

Fanaina Cardoso de Mello (Org.)

Comer, Beber e Pesquisar!

**OLHARES
MULTIDISCIPLINARES
SOBRE A CULTURA**



**COMER, BEBER E PESQUISAR – Olhares Multidisciplinares
sobre a Cultura**



Todo o conteúdo apresentado neste livro é de responsabilidade do(s) autor(es).

Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição-SemDerivações 4.0 Internacional.

Conselho Editorial

Prof. Dr. Ednilson Sergio Ramalho de Souza - UFOPA
(Editor-Chefe)

Prof. Dr. Laecio Nobre de Macedo-UFMA

Prof. Dr. Aldrin Vianna de Santana-UNIFAP

Prof^a. Dr^a. Raquel Silvano Almeida-Unespar

Prof. Dr. Carlos Erick Brito de Sousa-UFMA

Prof^a. Dr^a. Ilka Kassandra Pereira Belfort-Faculdade Laboro

Prof^a. Dr. Renata Cristina Lopes Andrade-FURG

Prof. Dr. Elias Rocha Gonçalves-IFF

Prof. Dr. Clézio dos Santos-UFRRJ

Prof. Dr. Rodrigo Luiz Fabri-UFJF

Prof. Dr. Manoel dos Santos Costa-IEMA

Prof.^a Dr^a. Isabella Macário Ferro Cavalcanti-UFPE

Prof. Dr. Rodolfo Maduro Almeida-UFOPA

Prof. Dr. Deivid Alex dos Santos-UEL

Prof.^a Dr^a. Maria de Fatima Vilhena da Silva-UFPA

Prof.^a Dr^a. Dayse Marinho Martins-IEMA

Prof. Dr. Daniel Tarciso Martins Pereira-UFAM

Prof.^a Dr^a. Elane da Silva Barbosa-UERN

Prof. Dr. Piter Anderson Severino de Jesus-Université Aix Marseille

Nossa missão é a difusão do conhecimento gerado no âmbito acadêmico por meio da organização e da publicação de livros científicos de fácil acesso, de baixo custo financeiro e de alta qualidade!

Nossa inspiração é acreditar que a ampla divulgação do conhecimento científico pode mudar para melhor o mundo em que vivemos!

Equipe RFB Editora

JANAINA CARDOSO DE MELLO (ORG.)

**COMER, BEBER E PESQUISAR – Olhares Multidisciplinares
sobre a Cultura**

Belém-PA

RFB Editora

2023

Gastronomia é comer olhando pro céu.

(Millôr Fernandes)

© 2023 Edição brasileira
by RFB Editora
© 2023 Texto
by Autor
Todos os direitos reservados

RFB Editora
CNPJ: 39.242.488/0001-07
www.rfbeditora.com
adm@rfbeditora.com
91 98885-7730
Belém, Pará, Brasil

Editor-Chefe
Prof. Dr. Ednilson Souza
Diagramação e capa
Autor
Revisão de texto
Autor

Bibliotecária
Janaina Karina Alves Trigo Ramos
Produtor editorial
Nazareno Da Luz

Dados Internacionais de Catalogação na publicação (CIP)



C732

Comer, beber e pesquisar – olhares multidisciplinares sobre a cultura /
Janaina Cardoso de Mello. – Belém: RFB, 2023.

