte da lateral e toda a varandinha. E ela teve que mandar reconstruir. Este fato nos chama a atenção para a vulnerabilidade das barracas na BR-364. É uma discussão prolongada. Outra das guerras com o Queijo Cabacinha como tela de fundo. Parte dos cidadãos querem que as barracas sejam deslocadas para um lugar mais seguro, um espaço na lateral da estrada. Um espaço construído de alvenaria, com recursos públicos, afim de manter a tradição e o ganha pão dos barraqueiros. Além disso, existe a discussão sobre a construção de um anel viário, que retiraria o fluxo de caminhões da zona urbana. Para ela, isso inviabilizaria seu trabalho:

LENA: “[...] tinha que ficar aqui no mesmo lugar. Teria que levar pras beiradas. Não. Porque o que que acontece... A gente que está aqui no espaço... aqui no meio das pessoas, os viajantes têm acesso aos dois lados. Indo e voltando. Se tirar a gente daqui não tem, na minha visão, não tem um outro ponto assim igual a esse. Porque assim a

gente já viu comentários de que se eles tirarem a gente daqui eles vai jogar em frente ao parque de exposições.”

RAFAEL: “[...] ah não. Ali realmente é muito fora de mão.”

LENA: “[...] muito fora. Aqui o pessoal desce da rodoviária. E compra. O caminhão para aqui pra descansar nos postos, vem e compra. Então tem, sabe? Então são as duas vias, então é de acesso. Tanto um lado quanto o outro pros viajantes pararem. Pra vir comprar de nós. Então o que que eu que eu falo. Então se tirar a gente daqui é como se a gente falasse assim, não. Você pode é parar com os queijos cabacinha porque não vai ter renda. E não vai mesmo ter renda.”

Um caso parecido ocorreu na BR-163, perto da Serra de São Vicente. O governo duplicou a estrada e construiu um anel viário, que retirou o fluxo de viajantes de perto da Instituto Federal do Mato Grosso, câmpus de São Vicente. Ali haviam barraqueiros que vendiam seus produtos artesanais, tanto para os estudantes quanto para os viajantes. Para que não fossem prejudicados, retiraram eles daquele local e colocaram em outra localidade próxima, á beira do anel viário, um local de alvenaria e boa estrutura. Mas deu certo, pois o acesso era apenas por uma das direções. O local atualmente se encontra fechado.

Ainda assim, Dona Lena reconhece a necessidade de mudança, por conta de segurança e higiene. Nessa situação, nem alvará as barracas possuem. O que existe é um acordo político que leva em consideração o trabalho dos barraqueiros, seu ganha pão e o impacto do fator cultural das barracas na paisagem regional. Roniclei, advogado da associação de produtores aborda esta questão do ponto de vista de um consumidor. Para ele, essa situação é delicada. Porque na medida em que as barracas são icônicas na paisagem, a questão de segurança alimentar não só na produção, como também na venda é um fator que pesa na balança. A poeira e a fuligem das rodovias não são algo que uma camada de plástico filme possa resolver. O ideal seria encontrar um meio termo que atenda a todos os polos da questão.

Enfim, ao optar por discutir as barracas a partir da temática do consumo, não quer dizer que os fatores espaço, identidade e tempo sejam aqui negados. Longe disso. Temos aqui um ponto culminante, onde todas as direções da bússola convergem. As barracas como espaço são lugares, permeada de afetos daqueles que ali trabalham, e até são consideradas seu lar, como o caso de Dona Lena. A dicotomia casa e rua, se hibridizam neste espaço fronteiro. Fronteiras simbólicas, sociais são atravessadas pela venda do queijo. É também um território na medida que sua presença ali é política, mas também imagética, pois se fixa na mente das pessoas que ali passaram. Um recado claro, tal qual os obeliscos na entrada da cidade: que Santa Rita do Araguaia é a capital do Queijo Cabacinha. Marca ainda a identidade cultural da paisagem da cidade e o tempo aqui é, para além da rotina cronológica é o das memórias e fenômenos.

Se a principal noção de consumo que utilizamos aqui é a encontrada em Canclini (1999), que consumir é ser cidadão, aqui a produção de cidadania é produzida através de uma troca entre quem vende e quem compra. Não só o capital econômico se destaca, como também a

possibilidade de uma cidadania compartilhada. Quem vende se sente mais pertencente à polis e quem compra, leva um pedacinho dela. O Queijo Cabacinha é democrático. Por ser resultado do esforço do pequeno produtor, por ser baixo custo e por toda a carga simbólica que carrega. As barracas vendem cultura, que é o elemento agregado ao Queijo. E isso ainda não é repassado ao cliente. Grosso modo, pelo seu valor e fácil acesso, aqui, o Queijo Cabacinha pode ser considerada uma comida tanto de ricos como de pobres. O Queijo Cabacinha é revolucionário.

Quem compra o Queijo Cabacinha compra uma ideia e isso sem nenhum planejamento de marketing agressivo ou alguma estratégia publicitária. A barraca e os queijos pendurados em si são sua própria comunicação semiótica, ao agir como um atalho cognitivo das pessoas e da memória positiva que a região de fronteira do Araguaia carrega. Consumir o Queijo Cabacinha do Araguaia também pode ser uma marcação social, ainda que em menor escala, dado ao seu fator simbólico. (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006).

O queijo não transforma o consumidor em mercadoria, aliás, nem ele o é. Ele entrega o que promete. Não é só significado vazio e representação. O Queijo Cabacinha é um elemento sólido, em meio a uma sociedade líquida, cada vez mais permeadas por incertezas. Ele não desvanece no ar. O queijo é promessa de certeza, estabilidade e comunidade. Ele agrega. Se Bauman (2008) tomasse conhecimento dele, com certeza ficaria intrigado.

Todo o imaginário do Araguaia pode ser sintetizado nos queijos ali vendidos. São pontos turísticos, mas com souvenirs que podem ser devorados. Não é algo que possa ser guardado para juntar poeira ao longo dos anos. O queijo é uma lembrancinha para se levar aos amigos que será consumida e cada mordida significa um pedacinho da paisagem da região. O queijo então atua como o ator-mediador que é, como uma ponte para ligar um lugar ao outro, refletindo a relação fronteira entre Alto Araguaia e Santa Rita do Araguaia.

4.6 A identidade cultural do Queijo Cabacinha

O que é o Queijo Cabacinha do Araguaia? Se ele é um ator-mediador em todo este processo que relatamos, com certeza ele precisa de definições. Já discutimos de onde ele veio, onde mora e quando está (ou esteve). Vamos dar vida a este constructo cultural. Afinal, quem é ele? Já foi chamado por *Queijo Flamengo*, mas segundo nossa personagem Roniclei, a origem dessa denominação se perdeu no tempo, sendo superada pela popular denominação atual. É um tanto melhor do ponto de vista da comunicação, na medida em que o nome remete à forma e vice e versa. Primeiro, vejamos o que falam dele. Conforme as descrições técnicas, para definir

sua procedência, ele é “[...] é um queijo de massa filada, moldado em formato de cabaça, produzido com leite cru, e comercializado fresco, resfriado ou congelado. (APQCABACINHA, 2023, p. 2). Ainda, em síntese do caderno de especificações técnicas, ele deve:

- Ser fabricado a partir de leite cru integral (bovinos, bubalinos, caprinos e ovinos);
- Ser produzido na delimitação geográfica estabelecida;
- Características: Formato de cabaça; ter casca branca ou amarelada com crosta fina, massa filada, sem furos, sabor levemente salgado, livre de conservantes e aditivos.

Do ponto de vista técnico e nutricional esta é a engenharia reversa do Queijo Cabacinha do Araguaia. Apesar de que, conforme relatos dos produtores, o leite utilizado na região é somente bovino. Agora é importante observar os outros olhares sobre o queijo. O olhar coletivo, cultural sobre os significados do Queijo Cabacinha do Araguaia nos apresenta um símbolo matriz da identidade dessa região – junto ao Rio Araguaia, aos Ipês e a natureza presente.

Figura 57 - O Queijo Cabacinha do Araguaia em exposição.



Fonte: Josuelma Soares

Figura 58 - Selo artístico do Correios em homenagem ao Queijo Cabacinha. Brasil.2021



Fonte: <https://www.portaldoagronegocio.com.br/>

O hibridismo marca esse ciclo no que tange às comidas. Podemos dizer que a região do Araguaia foi colonizada, ao longo do tempo, principalmente pelos Paulistas. Daí se explica a mancha da culinária caipira que se estende por São Paulo, Minas Gerais e partes de Goiás, Mato Grosso do Sul do Mato Grosso. (DORIA, 2009). Aqui, muitas comidas dialogam com versões de outros Estados, com pequenas variações aqui e ali. Ingredientes como o milho, a carne de porco, frango, legumes e hortaliças, tudo transformado em comida com grande influência portuguesa. Depois vieram os sulistas, com outros saberes, herdados de italianos e alemães e com eles, as massas e o churrasco. Curiosamente, apesar da figura marcante do rio-fronteiriço, no Araguaia o peixe não se destaca frente à culinária caipira. Ele vai ter uma maior influência na culinária da região mais próxima do Pantanal. Então, esse ser caipira, está muito próximo da noção do que é *artesanal*.

O caipira é aquele que não só mora na zona rural, como também partilha de uma cultura da roça, de fazer à mão, de se virar com o que se tem. Então a culinária caipira é aquela que utiliza ingredientes provenientes de uma determinada forma de vida mais simples e rural. A galinha caipira é aquela criada em pequena escala, muitas vezes ciscando no quintal, livre ou em um galinheiro perto da residência. É, portanto, um ingrediente “forte”, saudável. O porco criado em chiqueiro também vai por este viés. Sua carne mais escura e mais densa se opõe aos

porcos de granja, sem gosto. A pamonha é sempre mais gostosa, quando é a gente que colhe os milhos no pé e a Goiaba mais gostosa é a roubada do sítio do Vizinho, já dizia Chico Bento.

O preparo desses ingredientes para a construção da culinária caipira é artesanal e muitas vezes segue uma rotina tradicional, passada de pai para filho. Muitas vezes o preparo de determinadas comidas ou coleta de ingredientes reúne os familiares em determinada data. A culinária caipira foge dos parâmetros da alimentação saudável propagadas pela ciência nutricional. É a comida dos excessos. Muita gordura. Muita quantidade. Muito tempero, muito sal ou açúcar. A rigor, a comida caipira é aquela que o trabalhador rural, depois de um dia de trabalho braçal, precisava para se manter de pé. Como é uma comida para o trabalhador também é uma comida com ingredientes mais baratos. A base é sempre o arroz com feijão. E tem que ser tudo feito no fogão a lenha. Ah, o feijão feito no fogão à lenha é sempre mais gostoso. Por trás de sua simplicidade, a culinária caipira tem uma sabedoria popular no seu preparo. Nada de grandes receitas, medidas, cálculos. É a comida que você aprende a fazer na prática. Isso é ser artesanal.