Livro em PDF

ISBN 978-65-5889-663-0

DOI 10.46898/rfb.ba59edca-c2d0-4958-a399-e29c95d30b38

1. Comer, beber e teclar: *gastro tour app* e o saber fazer sergipano. I. Mello,
Janaina Cardoso de. II. Título.

CDD 300

Índice para catálogo sistemático

I. Ciências Sociais.

SUMÁRIO

| | |
|---|------------|
| Prefácio..... | 8 |
| Apresentação..... | 10 |
| Capítulo 1: Comer, Beber e Teclar: Gastro Tour App e o saber fazer sergipano..... | 11 |
| Janaina Cardoso de Mello | |
| Lhais Isla Dantas Leite | |
| Danilo Nascimento de Jesus | |
| Capítulo 2: Como nossos alimentos convencionais e não convencionais do Cerrado estão sendo usados na cozinha goiana: um olhar para “além do prato” | 34 |
| Alcyr Alves Viana Neto | |
| Rafael Bruno Pereira | |
| Valeria Martins Alves (<i>In Memoriam</i>) | |
| Capítulo 3: Sergipanidade: uma identidade gastronômica como fomento ao Turismo na Rota do Cangaço..... | 51 |
| Isabelle Brito | |
| Letícia Bianca Barros de Moraes | |
| Lício Valério Lima Vieira | |
| Capítulo 4: Comida de Feira e Memória Gustativa: um passeio pela Feira de Itabaiana/SE..... | 86 |
| José Almeida dos Santos | |
| Susana de Araújo Gastal | |
| Capítulo 5: Breve Ensaio sobre o gosto..... | 102 |
| Marcos Scheider | |
| Capítulo 6: Tradição e Sociabilidade em Bares Cariocas e Cafés Portenhos..... | 120 |
| Amanda Danelli Costa | |
| Capítulo 7: “Feito à mão e com amor”: o Caruru de dona rosa, das praias às festas de aniversário na capital do menor estado do Nordeste brasileiro..... | 136 |
| João Mouzart de Oliveira Junior | |
| Índice | |
| Remissivo..... | 159 |
| Sobre os | |
| Autores..... | 161 |

Prefácio

Comer, beber e pesquisar – uma tríade que, à primeira vista, parece desconexa, mas, como será evidenciado nesta obra, revela-se intrinsecamente entrelaçada. Da mesma forma que a estimada e competente Janaina Cardoso de Mello traz consigo uma vasta e rica trajetória acadêmica e profissional, compartilhando seus conhecimentos em diversos contextos culturais, este *e-book* também incorpora a diversidade de perspectivas e conhecimentos, que enriquecem o estudo da cultura alimentar, destacando sua importância como um campo multifacetado e interdisciplinar, que permite uma compreensão mais profunda e holística de sabores e significados, envolvendo diversos aspectos na produção e no consumo de alimentos.

Aqui, a comida atua como um elo que transcende fronteiras geográficas, unindo pessoas de diferentes origens e histórias em torno de uma mesa ou em uma feira. Dos vibrantes bares cariocas aos acolhedores cafés portenhos, culminando no toque pessoal e amoroso de Dona Rosa no preparo do Caruru, cada capítulo é uma peça valiosa nesse mosaico culinário. Ao explorarmos estas páginas, convido você a saborear não apenas os pratos, mas narrativas que compõem uma expressão profunda de identidade, abrange tradições e relações econômicas que não se limitam apenas à preparação de alimentos.

A Sergipanidade, destacada nestas páginas, abraça uma memorável culinária do litoral ao sertão, que reflete sabores, força, sobrevivência e valores familiares enraizados na vida cotidiana. O destaque à devastação do Cerrado sublinha a importância de preservar a biodiversidade para produção de alimentos e manutenção de identidades enraizadas na diversidade cultural que consolida a gastronomia brasileira. Nesse panorama, a gastronomia, além de seu papel nutritivo, emerge como ferramenta para ampliar a conscientização sobre os impactos ambientais, sociais e econômicos, sobretudo integrando políticas

públicas para preservar essas identidades culturais, com seus modos de fazer, temperos e ingredientes.

A experiência sensorial da alimentação, transcende os sentidos; representa uma construção ativa de tradições locais que sustenta emoções, memórias coletivas e desejos. Este cenário não apenas evoca sabores tangíveis, mas também envolve o gosto, a arte, a sensibilidade e o conhecimento. O prazer do gosto, entre a deglutição e a articulação das palavras, deslizando pelos nervos sensoriais como um sussurro provocante. Desperta com a suavidade da sucção, intensifica-se na mordida apaixonada, e se entrelaça com a memória, criando uma poesia de sentidos. O paladar, conduz ao discernimento, que, numa dança ardente, perpassa entre perspicácia, astúcia e sagacidade, revelando um ciclo voluptuoso de experiências gustativas que deixam um rastro memorável.