A culinária do Araguaia é marcada por comidas de uma panela só, como a Galinhada ou o Carreteiro. Os restaurantes tem como seu prato atrativo as chamadas “panelinhas”, que nada mais são do que variações de galinhadas e carreteiros servidas à mesa em pequenas panelas. Sob elas, derretido, o Queijo Cabacinha. Os chamados “caldeados” são também onipresentes, sobretudo quando o frio se instala. Tradição goiana, temos a vaca-atolada, um caldo de mandioca com carne bovina desfiada; o caldo de frango, também com base na mandioca; e o caldo de feijão carioquinha. E adivinhem só, todos acompanhados pelo Queijo Cabacinha fresco bem ralado. A Gueroba, como o palmito da Guariroba é conhecido por aqui, é utilizado como ingrediente em larga escala. Nas feiras e verdurões, sempre temos seus troncos expostos para a venda. Seu amargo é muito apreciado em refogados e saladas. O milho também é onipresente. Refogado na manteiga, com cebola e alho. Com muito açafrão – um tempero hegemônico por estas bandas. Cural e Pamonhas estão sempre presentes. Pamonha doce ou salgada, com ou sem pimenta. Recheada de linguiça caseira e, novamente, com Queijo Cabacinha.

As proteínas sempre presentes nas mais diversas formas. Frango, Bovinos e suínos. O Churrasco aqui, como em grande parte do país é evento. Sempre acompanhado de cerveja. Fica-se a dúvida: faz-se o churrasco para beber ou se bebe para comer churrasco. O Queijo Cabacinha não é utilizado normalmente junto ou acompanhando as carnes, uma vez que sua textura não suporta as temperaturas da brasa. O queijo que aqui acompanha é o Queijo Coalho, elemento herdado da região nordeste, ainda que seja a versão industrializada.

O Queijo Cabacinha defumado é basicamente um provolone, pressente nas porções servidas em bares e restaurantes. Seu gosto fica mais forte e quanto mais curado, mais se resalta o seu amargor. Puro, não chega a ser desagradável, mas fica enjoativo. Excelente para harmonizar com bebidas como cervejas, whisky, conhaques e vinhos. Ralado e em caldos, perde o seu potencial sabor forte. É um queijo caipira, mas com potencial para agradar os degustadores e especialistas em queijos.

O Queijo Cabacinha também pode ser temperado com os sabores regionais. Trufado com pimentas, orégano e demais condimentos. Dependendo do produtor, a cabaça se transfigura em trança. Mas o processo de produção da massa é o mesmo. A rigor, o queijo artesanal, produzido nesta faixa da culinária caipira, tem que ter estas características. Do preparo ao consumo, tudo é imbuído de rituais culturais. Então, existe aí todo um imaginário que o circunda. O Queijo Cabacinha do Araguaia, como produzido tradicionalmente, tem saberes e sabores do cotidiano. Isso que dá a ele a sua identidade cultural. A receita original do Queijo Cabacinha, antes da adoção dos atuais critérios técnicos do MAPA e da semi-industrialização advinda destas orientações era totalmente caipira. Josuelma Soares quando perguntada das mudanças de fazer o queijo ontem e hoje, nos responde que:

“[...] Nossa é assim mudou muita coisa na maneira da produção de antigamente de hoje porque hoje a gente já tem que ter o selo de inspeção municipal... Tem que adequar as normas da vigilância. Antigamente você fazia ali no fogão a lenha na panela de fazia o lembro de uma panela de ferro preto dela. O queijo ficava bem gostoso. Até mais amarelinho. Então assim, mudou até a qualidade daquela época. Pra cá mudou até a a espessura, a qualidade do produto. por ser artesanal eu acredito que mudou devido a maneira que fazia... eh queijo está bom hoje. É gostoso, mas a gente lembra daquele né feito na panela de ferro, no fogão a lenha. Levava outra maneira de fazer... Então eu acho que mudou um pouco sim a textura porque hoje eu tenho o meu selo, a vigilância vem aqui faz a inspeção. Não posso usar uma colher de pau, não posso usar colher de alumínio. Na panela tem que ter a colher que faz o queijo, ela tem que ser de inox. Então, assim, mudou. No artesanal que tinha mudou muito pro dia de hoje.” (J. S.).

Nesta toada, Dona Maria Aparecida aprecia muito os modos de ser e existir da fazenda. Então, ela aprendeu ainda criança a fazer o Queijo Cabacinha com a sua madrastra, que segundo ela foi um anjo em sua vida. Ela, ao casar com o pai, acolheu seus filhos como se fossem dela. Então esse proceder, esses modos de fazer foram passados de mulher para mulher e isso ela continuou fazendo pela vida. Para ela o Queijo Cabacinha Artesanal é feito da seguinte forma:

“[...] Pega o leite põe no balde lá, não tem? Primeiro você cõa ele quase primeiramente. Aí você o secou, né? Pode ter alguma coisa, algum “cisquinho”. Aí depois você bota o coalho e passa aí duas, três horas e você passa a mão naquela coalhada e quebra ela. A hora que que estiver quebrado aí você deixa ali um uma hora. Uma hora e meia depois você pega aquele balde que está com aquela coalhada aí e escorre aquele soro, o soro, deixa a sua coalhada. Você a põe num recipiente pra

escorrer ao soro, né? Aí a hora que escorrer aí você tipo uma peneira. Aí você pode por ela numa vasilha, aí ela passa um uma hora, uma hora e meia. Você pode experimentar na água quente pra você pegar ela... ver que está uma liga boa tiver dando uma você põe na água quente né? Aí se tiver dando uma liga boa aí você pode por cortar um pouco assim na bacia você põe no lugar que dá por exemplo meio quilo ou um quilo aí põe na bacia e bota água quente em cima e tem que amassar. Tem que sovar bastante pra poder misturar o aquele negócio que sobrou do coalho virar uma coisa só. Você pega a coalhada, ela está com uma a sujeira está puxando. Aí a hora que ela tiver que você lavou ela com umas duas ou três águas, aí só água quente, não está acidez mais arranjada quente aí você pega e escorre aquela água e deixa só a coalhada na bacia aí você começa a embolar ele sabe? Fazer o formato dele. Vai fazendo, vai fazendo, vai fazendo. Aí você tem que estar com a salmoura no balde ali, pronta com a salmoura. [...] pode por água natural mesmo e o sal, né? Aí você pode acabar de fazê-lo ali. Tem gente que coloca ele meia hora numa água fria, deixa ele dar uma refrescada. Aí bota naquela salmoura. Aí você dá uma viradinha nele pra ele não ficar salgado só de um lado...” (M. A.C. S.).

O queijo artesanal, feito a partir do aprendizado empírico, na lida, no fazer é a partir desta receita. É uma memória ainda vívida para Dona Maria Aparecida, já que fazem muitos anos que ela não produz o queijo, só o revende. Mas com este conhecimento adquirido pela experiência ao longo dos anos ela é capaz de definir a qualidade do queijo que ela vai revender. Uma coisa interessante é que a maioria dos entrevistados quando falam da receita dizem que o queijo feito no fogão a lenha era mais gostoso do que o feito no de gás. É um elemento identitário vinculado uma memória antiga, na lógica de nostalgia e na ideia de que as mudanças no ritual de produção vão mudar o resultado final do produto artesanal. Até quem lucra ou lucrou com o Queijo nessa nova fase hoje falam isso, como Josuelma e dona Vanda. Pode ainda ser fruto de uma memória afetiva.

Conforme Dona Vanda, sua mãe Dona Fiúca tinha procedimentos muito específicos na produção do Queijo. Não era só o fazer como uma repetição. Tinha um reconhecimento do queijo como algo pulsante de vitalidade, quase de uma forma poética:

“[...] ela tirava o leite, aí “punha” nos boião. E enquanto estava quente “punha” o coalho ali e deixava descansar. Quando “taiava” o leite quebrava a massa tudo. Aí depois quando era ali pra mais ou menos ali pras onze horas mais ou menos, escorria o soro todinho. Ela não botava nada na massa, não botava soro, nada, nada. E aí ficava por outro dia pra fazer o queijo. Era normal não tinha química, não tinha nada, somente o coalho. E hoje eles colocam várias outras coisas que pra poder render, né? E e ali ela ia testando a massa pra ver o ponto de fazer o Queijo Cabacinha. Então ela falava que **era ele que mandava na gente, não é a gente que mandava nele não**. Porque ele é a hora que dava o ponto podia ser uma hora da manhã, duas horas, então. Tinha que fazer, porque se passasse do ponto. Perdia a massa. Tinha que ser num ponto exato do queijo. Quantas vezes eu mais já levantava duas horas pra fazer os queijos.”

Quando Dona Fiúca falava sobre o queijo que comanda a situação, ela reconhece sua função como um ator-mediador e se posiciona a partir do tempo fenomenológico, da ordem das memórias, dos sonhos, das narrativas fragmentadas, do imaginário. Chegamos com isso ao mais próximo do que um queijo pode se aproximar de um ser vivente e falante. Claro, é uma metáfora por parte dela. Que a rigor significa que o processo é que define o procedimento. Mas isso nos

revela uma sensibilidade para enxergar a função das coisas e das pessoas no mundo. Uma sabedoria implícita que requer muita reflexão para alcançar. Não é algo tecnicista ou a reprodução de um pensamento alheio.

É como se fosse a interpretação de um imaginário. Algo forjado na prática de alguém que toda a sua vida foi dedicada ao Queijo Cabacinha. Cabe aqui uma reflexão sobre a identidade do sujeito na pós-modernidade (HALL, 1997). O sujeito contemporâneo seria algo em constante mutação, conectado e múltiplo, vinculado a múltiplos referentes, híbrido. Quando pensamos em um sujeito desse, imaginamos alguém radical, jovem, urbano e vinculado à contracultura. Mas não devemos nos ater à superficialidade. Por exemplo, a Dona Fiúca foi uma mulher viúva, que criou os filhos sozinha, rígida. Mandava nos peões da Fazenda Babilônia, trabalhava dia e noite e construiu sua Queijaria com muita independência, construindo uma marca e um legado. O que é uma mulher dessa categoria vivendo em uma cidade do interior com um imaginário conservador – aqui, homem lavar a louça ou cozinhar em casa ainda é uma vergonha, acreditem se quiser -, circulando da fazenda para a cidade, se reinventando pelo trabalho em pleno anos 70?

Figura 59 - Dona Fiúca e a massa do Queijo Cabacinha



Fonte: Vanda Martins Ferreira

Figura 60 - Donas Fiúca e Vanda.



Fonte: Vanda Martins Ferreira

Aliás, isso desvela uma dessas contradições sociais que encontramos de quando em vez e que acabam por se tornar uma política regeneradora. A mulher é um agente muito importante em combinação com o Queijo Cabacinha ator-mediador. É por padrão social em uma região rural, que os homens sejam responsáveis pelo trabalho pesado, como cuidar do gado, da roça, etc. Segundo Josuelma Soares, no Araguaia a regra do senso comum é “homens tiram leite e as mulheres fazem o queijo”. Não pensem que é uma grosseria, não há subtexto. Às vezes um charuto é apenas um charuto, já dizia Freud. Socialmente, à mulher, cabe o espaço da casa, da cozinha e tudo que ali orbita. Como vimos em Damatta (1986) é muito claro que para a cultura brasileira, a dicotomia casa-rua, dentro e fora, ainda é hegemônica, se é que vai mudar. Coexistência entre os vários modos de vida é um palpite. As novas configurações sociais contemporâneas permitem que o lugar de mulher seja em qualquer lugar, não só na cozinha, não só em casa como os valores tradicionais e patriarcais demandam. Só que, nem tudo é homogêneo e padrão no mundo todo.

Talvez para as classes mais abastadas essa travessia de fronteira seja algo já naturalizado. Mas para a classe trabalhadora, moradora de uma zona rural, nem a globalização e sua lógica reticular, com uma democratização orgânica este processo não é tão simples. Quando uma mulher encontra os mecanismos para a sua emancipação, a partir das condições históricas e materiais que dispõe é surpreendente.

Então, uma mulher com aquilo que dispõe – não mais do que seus sonhos e vontades – se torna o arrimo de uma casa à partir daquilo que produz em casa, em sua cozinha, que ela domou, territorializado-o e imbuindo de afeto, ela está fazendo política e tornando aquele espaço como um lugar. É ocupar vácuos. Espaços deixados pelos homens que as abandonaram ou que não possuem perspectivas para conduzir a família com liderança. As dificuldades que as mulheres passam, como o assédio são corriqueiros. Josuelma já passou por muitos problemas, pela necessidade de ter que trabalhar desde criança à beira da rodovia, com sua mãe:

JOSUELMA: “[...] nós só passamos um susto na época que a gente vendia queijo lá no asfalto. A gente chegava sempre chegava de manhãzinha e tal, dia clareando pra vender, pra aproveitar por causa do sol né? participava e a produção poderia até perder e eu lembro que que parou um caminhoneiro na época pra comprar um queijo da minha mãe e ele ficou assim olhando assim para mim... Aí ele brincou, quando era dez anos né? A gente, eu vou carregar essa menina, eu vou comprar o queijo e levar ela ... porque pra mim assim falou por enquanto, mas é tomou um susto assim como ajudando ela a vender e o comprador caminhoneiro, que a gente nunca nem viu falar que ia me levar, sei lá, pensando que a gente estava e eu ia comprar eu sei que precisando de algum dinheiro, alguma coisa... Não teve muita graça não...”

RAFAEL: “[...] mas isso mexe com a cabeça né? As coisas que as mulheres tem que passar...”

JOSUELMA: “[...] na idade que eu estou eu lembro direitinho o susto que eu passei, mas assim ele falou um jeito assim que eu não acreditei e eu grudei na minha mãe assim que eu não largava né?”

Vemos esses casos na história de vida da maioria das entrevistadas. Claro, que existe o ideal e o possível. O que vemos é que a feitura do queijo é de uma combinação de sensibilidade e força própria da mulher. No imaginário local, o queijo e a mulher são indissociáveis. Muitos podem pensar que fazer o queijo é uma tarefa fácil. Que é só seguir procedimentos. Como vimos pelos relatos de Dona Vanda, muito pelo contrário. Além do tempo despendido, há um peso considerável e um esforço para supera-lo. A massa do queijo tem que ser moldada em cabaça à mão e em altas temperaturas. Então é necessária a devida resiliência e um trabalho constante. Dona Vanda nos contou sobre isto:

VANDA: “[...] Quem faz o Queijo Cabacinha é mais a mulher mesmo. Ali quem começou foi minha mãe e minha tia.”

RAFAEL: “[...] Será que o a pra moldar o queijo não tem que ter uma um jeito mais feminino. Né? Um uma habilidade que as vezes o homem não tem. Uma habilidade manual. fazer o Queijo Cabacinha não seria uma espécie de produção de artesanato?”

VANDA: “[...] Com certeza, com certeza.”

RAFAEL: “[...] Isso é interessante a gente constatar.”

VANDA: “[...] Com certeza. porque a mulher assim, a mulher mais habilidosa, mais sensível. Queijo, né? A gente terminar de fazer o queijo, a mandou a gente estava oh, vermelhinho. Eu já não tenho mais aqui. Dava calo. Não, aqueles, como se fala...? Que existe. Digitais. Digitais. Folhas digitais todas. Foi tudo. Você precisa de ver a dificuldade. Pra tirar. E quente? Quente. Quer o queijo quente, massa quente. Quente. você pegar um queijo quente e moldar quente, quente, quente. Pegar aquela massa quente. Fazer o formato.”

Pelo senso comum imaginamos que esse esforço possa estar ligado à maternagem, amor e à uma posição subjetiva que é o feminino. Pode estar. Mas a palavra-chave percebida aqui é sobrevivência, a partir das condições objetivas de cada uma e cada um. Cabe lembrar uma

questão muito importante do fazer do Queijo Cabacinha. O choque térmico aplicado ao queijo, tem repercussões para quem o produz. Então, não é incomum a manifestação de doenças como a bursite em parte dos trabalhadores, após anos de produção.

Figura 61 - Queijo Cabacinha que acabou de ser feito. Em detalhe pode ser observada as mãos vermelhas de quem o modelou, graças às altas temperaturas.



Fonte: Josuelma Soares.

Temos o caso do Sr. Gerson e Dona Marizete que se apoiaram a vida toda e construíram um projeto coletivo. No caso, as condições objetivas deles e suas identidades pessoais coadunaram. Pai, mãe, filho, esposa, marido, tio, avô, avó. O que constitui a noção de família na contemporaneidade? São modelos múltiplos, mas aquilo que é tradicional não deixa de existir. O que é ser tradicional? Um modelo aparentemente padrão, não é necessariamente negativo. Diversidade é a pluralidade de ser e existir. Deixar o outro explorar as múltiplas possibilidades que a vida oferece e isso inclui o que já existia como matriz social previa. Perguntados sobre o que o queijo significa para eles, o que ele representa em suas vidas Marizete e Gerson responderam:

GERSON: “[...] É o serviço do dia seguinte. É todo dia né? (risos)”

MARIZETE: “[...] O queijo... a gente começou eu comecei a trabalhar com queijo desde os quinze anos. Então a minha vida foi só trabalhar com queijo. Nunca fiz outra atividade.”

RAFAEL: “[...] Já comeu muito queijo...”

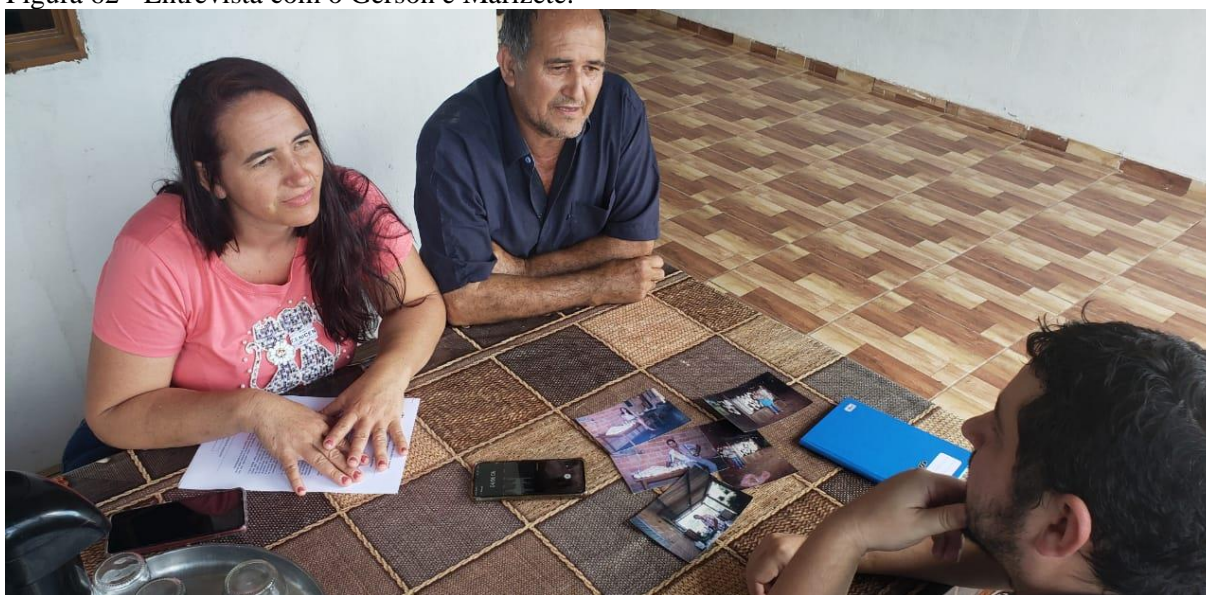
MARIZETE: “[...] Como todos os dias não enjoa. (risos). Aí assim eu não penso a minha vida sem fabricar o queijo. Sabe? Eu não penso assim aí eu vou fazer outra coisa. Sempre tem a fabricação do queijo, tá sempre ali misturado. Para mim o queijo é o meu trabalho, eu gosto de fazer, eu gosto de comer, eu gosto de vender. Então para mim o queijo é a é a minha vida. Está no queijo.

RAFAEL: “[...] E o senhor?”

GERSON: “[...] Eu acho que é o esteio da casa. Dizem que é a mulher. Eu acho que é o queijo!!! (Risos) Ela que faz o queijo, né? Tá aí ó.”

A sabedoria no traquejo do Sr. Gerson apenas atesta o que foi discutido. O queijo e a mulher se fundem no imaginário local. Cada um deles pega suas melhores partes e se hibridizam. A rigor, o queijo como uma comida-mediadora, permitiu que as pessoas que a produzem se façam sujeitos e protagonistas da sua própria história. Já que o queijo é o mais importante produto artesanal da região, quem o produz também agrega a sua identidade este valor e passam a serem valorizados e a ser valorizar. Para eles, o queijo em si é um **trabalho**.

Figura 62 - Entrevista com o Gerson e Marizete.



Fonte: o autor, 2023

Mas quando eles falam isso estão refletindo sobre todo o ciclo comensal – produção, comércio, consumo. Então, o queijo é central nesta dinâmica e ele deixa de ser comida para ser trabalho, dinheiro, conhecimento, afeto, sonhos e desejos. Dona Marizete nos relatou que aprendeu a fazer o Queijo Cabacinha com sua madrastra, aos sete anos. Novamente uma história que se repete, da passagem do “saber fazer”, de mulher para mulher, reforçando não só o papel feminino na feitura, na cozinha, como também no que tange as dimensões do artesanal. É uma questão de identidade cultural regional. Sobre esta questão eles se dizem muito orgulhosos da atual valorização do Queijo Cabacinha, como símbolo cultural. A partir do momento em que o

queijo é reconhecido, o produtor também se sente especial, pois este é o fruto do seu trabalho. Daí outra dimensão da necessidade da aquisição da Identificação geográfica e do Selo Arte. Não é só profissionalização e padronização para fortalecer o consumo.

“[...] A gente se sente orgulhoso né? A gente produzia a bastante, bastante tempo, mas a gente vivia aí. Escondido. Aí depois agora que começou, sabe? Identificação geográfica e colocou esses negócios na entrada da cidade, a gente já foi se sentindo mais valorizado. passou a reportagem no Globo Rural, o pessoal passa na estrada, fala "ah eu vi esse no Globo Rural e tal que passou sobre. O Queijo Cabacinha aqui da região, então.” (M.A.L.).

Não há como discutir identidade cultural sem um vínculo de pertencimento a um lugar. É importante retomar tudo o que já foi discutido na sobre as noções de espaço, afim de continuar a jornada. Assim, tanto o lugar como o território geram pertenças, promovem a construção das identidades. O lugar é uma noção mais vinculada ao subjetivo, já o território, por ser político é mais objetivo. Das experiencias cotidianas advindas dessa relação, emergem as identidades culturais em um entendimento mais contemporâneo. Lá na base da identidade cultural, existem as culturas nacionais e suas especificidades. O que interessa a este trabalho no momento são os símbolos que orientam esta pertença. Então, é um processo quase como um atalho cognitivo. Quando pensamos na cultura de um povo, por exemplo, os japoneses, logo pensamos em diversos símbolos culturais a eles vinculados.