Este *e-book* também explora as implicações das tecnologias contemporâneas na interação humana com a comida, mediante à ascensão de dispositivos inteligentes, aplicativos interativos e redes sociais, que convergem para uma abordagem mais tecnológica e compartilhada, influenciando a maneira como as pessoas exploram receitas, realizam a aquisição de alimentos e usufruem da conveniência de solicitar refeições prontas para entrega, sobretudo durante o contexto pandêmico.

Portanto, temos o resultado da colaboração de pesquisadores que se dispuseram a compartilhar seus estudos com a comunidade, promovendo a valorização e ampliação do conhecimento no campo da gastronomia e da cultura alimentar, incluindo a preservação do patrimônio cultural imaterial com o apoio de ferramentas tecnológicas contemporâneas. Tenho plena confiança que esses olhares multidisciplinares sobre a cultura estimularão novas experiências gastronômicas e a partilha de refeições significativas.

Bom apetite e boa leitura!

Lara Brunelle Almeida Freitas

Graduada, Esp. e Mestra em Turismo, IFS/UFS/IFS, SE.
Doutoranda em Desenvolvimento Regional e Agronegócio, UNIOESTE, PR.

Apresentação

A organização do material aqui disposto neste *E-Book* parte da confluência de pesquisas e pesquisadores de vários lugares que por motivos intelectuais, profissionais e afetivos encontraram na comida seu objeto de análise e mais do que isso, tiveram a sensibilidade de compreender os sujeitos que fazem parte da produção da gastronomia em distintos tempos e territórios.

Comer é um ato de afeto, de encontro de sabores e diversas culturas. O fazer gastronômico é técnico, mas também remonta tradições e coletividades. Entre o forno e o prato, há a terra de onde emanam os legumes e verduras, há o trabalho humano de arar, semear, plantar e colher. Entre os ingredientes e a cozinha, há as feiras, os mercados, as compras online, ou seja, toda uma rede de economia formal atravessada pela agricultura familiar, pelas relações de gestão econômica de entrepostos de distribuição. Dar uma garfada envolve várias complexidades.

Lembrando sempre que os diversos saberes nacionais e internacionais em torno da comida são patrimonializados por organismos de salvaguarda cultural, bem como as tecnologias digitais do século XXI torna o acesso às receitas e aquisição dos pratos via *delivery* uma realidade que transforma comportamentos sociais.

A reunião de pessoas que escrevem seus textos de pesquisa e se disponibilizam a compartilhá-los com a comunidade extramuros acadêmicos revela uma feliz ação de valorização de todo esse universo de possibilidades que “comer, beber e pesquisar” traz para acadêmicos e profissionais. Que esses olhares multidisciplinares sobre a cultura encantem e gerem vontade de, ao ler os capítulos aqui dispostos, correr para a cozinha para preparar e degustar um prato bem saboroso, acompanhado de uma bebida que harmonize e complete a experiência gastronômica.

Um especial agradecimento às agências de fomento como o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e as Fundações de Apoio à Pesquisa (FAP) nos estados que têm possibilitado o desenvolvimento de pesquisas em Ciências Humanas e Sociais com a oferta de bolsas de Iniciação Científica e de Inovação Tecnológica.

Saúde e Bom Apetite!