A comida, por exemplo: Sushi, Sashimi, Takoyaki. Para comê-las não precisamos mais viajar até o Japão e procurar um restaurante. Graças à globalização podemos encontrar diversas opções internacionais em nossas imediações. Claro, que não exatamente a mesma comida. É outra, fruto da hibridização, resultado das mediações culturais imanentes à globalização. Tudo isso já discutimos afim de dar sustentação à discussão atual. Assim, para obter outra possível resposta para a identidade do Queijo Cabacinha do Araguaia é definindo-o a partir de um caráter simbólico vinculado ao à paisagem cultural regional do Araguaia, O Queijo Cabacinha é um símbolo e como tal ele possui características que as pessoas depositam nele. Como um espelho, ele reflete a identidade do povo do Araguaia. Esta população é trabalhadora, como demonstra o esforço despendido em torno do ciclo comensal do Queijo; são extremamente apegadas a este lugar – muitas pessoas sequer cogitam sair da região ou morar em outro lugar, por terem uma relação de afeto e vínculo com a comunidade e memórias ligadas à cultura local.

Como vimos na parte em que discutimos sobre o consumo, o queijo é vinculado à paisagem local, graças às barraquinhas na beira da BR-364. O queijo é produzido e vendido prioritariamente pelas mulheres. Logo, ele possui um vínculo muito forte com a sabedoria feminina e a prática artesanal. Originalmente a receita do queijo não compunha um livro de

receitas ou fórmulas, seu saber-fazer era passado de geração em geração e as famílias trabalhavam em torno de seu ciclo. Ao contrário de outras comidas típicas, como o pequi ou o palmito de Gueroaba, que originalmente eram nativos e tradicionalmente coletado no Serrado, o queijo depende de todo um esforço e um ritual para a sua produção. Sua venda prioritariamente é informal, ainda que a profissionalização e a necessidade de um controle de qualidade tenham chegado por estas bandas, seu comércio maior ainda é por encomendas, nas barracas ou de porta em porta. Logo, ele é uma resistência à lógica dos grandes produtores e laticínios. É produzido em sua maioria por famílias que eram ou são de pequenos produtores em assentamentos.

A cultura do queijo, delirando um pouco, é o oposto da cultura da Soja. A soja ocupa grandes espaços, gera poucas oportunidades, lida com somas vultuosas de dinheiro que não existe – consequências negativas que sim, existem no processo de globalização aliado ao neoliberalismo -, fruto da especulação. Além de todo um impacto negativo sobre o meio ambiente. Já o Queijo é um processo sustentável, que garante a permanência do pequeno produtor e seus familiares em suas propriedades e lhe dá o sustento necessário para a manutenção de sua cultura, vivências e estilo de vida.

Então, se esse ator-mediador que é o Queijo Cabacinha fosse uma pessoa, seria alguém muito vinculado à sua comunidade, que circularia em todas as esferas, com uma capacidade de circulação política muito forte, ainda que humilde, e com a habilidade de atravessar e ajudar os outros a cruzar as diversas fronteiras que surgem em seu caminho. Se o rio é elemento do imaginário que divide, o queijo é um elemento que agrega. Então, nada mais agregador e acolhedor do que, durante um lanche da tarde, sentar na varanda para uma conversa degustando um Queijo Cabacinha com um bom cafezinho.

Aliás, todas as conversas com os atores sociais do ciclo do queijo se deram dessa forma, sem planejamento ou pedidos prévios. É apenas a manifestação de uma faceta da identidade cultural regional, sua forma de **hospitalidade**. Existe toda uma etiqueta, formas de agir e proceder informais neste processo. Geralmente este ritual é realizado à tarde, geralmente depois das 17:30hs, quando o expediente do trabalho se encerra. Os amigos mais próximos dão uma passadinha nas casas uma das outras e os papos animados para dar sentido ao dia se iniciam. Durante a entrevista com Dona Vanda, vários amigos da família chegaram e se aconchegaram. Um até trouxe uma caixa com mexericas direto de seu sítio.

Em frente às perfumadas mexericas, o pesquisador não se fez de rogado e já levou uma “sacolada” destas delícias para a sua casa. São sempre realizados em uma grande mesa na varanda, onde todos se sentam para comer e conversar. A mesa geralmente tem toalhas de napa grandes, repletas de desenhos culinários, dessas encontradas geralmente em lojas de tecido e

utilidades domésticas. Aquelas toalhas mais fáceis de limpar, já que basta uma passada de pano úmido e álcool para a sua higienização. Ou são elas, simpáticas toalhinhas de renda. Ali na mesa, o queijo é central. Se os comensais não estão à mesa, estão sentados nas sempre presentes cadeiras de fio, uma imagem fácil na paisagem do Araguaia. Então, estes sempre estão em movimento, se levantando, indo à mesa para se servir. Isso mesmo, não é o anfitrião que os serve. Cada um dos comensais convidados pega o que lhe aprouver, se servindo como desejar.

Como já dito o queijo, central, é acompanhado de um café forte e açucarado. Outras delícias surgem conforme as habilidades de culinária e vontades do anfitrião. A comilança e a mediação se estendem até o sol começar a descer no horizonte. Cada um vai para as suas atividades posteriores e o ciclo se reinicia. Esta forma de hospitalidade é recorrente, sobretudo aos que chegam ao lugar. Mudam-se os padrões, mas a regra da dança é sempre a mesma. Em eventos acadêmicos no câmpus universitário da Universidade do Estado de Mato Grosso em Alto Araguaia, o famoso lanche ou como chamam os mais cosmopolitas: *coffee-break*.

Figura 63 - Mesa posta para o tradicional lanche da tarde em Alto Araguaia



Fonte: o autor, 2023

Ainda que o queijo de hoje não seja o queijo de ontem, mas sim um híbrido que agrega cada vez mais significados e variações nas formas de fazer, dadas as necessidades de comercialização, este núcleo significante mantém-se estável.

Ainda que possa ser ingrediente de massas, pães, lasanhas, componente de lanches requisitados em Hamburguerias em outros Estados, curioso que aqui, o seu consumo se dê prioritariamente nesse ritual em binarismo com o café. Como vimos anteriormente, o binarismo e as misturas são marcas da culinária brasileira. O café com o leite, o Arroz com o feijão, o churrasco com a cerveja. Ainda que a goiabada seja grande parceira, ainda é difícil superar a tradição do cotidiano que une o cafezinho com o Queijo Cabacinha na região das fronteiras do Araguaia.

Quase soa poético o fato de que o queijo extrapolou a sua forma de cabacinha e habita o imaginário partilhado pelas pessoas deste lugar e território. É uma comida que atua como um atalho cognitivo para o que é ser alguém com a identidade cultural na fronteira entre Mato Grosso e Goiás.

AQUELE ÚLTIMO NACO DE QUEIJO ANTES DO FIM DA PROSA

A bússola da mediação que construímos com esmero e cautela, peça a peça, nos guiou pelos caminhos da região de fronteira no alto do Araguaia, em busca dos mais diversos aspectos acerca do Queijo Cabacinha. Através dos olhos das personagens que, como coautoras que são, contribuíram com suas histórias para esta narrativa e pela etnografia sensível, construiu-se um percurso, um mapa que pode ser reproduzido, utilizado para orientação de outrem ou quem sabe um mosaico, composto por múltiplas e pequeninos pedaços, que juntos formam um quadro maior. No entanto, o que essa imagem, depois de pronta, pode nos dizer?

Em primeiro lugar, para não pecar como nos anos iniciais desta pesquisa, cabe colocar o Queijo Cabacinha do Araguaia no seu devido lugar, que é o da centralidade. Ele é uma comida, e como tal, um ator-mediador por excelência. Grosso modo, ele é o destino final para o qual nos dirigimos, auxiliados pela bússola da comensalidade. Como vimos em nosso trabalho, o queijo é elo fundamental na vida das pessoas da região do Araguaia. Ele nutre a política, na medida em sua dualidade divide, como também agrega. O queijo como uma demarcação territorial, símbolo de poder e também como ritual, aquele da sua carne para matar a fome física e de afetos, fazendo as pessoas se unirem em torno dele, construindo associações ou na banalidade de um momento informal e comensal, que localiza, acompanhado de um cafezinho. Ele é passaporte para a travessia de fronteiras. Ele leva as pessoas de um lado para o outro da ponte sobre o Rio Araguaia. Sejam os vendedores à procura de quem o compre, ou os consumidores em busca dele. Ele é um impulso para a ação. Ele transporta Alto Araguaia e Santa Rita do Araguaia para fora do seu território, com seu tónus simbólico, reticular. Ele globaliza, e com isso, ajuda as pessoas a transitarem pelas fronteiras sociais, formando laços. Não só a transição, como o completo atravessamento, com a mudança de status-quo. Agentes como Josuelma e Roniclei se fizeram sujeitos pelo Queijo.

O Queijo Cabacinha tem seu tempo. Assim como as outras comidas do mundo, é testemunha da história. Ele é presente na história, mas o seu tempo é fenomenológico, na medida em que habita as memórias dos comensais que o partilharam. Se o queijo pensasse ou sonhasse, seus delírios seriam os mesmos dos trabalhadores que constituíram os seus significados. Pois o queijo é o morador da região do Araguaia, é aquela mulher que, curiosa, o fez ser, nomeando-o e partilhando-o; é aquela mãe, mulher, vizinha, avó que partilhou seus saberes para a próxima geração; é o estudante filho de trabalhadores rurais que foi estudar fora, se formou e voltou para ajudar seu povo. Ele não é só *o que*. Ele também é *quem*. E ele nos conta uma história, só basta saber escutar. Então, ele também é identidade cultural, já que atua

como um atalho, uma porta de entrada para o imaginário local. Ele nos leva à criançada brincando às margens no Rio Araguaia. Para visitar uma frondosa árvore de Ipê. Nos transporta para os casarões coloniais. Para um assentamento onde duas cachoeiras são a marca principal. Para uma varanda, cheia de cadeiras de fio.

O queijo e seu consumo geram divisas. Capitais das mais diversas esferas. É o dinheiro que precisa circular entre as cidades e o simbólico que atribui qualidades aos sujeitos. Foi percebido que aqueles que trabalham com o Queijo Cabacinha são tidos em alta conta pelas mais diversas pessoas, das mais diversas camadas sociais. Ele atribui um status, mas não algo alcançado pelo consumo tradicional. Extrapolando um pouco, algo mais como um título de nobreza. Curioso, porque ao longo da história, com variações aqui e ali, o queijo é tido como uma comida de rico, da nobreza. Quem foi criança filha de trabalhadores em nosso país, em períodos de crise econômica, sabe bem sobre isso. O pão era com margarina. Pão com queijo, uma raridade. Lembranças de um pai trazendo para seu filho o pão recheado com presunto e queijo que ele não comeu na hora do lanche no trabalho. Aqui, conforme relatado pelas personagens, percebemos que o Queijo Cabacinha está na mesa de todos. Ricos ou pobres. Pode ser a influência do modo de vida rural, que favorece a partilha. Em contraponto à perspectiva de que nossa sociedade está cada vez mais individualista, o queijo, pela sua própria característica cultural, pede que seja devorado pelo coletivo. Na linha de Canclini (1999), o Queijo Cabacinha, pelo menos aqui, conforme a sua relação com o consumo, permite que os atores do ciclo comensal exerçam a sua cidadania.

Durante as entrevistas, lá estava o queijo. De corpo presente e nas memórias relatadas. De certa forma, sua presença facilitou as conversas. Como o mediador de um debate ou uma figura conhecida que nos apresenta a pessoas que desconhecemos. Uma pessoa com certa credibilidade. Então, o queijo também legou suas propriedades ao entrevistador. É sempre mais fácil uma chegada à campo com uma carta de apresentação ou a indicação de alguém de alto gabarito. Mais além: a indicação de um amigo muito querido. Então, o queijo é mediador nos mais diversos aspectos. O queijo seria um agente e a comensalidade um processo mediador.

Como um símbolo identitário, o queijo pendurado é quase uma bandeira tremulando. Icônico. Então, entende-se aqui que ele faz parte da matriz identitária cultural da região. É curioso, porque Hall (1997) quando versa sobre esta noção, nos fala sobre nações, sobre mitos imemoriais. Mas também seus estudos mostram como sua nação, a Jamaica, se construiu culturalmente a partir do hibridismo, para fugir do julgo do colonizador. Conectando elementos culturais que necessariamente não surgiram juntos ou organicamente. Como uma nação inventada. Mas não são todas as nações inventadas? Um povo não é uma ideia? O Brasil com

seu mito fundador das três raças nos legou uma narrativa coerente, pela qual podemos ter uma base que nos guia para a frente. Se sabemos de onde viemos, temos uma maior certeza para onde vamos. E a culinária de um povo é um desses elementos simbólicos da ordem da tradição. Mas é preciso pensar esta tradição fora de uma lógica cristalizada, ainda mais em um país em perpétua mutação. A comida muda conforme o tempo, com influências múltiplas que surgem ao nosso redor. Ainda assim, há uma matriz que permanece. No caso do Queijo Cabacinha, ele está atrelado à ideia da fronteira do Araguaia como um lugar imaginado.

É bom considerar que este trabalho poderia ser feito sobre outras comidas e outros lugares. Por uma série de gratas convergências, o Queijo Cabacinha se tornou nossa protagonista. E ele, como vimos é culturalmente híbrido. Sua receita veio da Itália, aprimorada em Minas Gerais, trazida para o centro-oeste e foi se espalhando. Conforme levantamentos, temos no mínimo 03 tipos de Queijo Cabacinha no país: o do Araguaia, o do Pantanal e o do Vale do Jequitinhonha. Cada um tem sua especificidade regional e cultural, graças aos saberes locais, ingredientes e combinações. Cada um deles se desenvolveu isoladamente e por esse motivo cada qual evolui de uma forma. Algo como um Darwinismo culinário. A este trabalho coube cartografar as peculiaridades culturais e comunicacionais de um desses três.

Podemos concluir que o Queijo Cabacinha do Araguaia, por todas essas reflexões interdisciplinares e dimensões epistêmicas, comunica. Se a percepção que temos do mundo é o que favorece a nossa interpretação e essa dinâmica é o que chamamos de processo de comunicação, consideremos os nossos sentidos, para a formação do Gosto, no melhor estilo fenomenológico (MERLEAU-PONTY, 1999).

Eu posso, ao comer o Queijo Cabacinha do Araguaia ainda fresco, reconhecer o seu sabor, que é levemente salgado e um pouco azedo. Posso, nesse processo, me aperceber pelo meu tato, de sua textura macia, emborrachada. O que vejo? Uma forma similar a uma cabaça, como uma coxinha amarrada por um barbante em sua ponta. Sua cor é branca, levemente amarelada, o que dá uma sensação de que esta comida é boa para o consumo, nutritiva e pelo fato de ser feito com leite, remete-nos à segurança primitiva e afeto da maternidade. O olfato me permite sentir um agradável aroma lácteo, que nos faz recordar da infância e do tempo em que um naco de queijo no fundo do prato com arroz e feijão, por mais estranho que isso pareça, temperava a vida. Pela audição é possível escutar o seu silêncio. Inerte, o queijo apenas reflete os sons que nele se chocam. Mas a partir das memórias, podemos ao nos deparar com o queijo, rememorar conversas agradáveis, em ambientes muito tranquilos. Se formos mais além, podemos escutar os sons característicos da região do Araguaia, como o apito dos trens, as águas dos rios fluindo, as aves – principalmente as araras – matraqueando e o motor dos caminhões

ao longe, na rodovia. Para o meu gosto, o queijo é belo, bom e agradável. O queijo em casa me traz estas sensações muito positivas, como a ideia de lar como uma ilha de tranquilidade, espaço de segurança, algo que vem se perdendo na contemporaneidade. Assim, o Queijo Cabacinha *in natura* é algo para ser degustado em casa e não na rua, salvo como ingrediente em alguma receita. Com tempo para cada mordida. Ele é da ordem do *dentro* e não do *fora*. Aqui não se encontra o Queijo Cabacinha nos restaurantes, como um petisco. Até mesmo nas barraquinhas, o queijo é feito para comprar e levar para casa.

O Queijo Cabacinha do Araguaia, enquanto comida artesanal, pertencente à culinária caipira tem seus modos de fazer passados de geração para geração. Ele é uma ideia. Portanto, como tal, ele permanece vivo enquanto as pessoas estiverem mantendo-a em circulação. O queijo material, tem seu ciclo: é produzido, comercializado, consumido. Já o queijo como ideia precisa que as pessoas articulem políticas para que o seu ciclo seja perpetuado, caso contrário ele desaparecerá. Se levarmos em conta as mudanças no mundo do trabalho, as novas configurações do mundo capitalista, a hiper industrialização e o hiper individualismo existe a possibilidade deste cenário deixar de ser apenas hipotético. A realidade nua e crua é que o trabalho artesanal vem deixando de ser uma possibilidade para as novas gerações, que se interessam mais pelo mundo do trabalho digital. Isso é relatado por muitos dos entrevistados.

Dona Vanda mesmo disse ter dificuldades para encontrar pessoas que tenham o interesse de trabalhar no sítio ou para aprender os modos de fazer do queijo. Então, todo o trabalho realizado pela associação, pelas forças políticas e pelos ativistas locais vão no encontro de tentar manter a chama viva, pensando inclusive em políticas públicas para fixar o jovem na zona rural e mostrar que o fazer artesanal é digno e possível como uma profissão sustentável. Este trabalho vai de encontro a esta ideia de como as velhas práticas tem que se ressignificar, se hibridizar, se reinventar para se manterem ainda relevantes nos dias de hoje. O fazer artesanal de ontem não tem como sobreviver da mesma forma como era feito na contemporaneidade. Daí a necessária adaptação de todo o ciclo comensal às boas práticas de manejo, produção e comércio. Registrar este processo em tempo real foi uma das várias boas surpresas que esta pesquisa proporcionou.

O registro dessas informações mostrou que as histórias de vida da classe trabalhadora, muitas vezes invisibilizada, é significativa tanto para compreendermos o social, quanto para o reconhecimento da importância dos mesmos. Aquela pessoa que encontramos em uma barraca vendendo comida de rua e que mal olhamos na sua cara, o cozinheiro anônimo que trabalha em uma restaurante à beira da estrada, um produtor de uma determinada comida com feitura artesanal ou peculiar à sua região possuem narrativas memoráveis, que precisam ser

cartografadas porque, indubitavelmente, dada a velocidade dos tempos, e o culto irrefreável ao amanhã, elas contêm elementos que desaparecerão. Fica aqui uma provocação para investigações futuras.

Espera-se que esta pesquisa, ainda que humilde, possa servir ao menos como inspiração para outros trabalhos na mesma linha. O diálogo interdisciplinar em perpétua construção entre a comunicação social, o campo da alimentação e dos estudos em cultura possuem um potencial inesgotável de possibilidades. Quem sabe como o ciclo comensal do Queijo Cabacinha do Araguaia estará aqui a 10 anos? Um retorno posterior é uma pedida. Pois quando a comida é boa, a gente sempre repete.

REFERÊNCIAS

ABBAGNANO, N. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes. 2007.

ADORNO, Theodor. A indústria cultural. In: COHN, G. **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Edusp, 1971.

ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE QUEIJO CABACINHA DO ARAGUAIA (APQCABACINHA). **Caderno de especificações técnicas da indicação de procedência “Queijo Cabacinha do Araguaia”**. Santa Rita do Araguaia-GO. 2023.

ARBARET-SCHULZ, C., BEYER, A., PIERMAY, J., REITEL, B, SELINOVSKI, C., SOHN C., ZANDE, P. *La frontière, un objet spatial en mutation*. Disponível em: <<[**A HISTÓRIA** da alimentação no Brasil. \(Série documental\). 13 Episódios. Produção de Eugênio Puppo. 2017. Acesso em 15 de Maio. 2020. Disponível em: \[https://www.primevideo.com/detail/0PZ1HALADKHKE47KKQTCWSKDB4/ref=atv_sr_def_c_unkc__1_1_1?pageTypeIdSource=ASIN&pageTypeId=B086V5W9QP&language=pt_BR&sr=1-1&qid=1594766755\]\(https://www.primevideo.com/detail/0PZ1HALADKHKE47KKQTCWSKDB4/ref=atv_sr_def_c_unkc__1_1_1?pageTypeIdSource=ASIN&pageTypeId=B086V5W9QP&language=pt_BR&sr=1-1&qid=1594766755\)](https://www.espacestemp.net/articles/la-frontiere-un-objet-spatial-en-mutation/#>>”. 2017. (Tradução nossa).</p>
</div>
<div data-bbox=)

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70.2008.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes. 2010.

BAUMAN, Z. **Vida para o Consumo**. A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar. 2008.

BECKER, H. A história de vida e o mosaico científico. in: **Métodos de pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Editora HUCITEC. 1994.

BERTAUX, D. *Le recite de la vie. L'enquetê et ses Méthodes*. Paris: Armand Colin. 1997.

BRAUNE, R. **O que é gastronomia?** (coleção primeiros passos). Brasília: Editora Brasiliense. 2007

BRASIL. **Manual de Indicações Geográficas**. (Online) Brasília: Instituto nacional de Propriedade Intelectual. 2023. Disponível em: <<<https://manualdeig.inpi.gov.br/projects/manual-de-indicacoes-geograficas/wiki>>> Acesso em: Maio. 2023.

_____. **Queijos artesanais brasileiros**. Guia de negócios. Brasília/DF: Sebrae. Embrapa. Mapa. Disponível em: <<<https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/bitstream/doc/1135036/1/Guia-de-Negocio-Queijos-Artesanais.pdf>>>. Acesso em: Maio. 2023.

BRIOSCHI L. R; TRIGO M. H. **B. Relatos de vida em ciências sociais: considerações metodológicas**. Ciência e Cultura. 1987. Jul; 39 (7): 631-7.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 1999.

CARVALHO, M. C. V. S.; LUZ, M. T.; PRADO, S. D. **Comer, alimentar e nutrir: categorias analíticas instrumentais no campo da pesquisa científica**. Ciênc. saúde coletiva [online]. 2011, vol.16, n.1, pp.155-163. ISSN 1413-8123.