Janaina Cardoso de Mello (Org.)
Universidade Federal de Sergipe - UFS

CAPÍTULO 1

COMER, BEBER E TECLAR: *GASTRO TOUR APP* E O SABER FAZER SERGIPANO



[Esta Foto](#) de Autor Desconhecido está licenciado em [CC BY-SA](#)



COMER, BEBER E TECLAR: GASTRO TOUR APP E O SABER FAZER SERGIPANO

Janaina Cardoso de Mello
Lhais Isla Dantas Leite
Danilo Nascimento de Jesus

Introdução

O século 21 trouxe uma ruptura com as tecnologias até então pensadas, desenvolvidas e utilizadas pelos seres humanos. A digitalização da tecnologia, o armazenamento das informações em nuvens, a comunicação entre *hardwares* e *softwares* via Internet das Coisas (IoT), o acesso à Realidade Aumentada (RA) através de óculos 3D e *smartphones*, fez com que o próprio comportamento social precisasse ser atualizado. Expressões como “letramento digital”, “cultura digital” e “pensamento computacional” passaram a integrar a experiência cotidiana nas atividades mais corriqueiras. Jovens nascidos neste contexto, sob a alcunha de gerações *millenium* e *alpha*, chegam ao mundo como “nativos digitais”.

Sendo o consumo turístico uma prática usufruída por diversas faixas etárias, as formas de acesso às informações e planejamento dos roteiros nos destinos turísticos foram favorecidas por essa transformação digital em curso nessas duas décadas. Sob esse aspecto, uma indagação se faz presente: Como aliar tradição identitária e contemporaneidade no segmento gastronômico sergipano a partir do desenvolvimento de ferramentas tecnológicas capazes de informar, formar e divulgar produtos e serviços?

Tendo por norte essa inquietação, a partir de uma pesquisa de anterioridade realizada nas bases de *softwares* e marcas relacionados ao segmento gastronômico turístico em Sergipe nos *sites* do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) e do *World Intellectual Property Organization* (WIPO),

com registros depositados e/ou concedidos, a pesquisa de desenvolvimento de um produto de desenvolvimento em inovação tecnológica com bolsa PIBITI/CNPq, buscou: 1) coletar dados significativos sobre a gastronomia sergipana em suas peculiaridades vinculadas ao modo de fazer sergipano para alimentar o banco de dados de um app; 2) desenvolver um aplicativo intitulado *Gastro Tour*, com mapeamento digital das singularidades gastronômicas sergipanas produzidas no âmbito do patrimônio cultural imaterial; 3) elaborar a marca mista *Gastro Tour*, que será também o ícone de acesso ao app, aliando características identitárias da cultura sergipana; 4) estimular a competitividade local aliando tecnologia e aplicação inovadora à modos de saber tradicionais, usando *QR Codes* em lugares públicos para o *marketing* do app.

Gestão de Turismo integrada às tecnologias digitais: *fast access & food pleasure*

Autores como Koo, Gretzel, Sigala e Xiang (2015) chamaram a atenção para a utilização do termo “*Smart*” (Inteligente) para descrever um desenvolvimento tecnológicos, econômicos e sociais fomentados pelos processos digitais de informação e comunicação. O uso dessa terminologia foi acolhido por ideias inovadoras nos processos de governança, tomada de decisões para garantia de uma maior sustentabilidade e qualidade de vida em cidades interconectadas por redes de serviços (*smart cities*). E as cidades inteligentes são organizadas desde a coleta inteligente de lixo e resíduos para reciclagem e descarte seguro, perpassando o uso de energias limpas e renováveis, uma mobilidade urbana eficiente e com baixo impacto na poluição do ar, o fortalecimento do atendimento dos direitos cidadãos via canais de *internet*, fruição de lazer e hospitalidade via destinos turísticos inteligentes (DTI).

Assim, a interrelação entre Cidades Inteligentes e Destinos Turísticos Inteligentes partem do pressuposto da incorporação da tecnologia no ambiente de destinos, favorecendo a forma como se vive o turismo e ampliando a competitividade dos destinos (Buhalis & Amaranggana, 2013, p.554).