CASCUDO, C. L **Antologia da alimentação no Brasil**. São Paulo: Editora Global. 2014.

_____, ___. **História da alimentação no Brasil**. 1967. Companhia editora nacional. São Paulo. 1967.

DALBY, A. **Cheese. A global history. (Edible Series)** London: Reaktion Books. 2009.

DAMATTA, R. **O que faz do brasil, o Brasil?** Rio de janeiro: Rocco. 1986

_____. **O ofício de etnólogo, ou como ter *anthropological blues***. Boletim do Museu Nacional: Antropologia, n. 27, maio de 1978. P.1-12.

DE LOPES, M. I. V. **A teoria barberiana da Comunicação**. In: Revista Matrizes. V.12 - Nº 1, jan./abr. São Paulo: USP. 2018. P. 39-63. Disponível em: <<<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/145750/139740>>> Acesso em: Fevereiro. 2023.

DE OLIVEIRA, A. M. **Alto Araguaia: dos garimpos à soja**. Cuiabá: Print Express. 1998

DIAS, J. C. **Uma longa e deliciosa viagem**. o primeiro livro da história do queijo no Brasil. João Castanho Dias. São Paulo: Barléu Ano: 2010

Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa. (Versão eletrônica. Software). Rio de. Janeiro: Ed. Objetiva, 2001.

DIDI-HUBERMAN, G. **Quando as imagens tocam o real**. PÓS: Revista Do Programa De Pós-Graduação Em Artes Da EBA/UFMG, 2(4), 206-219. Recuperado de: <<<https://www.eba.ufmg.br/revistapos/index.php/pos/article/view/60> >>2012.

DO AMARANTE, O. A. A. **Queijos do Brasil e do mundo**. Para iniciantes e apreciadores. São Paulo: Mescla, 2015.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**. Para uma antropologia do consumo. Rio de janeiro: UFRJ. 2006

DORIA, C. A. **Formação da culinária brasileira: escritos sobre a cozinha inzoneira**. (série 21). São Paulo: Publifolha. 2009.

DURANT, G. **A imaginação simbólica**. Lisboa, Portugal: Edições 70. 1993.

FERREIRA, J. C. V. **Mato Grosso e seus municípios** Cuiabá: Secretaria estadual de Cultural. 1997.

FISCHLER, C. *Commensality, Society and Culture*. Social Science Information, SAGE Publications, 2011, 50 (3-4), pp.528-548. ff10.1177/0539018411413963ff. fffalshs-01246748f (Tradução nossa).

_____. *El Omnivoro*. Barcelona. Editorial anagrama. 1995

FLANDRIN, J.; MONTANARI, M. (Orgs). **História da Alimentação**. São Paulo: Estação liberdade. 2018.

FOUCHER, M. *Fronts et frontières*, Paris: Fayard. 1991.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. São Paulo. LTC. 1998.

GOFFMAN, E. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

HALL, S. **A Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

KINDSTEDT, P. S. *Chesse and Culture. A history of cheese and its place in Western Civilization*. New York. Chelsea Green Production. 2012

LAHLOU, S. *Penser manger. Alimentation et représentations sociales*. Paris: P.U.F., 1998.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas. 2003.

LATOURETTE, B. **Reagregando o social**. Uma introdução à teoria do Ator-rede. Salvador: EDUFBA; Bauru: EDUSC. 2012

LEMOS, A. **A comunicação das coisas**. Internet das Coisas e Teoria Ator-Rede. Etiquetas de radiofrequência em uniformes escolares na Bahia. Salvador: SimSocial, 2012. Disponível: <<<https://andrelemos.info/>>>. Acesso em Maio. 2023.

LÉVI-STRAUSS, C. **Mitológicas I - O cru e o cozido**. Rio de Janeiro: Cosac e Naify, 2004, 446pp.

MAFFESOLI, M. **O imaginário é uma realidade**. (Entrevista) Revista FAMECOS. Porto Alegre. n° 15. Agosto. 2001.

MAFFESONI, E. C.; COLONETTI, C. T., MECCA, M. S. **O Queijo Serrano inserido na Economia Criativa sob a variável ambiental**. In: Anais do III simpósio sobre gestão ambiental de empreendimentos turísticos. 2027. Disponível em: <<<https://siambiental.ucs.br/ambientur/getArtigo.php?id=32>>> Acesso em: Abril. 2023.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ. 2009. (Segunda Introdução).

_____. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonia*. Barcelona: Anthropos Editorial. 2010. (Terceira introdução).

- MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes. 1999.
- MONDZAIN, Marie-José. **A imagem pode matar?** In ALLOA, Emmanuel (Org.). *Pensar a imagem*. Belo Horizonte: Autentica, 2015.
- NETTO, M. M. **A geografia do queijo minas artesanal**. (Tese de doutorado). Rio claro/SP: UNESP. 2011. Disponível em: <<<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/104382/000695435.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>> Acesso em: abril. 2023.
- TUAN, Y. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. São Paulo: Difel. 1983.
- OLIVEIRA, A. M. **Alto Araguaia: dos garimpos à soja**. Cuiabá: Print Express. 1998.
- ORTIZ, R. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Editora Brasiliense. 1994.
- PARK, R. A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano. In: VELHO, G. (Org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro, Zahar. 1967.
- POULAIN, J. P. **Sociologias da alimentação**. Os comedores e o espaço social alimentar. Florianópolis: EDUFSC. 2004.
- QUE MAL** eu fiz a Deus? (*Qu'est-ce Qu'on a Fait au Bon Dieu?*) Filme. Direção: Phillippe de Chauveron. França. 2015.
- RATZEL, F. A geografia do homem (antropogeografia). In: MORAES, A. C. R; FERNANDES F. **Ratzel. Geografia**. Coleção grandes cientistas sociais. N.59. 1990.
- RICOER, P. **A memória, a história e o esquecimento**. Campinas, SP: Editora da Unicamp. 2007.
- ROIZ, D. S. A batalha pela “representação do passado” bandeirante: imagens e representações do bandeirantismo no Curso de Bandeirologia de 1946. In: ROIZ, D. S., ARAKAKI, S., ZIMMERMAN, T. R. (Orgs.) **Os Bandeirantes e a historiografia brasileira**. Serra: Editora Milfontes. 2018.
- SAMAIN, E. **As imagens não são bolas de sinuca. Como pensam as imagens?** In: SAMAIN, E. (Org.). *Como pensam as imagens*. Campinas: Unicamp, 2012.
- SANTOS, M. **A natureza do espaço**. São Paulo: Edusp. 2006.
- SANTOS, M; SILVEIRA, M. L. **O Brasil – território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2013.
- SEIXAS, V. Z. C., CORREIA, L. F. M., PERRONE, I. T., COUTINHO, R. M. P., COSTA, R. G. B., CARVALHO, A. F. **Diagnóstico Socioeconômico dos produtores de Queijos do Marajó**. In: Rev. Inst. Laticínios Cândido Tostes, Juiz de Fora, v. 69, n. 5, p. 309-321, set/out, 2014. Disponível em: <<<https://www.revistadoilct.com.br/rilct/article/download/297/335>>> Acesso em: Abril. 2023.

SILVA, C. A. F. Fronteira agrícola capitalista e ordenamento territorial. In: SANTOS, M. Et al. **Território, territórios**. Ensaios sobre o ordenamento territorial. Rio de Janeiro: Lamparina. 3ª Edição. 2007.

SIMMEL, G. *The sociology of the meal*. In: FRISBY, David; FEATHERSTONE, Mike (Ed.). **Simmel on culture: selected writings**. London: Sage, 1997. p. 130-136. (Tradução nossa).

SODRÉ, M. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

TRAVANCAS, I. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas. 2009.

ULISSES, I. B. História do queijo coalho do Nordeste do Brasil. (p. 11-33) In: CAVALCANTI, J. F. M. (Org.). **Queijo coalho artesanal do Nordeste do Brasil**. Fortaleza: Banco do Nordeste. 2017.

VANDONI, R. **Ao longo do Araguaia**. Cuiabá. 1992.

APÊNDICE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e de autorização para uso de imagem e som de voz.



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
 Centro de Educação e Humanidades
 Faculdade de Comunicação Social
 Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCOM

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)
 E DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E SOM DE VOZ**

A presente pesquisa intitulada “**QUEIJO CABACINHA DO ARAGUAIA: Comensalidade, mediação e imaginários na fronteira entre Mato Grosso e Goiás**” tem como principal objetivo investigar as histórias de vida de pessoas que estão envolvidas de alguma forma – trabalho, consumo, produção – com o ciclo do queijo cabacinha na fronteira entre Santa Rita do Araguaia-Go e Alto Araguaia-MT. Trata-se de um projeto desenvolvido pelo **Professor Mestre Rafael Rodrigues Lourenço Marques**, docente do curso de bacharelado em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT -, estudante de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM-UERJ), orientado pelo **Professor Doutor Prof. Dr. Francisco Romão Ferreira** e coorientado pela **Professora Doutora Shirley Donizete Pereira**, ambos vinculados ao PPGCOM -UERJ).

Este termo é estabelecido pela resolução do CNS nº 510 de 2016 (Formas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais envolvendo seres humanos), e o trabalho será submetido à avaliação da Comissão de Ética em Pesquisa da UERJ. Ele deverá estar assinado e rubricado pelo pesquisador, sendo que uma via ficará com o participante e outra via ficará com o pesquisador.

Você foi selecionada por ter se enquadrar no perfil dos sujeitos desta pesquisa, ou seja, pessoas que moram na fronteira entre Santa Rita do Araguaia- GO e Alto Araguaia-MT, cujo cotidiano e vivências estão ligados de alguma forma às práticas de comensalidade e à comida regional – seja a produção, a venda, distribuição ou ao consumo. No caso, o queijo Flamengo, também conhecido como queijo cabacinha. Sua participação não é obrigatória. A qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa, desistência ou retirada de consentimento não acarretará prejuízo.

Esta pesquisa irá utilizar seus depoimentos, imagens e documentos que reflitam sua história de vida, que possam ser cedidos para a produção do trabalho. Todas as informações obtidas serão analisadas, e os resultados utilizados exclusivamente para a pesquisa científica. Você não terá ônus, nem bônus em qualquer fase da realização do estudo e terá o direito de ser informado sobre os

Rubrica do Participante

Rubrica do Pesquisador

ANEXO – Termos de consentimento assinados



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
 Centro de Educação e Humanidades
 Faculdade de Comunicação Social
 Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCOM

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)
 E DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E SOM DE VOZ**

A presente pesquisa intitulada “**QUEIJO CABACINHA DO ARAGUAIA: Comensalidade, mediação e imaginários na fronteira entre Mato Grosso e Goiás**” tem como principal objetivo investigar as histórias de vida de pessoas que estão envolvidas de alguma forma – trabalho, consumo, produção – com o ciclo do queijo cabacinha na fronteira entre Santa Rita do Araguaia-Go e Alto Araguaia-MT. Trata-se de um projeto desenvolvido pelo **Professor Mestre Rafael Rodrigues Lourenço Marques**, docente do curso de bacharelado em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT -, estudante de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM-UERJ), orientado pelo **Professor Doutor Prof. Dr. Francisco Romão Ferreira** e coorientado pela **Professora Doutora Shirley Donizete Pereira**, ambos vinculados ao PPGCOM -UERJ).

Este termo é estabelecido pela resolução do CNS nº 510 de 2016 (Formas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais envolvendo seres humanos), e o trabalho será submetido à avaliação da Comissão de Ética em Pesquisa da UERJ. Ele deverá estar assinado e rubricado pelo pesquisador, sendo que uma via ficará com o participante e outra via ficará com o pesquisador.

Você foi selecionada por ter se enquadrar no perfil dos sujeitos desta pesquisa, ou seja, pessoas que moram na fronteira entre Santa Rita do Araguaia- GO e Alto Araguaia-MT, cujo cotidiano e vivências estão ligados de alguma forma às práticas de comensalidade e à comida regional – seja a produção, a venda, distribuição ou ao consumo. No caso, o queijo Flamengo, também conhecido como queijo cabacinha. Sua participação não é obrigatória. A qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa, desistência ou retirada de consentimento não acarretará prejuízo.

Esta pesquisa irá utilizar seus depoimentos, imagens e documentos que reflitam sua história de vida, que possam ser cedidos para a produção do trabalho. Todas as informações obtidas serão analisadas, e os resultados utilizados exclusivamente para a pesquisa científica. Você não terá ônus, nem bônus em qualquer fase da realização do estudo e terá o direito de ser informado sobre os

Rubrica do participante

Rubrica do pesquisador

resultados dos dados coletados em qualquer momento do estudo. É importante lembrar que em momento algum, você sofrerá desconforto ou riscos durante a realização da pesquisa.

A pesquisa será realizada no domicílio ou local de trabalho do participante, onde serão realizadas entrevistas para construir uma narrativa de História de vida. Sendo os achados das narrativas analisados de acordo com as observações feitas no momento das visitas e comparados com as informações obtidas na literatura. Para tal serão realizados dois encontros. Os dados obtidos por meio desta pesquisa serão confidenciais e não serão divulgados em nível individual, visando assegurar o sigilo de sua participação. A entrevista será gravada para posterior transcrição. Na divulgação dos resultados será necessário utilizar sua imagem em foto e/ou vídeo e/ou a gravação feita em áudio. Você precisa concordar com esse procedimento.

Após a leitura dos objetivos da pesquisa e explicação quanto ao encontro para a construção da narrativa, convidamos você a participar desta pesquisa, se aceitar deverá assinar e rubricar todas as folhas do TCLE. Em qualquer etapa do estudo, é possível ter acesso aos profissionais responsáveis pela pesquisa para esclarecimento de eventuais dúvidas, sendo que o principal investigador é o Prof^o. Me. Rafael Rodrigues Lourenço Marques que pode ser encontrado no endereço Rua João Afonso Barros, Quadra 30-B, Lote 01, Centro, Santa Rita do Araguaia - GO, Telefone: (66) 98462-4354.

Declaro que entendi os objetivos de minha participação na pesquisa e que concordo em participar:

Santa Rita do Araguaia, 08 de Junho de 2022.

Nome do(a) participante: Guerson Ribeiro de Jesus

Assinatura: Guerson Ribeiro de Jesus

Telefone: (66) 93667 2058

Nome do pesquisador: Rafael Rodrigues Lourenço Marques

Assinatura: Rafael Rodrigues Lourenço Marques

Rubrica do participante

Guerson

Rubrica do pesquisador

Rafael



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
 Centro de Educação e Humanidades
 Faculdade de Comunicação Social
 Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCOM

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)
 E DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E SOM DE VOZ**

A presente pesquisa intitulada “**QUEIJO CABACINHA DO ARAGUAIA: Comensalidade, mediação e imaginários na fronteira entre Mato Grosso e Goiás**” tem como principal objetivo investigar as histórias de vida de pessoas que estão envolvidas de alguma forma – trabalho, consumo, produção – com o ciclo do queijo cabacinha na fronteira entre Santa Rita do Araguaia-Go e Alto Araguaia-MT. Trata-se de um projeto desenvolvido pelo **Professor Mestre Rafael Rodrigues Lourenço Marques**, docente do curso de bacharelado em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT -, estudante de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM-UERJ), orientado pelo **Professor Doutor Prof. Dr. Francisco Romão Ferreira** e coorientado pela **Professora Doutora Shirley Donizete Pereira**, ambos vinculados ao PPGCOM -UERJ).

Este termo é estabelecido pela resolução do CNS nº 510 de 2016 (Formas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais envolvendo seres humanos), e o trabalho será submetido à avaliação da Comissão de Ética em Pesquisa da UERJ. Ele deverá estar assinado e rubricado pelo pesquisador, sendo que uma via ficará com o participante e outra via ficará com o pesquisador.

Você foi selecionada por ter se enquadrar no perfil dos sujeitos desta pesquisa, ou seja, pessoas que moram na fronteira entre Santa Rita do Araguaia- GO e Alto Araguaia-MT, cujo cotidiano e vivências estão ligados de alguma forma às práticas de comensalidade e à comida regional – seja a produção, a venda, distribuição ou ao consumo. No caso, o queijo Flamengo, também conhecido como queijo cabacinha. Sua participação não é obrigatória. A qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa, desistência ou retirada de consentimento não acarretará prejuízo.

Esta pesquisa irá utilizar seus depoimentos, imagens e documentos que reflitam sua história de vida, que possam ser cedidos para a produção do trabalho. Todas as informações obtidas serão analisadas, e os resultados utilizados exclusivamente para a pesquisa científica. Você não terá ônus, nem bônus em qualquer fase da realização do estudo e terá o direito de ser informado sobre os

Rubrica do Participante

Rubrica do Pesquisador

resultados dos dados coletados em qualquer momento do estudo. É importante lembrar que em momento algum, você sofrerá desconforto ou riscos durante a realização da pesquisa.

A pesquisa será realizada no domicílio ou local de trabalho do participante, onde serão realizadas entrevistas para construir uma narrativa de História de vida. Sendo os achados das narrativas analisados de acordo com as observações feitas no momento das visitas e comparados com as informações obtidas na literatura. Para tal serão realizados dois encontros. Os dados obtidos por meio desta pesquisa serão confidenciais e não serão divulgados em nível individual, visando assegurar o sigilo de sua participação. A entrevista será gravada para posterior transcrição. Na divulgação dos resultados será necessário utilizar sua imagem em foto e/ou vídeo e/ou a gravação feita em áudio. Você precisa concordar com esse procedimento.

Após a leitura dos objetivos da pesquisa e explicação quanto ao encontro para a construção da narrativa, convidamos você a participar desta pesquisa, se aceitar deverá assinar e rubricar todas as folhas do TCLE. Em qualquer etapa do estudo, é possível ter acesso aos profissionais responsáveis pela pesquisa para esclarecimento de eventuais dúvidas, sendo que o principal investigador é o Prof. Me. Rafael Rodrigues Lourenço Marques que pode ser encontrado no endereço Rua João Afonso Barros, Quadra 30-B, Lote 01, Centro, Santa Rita do Araguaia - GO, Telefone: (66) 98462-4354.

Declaro que entendi os objetivos de minha participação na pesquisa e que concordo em participar:

Santa Rita do Araguaia, 01 de Maio de 2022

Nome do(a) participante: Israelma Luzia Soares

Assinatura: Israelma Luzia da Silva Soares

Telefone: 066999207897

Nome do pesquisador: Rafael Rodrigues Lourenço Marques

Assinatura: Rafael Rodrigues Lourenço Marques

Rubrica do participante

Rubrica do pesquisador



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
 Centro de Educação e Humanidades
 Faculdade de Comunicação Social
 Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCOM

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)
 E DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E SOM DE VOZ**

A presente pesquisa intitulada “QUEIJO CABACINHA DO ARAGUAIA: Comensalidade, mediação e imaginários na fronteira entre Mato Grosso e Goiás” tem como principal objetivo investigar as histórias de vida de pessoas que estão envolvidas de alguma forma – trabalho, consumo, produção – com o ciclo do queijo cabacinha na fronteira entre Santa Rita do Araguaia-Go e Alto Araguaia-MT. Trata-se de um projeto desenvolvido pelo **Professor Mestre Rafael Rodrigues Lourenço Marques**, docente do curso de bacharelado em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT -, estudante de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM-UERJ), orientado pelo **Professor Doutor Prof. Dr. Francisco Romão Ferreira** e coorientado pela **Professora Doutora Shirley Donizete Pereira**, ambos vinculados ao PPGCOM -UERJ).

Este termo é estabelecido pela resolução do CNS nº 510 de 2016 (Formas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais envolvendo seres humanos), e o trabalho será submetido à avaliação da Comissão de Ética em Pesquisa da UERJ. Ele deverá estar assinado e rubricado pelo pesquisador, sendo que uma via ficará com o participante e outra via ficará com o pesquisador.

Você foi selecionada por ter se enquadrar no perfil dos sujeitos desta pesquisa, ou seja, pessoas que moram na fronteira entre Santa Rita do Araguaia- GO e Alto Araguaia-MT, cujo cotidiano e vivências estão ligados de alguma forma às práticas de comensalidade e à comida regional – seja a produção, a venda, distribuição ou ao consumo. No caso, o queijo Flamengo, também conhecido como queijo cabacinha. Sua participação não é obrigatória. A qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa, desistência ou retirada de consentimento não acarretará prejuízo.

Esta pesquisa irá utilizar seus depoimentos, imagens e documentos que reflitam sua história de vida, que possam ser cedidos para a produção do trabalho. Todas as informações obtidas serão analisadas, e os resultados utilizados exclusivamente para a pesquisa científica. Você não terá ônus, nem bônus em qualquer fase da realização do estudo e terá o direito de ser informado sobre os

Rubrica do participante

Rubrica do pesquisador

resultados dos dados coletados em qualquer momento do estudo. É importante lembrar que em momento algum, você sofrerá desconforto ou riscos durante a realização da pesquisa.

A pesquisa será realizada no domicílio ou local de trabalho do participante, onde serão realizadas entrevistas para construir uma narrativa de História de vida. Sendo os achados das narrativas analisados de acordo com as observações feitas no momento das visitas e comparados com as informações obtidas na literatura. Para tal serão realizados dois encontros. Os dados obtidos por meio desta pesquisa serão confidenciais e não serão divulgados em nível individual, visando assegurar o sigilo de sua participação. A entrevista será gravada para posterior transcrição. Na divulgação dos resultados será necessário utilizar sua imagem em foto e/ou vídeo e/ou a gravação feita em áudio. Você precisa concordar com esse procedimento.

Após a leitura dos objetivos da pesquisa e explicação quanto ao encontro para a construção da narrativa, convidamos você a participar desta pesquisa, se aceitar deverá assinar e rubricar todas as folhas do TCLE. Em qualquer etapa do estudo, é possível ter acesso aos profissionais responsáveis pela pesquisa para esclarecimento de eventuais dúvidas, sendo que o principal investigador é o Prof^o. Me. Rafael Rodrigues Lourenço Marques que pode ser encontrado no endereço Rua João Afonso Barros, Quadra 30-B, Lote 01, Centro, Santa Rita do Araguaia - GO, Telefone: (66) 98462-4354.

Declaro que entendi os objetivos de minha participação na pesquisa e que concordo em participar:

Santa Rita do Araguaia, 03 de Junho de 2022

Nome do(a) participante: Maria Aparecida Campos da Silva
Assinatura: Maria Aparecida Campos da Silva
Telefone: 66996052726

Nome do pesquisador: Rafael Rodrigues Lourenço Marques
Assinatura: Rafael Rodrigues Lourenço Marques

Rubrica do participante

M.A.C.S

Rubrica do pesquisador

M.A.C.S



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
 Centro de Educação e Humanidades
 Faculdade de Comunicação Social
 Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCOM

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)
 E DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E SOM DE VOZ

A presente pesquisa intitulada “QUEIJO CABACINHA DO ARAGUAIA: Comensalidade, mediação e imaginários na fronteira entre Mato Grosso e Goiás” tem como principal objetivo investigar as histórias de vida de pessoas que estão envolvidas de alguma forma – trabalho, consumo, produção – com o ciclo do queijo cabacinha na fronteira entre Santa Rita do Araguaia-Go e Alto Araguaia-MT. Trata-se de um projeto desenvolvido pelo **Professor Mestre Rafael Rodrigues Lourenço Marques**, docente do curso de bacharelado em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT -, estudante de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM-UERJ), orientado pelo **Professor Doutor Prof. Dr. Francisco Romão Ferreira** e coorientado pela **Professora Doutora Shirley Donizete Pereira**, ambos vinculados ao PPGCOM -UERJ).

Este termo é estabelecido pela resolução do CNS nº 510 de 2016 (Formas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais envolvendo seres humanos), e o trabalho será submetido à avaliação da Comissão de Ética em Pesquisa da UERJ. Ele deverá estar assinado e rubricado pelo pesquisador, sendo que uma via ficará com o participante e outra via ficará com o pesquisador.

Você foi selecionada por ter se enquadrar no perfil dos sujeitos desta pesquisa, ou seja, pessoas que moram na fronteira entre Santa Rita do Araguaia- GO e Alto Araguaia-MT, cujo cotidiano e vivências estão ligados de alguma forma às práticas de comensalidade e à comida regional – seja a produção, a venda, distribuição ou ao consumo. No caso, o queijo Flamengo, também conhecido como queijo cabacinha. Sua participação não é obrigatória. A qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa, desistência ou retirada de consentimento não acarretará prejuízo.

Esta pesquisa irá utilizar seus depoimentos, imagens e documentos que reflitam sua história de vida, que possam ser cedidos para a produção do trabalho. Todas as informações obtidas serão analisadas, e os resultados utilizados exclusivamente para a pesquisa científica. Você não terá ônus, nem bônus em qualquer fase da realização do estudo e terá o direito de ser informado sobre os

Rubrica do participante

Rubrica do pesquisador

resultados dos dados coletados em qualquer momento do estudo. É importante lembrar que em momento algum, você sofrerá desconforto ou riscos durante a realização da pesquisa.

A pesquisa será realizada no domicílio ou local de trabalho do participante, onde serão realizadas entrevistas para construir uma narrativa de História de vida. Sendo os achados das narrativas analisados de acordo com as observações feitas no momento das visitas e comparados com as informações obtidas na literatura. Para tal serão realizados dois encontros. Os dados obtidos por meio desta pesquisa serão confidenciais e não serão divulgados em nível individual, visando assegurar o sigilo de sua participação. A entrevista será gravada para posterior transcrição. Na divulgação dos resultados será necessário utilizar sua imagem em foto e/ou vídeo e/ou a gravação feita em áudio. Você precisa concordar com esse procedimento.

Após a leitura dos objetivos da pesquisa e explicação quanto ao encontro para a construção da narrativa, convidamos você a participar desta pesquisa, se aceitar deverá assinar e rubricar todas as folhas do TCLE. Em qualquer etapa do estudo, é possível ter acesso aos profissionais responsáveis pela pesquisa para esclarecimento de eventuais dúvidas, sendo que o principal investigador é o Prof^o. Me. Rafael Rodrigues Lourenço Marques que pode ser encontrado no endereço Rua João Afonso Barros, Quadra 30-B, Lote 01, Centro, Santa Rita do Araguaia - GO, Telefone: (66) 98462-4354.

Declaro que entendi os objetivos de minha participação na pesquisa e que concordo em participar:

Santa Rita do Araguaia, 02 de Junho de 2022.

Nome do(a) participante: Marizete Angelo Lopes

Assinatura: Marizete Angelo Lopes

Telefone: (11) 997390893

Nome do pesquisador: Rafael Rodrigues Lourenço Marques

Assinatura: Rafael Rodrigues Lourenço Marques

Rubrica do participante



Rubrica do pesquisador





Universidade do Estado do Rio de Janeiro
 Centro de Educação e Humanidades
 Faculdade de Comunicação Social
 Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCOM

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)
 E DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E SOM DE VOZ**

A presente pesquisa intitulada "QUEIJO CABACINHA DO ARAGUAIA: Comensalidade, mediação e imaginários na fronteira entre Mato Grosso e Goiás" tem como principal objetivo investigar as histórias de vida de pessoas que estão envolvidas de alguma forma – trabalho, consumo, produção – com o ciclo do queijo cabacinha na fronteira entre Santa Rita do Araguaia-Go e Alto Araguaia-MT. Trata-se de um projeto desenvolvido pelo **Professor Mestre Rafael Rodrigues Lourenço Marques**, docente do curso de bacharelado em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT -, estudante de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM-UERJ), orientado pelo **Professor Doutor Prof. Dr. Francisco Romão Ferreira** e coorientado pela **Professora Doutora Shirley Donizete Pereira**, ambos vinculados ao PPGCOM -UERJ).

Este termo é estabelecido pela resolução do CNS nº 510 de 2016 (Formas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais envolvendo seres humanos), e o trabalho será submetido à avaliação da Comissão de Ética em Pesquisa da UERJ. Ele deverá estar assinado e rubricado pelo pesquisador, sendo que uma via ficará com o participante e outra via ficará com o pesquisador.

Você foi selecionada por ter se enquadrar no perfil dos sujeitos desta pesquisa, ou seja, pessoas que moram na fronteira entre Santa Rita do Araguaia- GO e Alto Araguaia-MT, cujo cotidiano e vivências estão ligados de alguma forma às práticas de comensalidade e à comida regional – seja a produção, a venda, distribuição ou ao consumo. No caso, o queijo Flamengo, também conhecido como queijo cabacinha. Sua participação não é obrigatória. A qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa, desistência ou retirada de consentimento não acarretará prejuízo.

Esta pesquisa irá utilizar seus depoimentos, imagens e documentos que reflitam sua história de vida, que possam ser cedidos para a produção do trabalho. Todas as informações obtidas serão analisadas, e os resultados utilizados exclusivamente para a pesquisa científica. Você não terá ônus, nem bônus em qualquer fase da realização do estudo e terá o direito de ser informado sobre os

Roniclei Elias de Azevedo

Rubrica do participante

Rubrica do pesquisador

resultados dos dados coletados em qualquer momento do estudo. É importante lembrar que em momento algum, você sofrerá desconforto ou riscos durante a realização da pesquisa.

A pesquisa será realizada no domicílio ou local de trabalho do participante, onde serão realizadas entrevistas para construir uma narrativa de História de vida. Sendo os achados das narrativas analisados de acordo com as observações feitas no momento das visitas e comparados com as informações obtidas na literatura. Para tal serão realizados dois encontros. Os dados obtidos por meio desta pesquisa serão confidenciais e não serão divulgados em nível individual, visando assegurar o sigilo de sua participação. A entrevista será gravada para posterior transcrição. Na divulgação dos resultados será necessário utilizar sua imagem em foto e/ou vídeo e/ou a gravação feita em áudio. Você precisa concordar com esse procedimento.

Após a leitura dos objetivos da pesquisa e explicação quanto ao encontro para a construção da narrativa, convidamos você a participar desta pesquisa, se aceitar deverá assinar e rubricar todas as folhas do TCLE. Em qualquer etapa do estudo, é possível ter acesso aos profissionais responsáveis pela pesquisa para esclarecimento de eventuais dúvidas, sendo que o principal investigador é o Prof^o. Me. Rafael Rodrigues Lourenço Marques que pode ser encontrado no endereço Rua João Afonso Barros, Quadra 30-B, Lote 01, Centro, Santa Rita do Araguaia - GO, Telefone: (66) 98462-4354.

Declaro que entendi os objetivos de minha participação na pesquisa e que concordo em participar:

Santa Rita do Araguaia, 27 de Junho de 2023.

Nome do(a) participante: Roniclei Elias de Resende

Assinatura: _____

Telefone: 65 99621-6596

Nome do pesquisador: Rafael Rodrigues Lourenço Marques

Assinatura: Rafael R.L. Marques

Roniclei Elias de Resende

Rubrica do participante

Rubrica do pesquisador

Rafael



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
 Centro de Educação e Humanidades
 Faculdade de Comunicação Social
 Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGCOM

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)
 E DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E SOM DE VOZ**

A presente pesquisa intitulada “**QUEIJO CABACINHA DO ARAGUAIA: Comensalidade, mediação e imaginários na fronteira entre Mato Grosso e Goiás**” tem como principal objetivo investigar as histórias de vida de pessoas que estão envolvidas de alguma forma – trabalho, consumo, produção – com o ciclo do queijo cabacinha na fronteira entre Santa Rita do Araguaia-Go e Alto Araguaia-MT. Trata-se de um projeto desenvolvido pelo **Professor Mestre Rafael Rodrigues Lourenço Marques**, docente do curso de bacharelado em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT -, estudante de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM-UERJ), orientado pelo **Professor Doutor Prof. Dr. Francisco Romão Ferreira** e coorientado pela **Professora Doutora Shirley Donizete Pereira**, ambos vinculados ao PPGCOM -UERJ).

Este termo é estabelecido pela resolução do CNS nº 510 de 2016 (Formas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais envolvendo seres humanos), e o trabalho será submetido à avaliação da Comissão de Ética em Pesquisa da UERJ. Ele deverá estar assinado e rubricado pelo pesquisador, sendo que uma via ficará com o participante e outra via ficará com o pesquisador.

Você foi selecionada por ter se enquadrar no perfil dos sujeitos desta pesquisa, ou seja, pessoas que moram na fronteira entre Santa Rita do Araguaia- GO e Alto Araguaia-MT, cujo cotidiano e vivências estão ligados de alguma forma às práticas de comensalidade e à comida regional – seja a produção, a venda, distribuição ou ao consumo. No caso, o queijo Flamengo, também conhecido como queijo cabacinha. Sua participação não é obrigatória. A qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa, desistência ou retirada de consentimento não acarretará prejuízo.

Esta pesquisa irá utilizar seus depoimentos, imagens e documentos que reflitam sua história de vida, que possam ser cedidos para a produção do trabalho. Todas as informações obtidas serão analisadas, e os resultados utilizados exclusivamente para a pesquisa científica. Você não terá ônus, nem bônus em qualquer fase da realização do estudo e terá o direito de ser informado sobre os

Rubrica do participante

Rubrica do pesquisador

resultados dos dados coletados em qualquer momento do estudo. É importante lembrar que em momento algum, você sofrerá desconforto ou riscos durante a realização da pesquisa.

A pesquisa será realizada no domicílio ou local de trabalho do participante, onde serão realizadas entrevistas para construir uma narrativa de História de vida. Sendo os achados das