A promoção do turismo integrado com a evolução tecnológica atual tem como resposta um atrativo maior para essas cidades. Isso ocorre, pois, as tecnologias digitais de informação e comunicação (TDIC) funcionam como um

mecanismo capaz de facilitar a vida e promover encontros que sem a sua interferência dificilmente ocorreriam. Exemplos dessa tecnologia aplicadas à gastronomia no turismo são as ferramentas de busca e os aplicativos amplamente usados *Google*, *Ifood* e *UberEats* que filtram a escolha a partir do perfil do usuário e permitem o contato com produtos e serviços culinários variados para *delivery* nos hotéis. Logo, pode-se aprimorar a experiência turística e a eficácia da gestão de recursos tecnológicos aplicados aos segmentos turísticos contemporâneos (García, Mendes, & Santos, 2016).

Essa nova abordagem dada ao turismo pelos processos de globalização tecnológica contínua e rápida, traz o turista (consumidor) para o centro dos procedimentos, como um protagonista que busca por informação e organização de seu próprio pacote de viagem, personalizado e autônomo, como observaram Happ e Ivancsó-Horváth (2018, p.9-10).

Ao gestor das cidades é importante conhecer seus atrativos culturais e turísticos, capacitar seus funcionários para atender às demandas sociais vinculadas à criatividade e singularidades de distintas regiões. Desse modo, um dos grandes desafios está em encontrar formas inovadoras de transmitir esse conhecimento não apenas para dar-lhe visibilidade, mas sobretudo, para reafirmar o valor sociocultural e ambiental das comunidades produtoras de serviços e produtos, de modo a garantir sua sustentabilidade. São, portanto, fundamentais as possibilidades de tornar disponível recursos humanos e tecnológicos em constante inovação e inserção de tecnologias disruptivas; havendo uma maior sensibilização entre as administrações públicas e a sociedade através de um diálogo mais aproximado que use os aplicativos (APP) na ampliação das oportunidades individuais e coletivas na geração de emprego e renda (Vargas Céspedes & Ramírez Nuñez, 2020).

É importante observar, a partir do crescimento da procura pelo turismo cultural ou turismo comunitário, onde há a valorização do patrimônio cultural imaterial, suas formas de identificação, salvaguarda, divulgação e gestão. No que tange à legislação, o Decreto nº 3.551/2000 abriu canais de visibilidade, financiamento e avaliações periódicas, além de contar com o apoio da metodologia do Inventário Nacional de Bens Culturais (INRC), desenvolvida no

âmbito do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), para a coleta de dados culturais junto às comunidades para inserção nos livros de registro. Mas e quando essas tradições ainda não receberam o título de “patrimônio cultural imaterial”? Ou quando o receberam, mas essa atribuição continua desconhecida de uma parcela de residentes, produtores/mantenedores da cultura imaterial, turistas e até mesmo gestores?

As respostas à essas indagações podem estar na integração entre os campos tecnológicos, em sua multiplicidade, e patrimoniais (materiais e imateriais). Pois, quando um recurso de valor cultural inestimável é incorporado ao ecossistema digital de uma cidade inteligente, onde pessoas (cidadãos, turistas etc.) e objetos (edifícios, salas, artefatos etc.) equipados com dispositivos apropriados (GPS, telefone inteligente, vídeo câmeras, sensores, etiquetas RFID e *QR Code* etc.) constituem uma rede social singular na qual todas as entidades mencionadas, e outras, podem se comunicar (Chianese, Marulli, Moscato, & Piccialli, 2013, p.1).

Exemplo disso é o lançamento, em 2016, do app *Google Trips*, uma espécie de guia turístico personalizado digital de bolso, através do qual é possível acessar categorias-chave de informações, com itinerários, reservas, coisas para fazer, restaurantes e bares e outras funcionalidades. A ferramenta está integrada a outros serviços do *Google*, como Gmail, possibilitando a importação direta de informações como reservas em hotéis. Destaca-se ainda que o aplicativo permite fazer o *download* de informações diretamente no dispositivo, podendo, assim, ser executado no modo *off-line* (Beker & Azambuja, 2018, p.113).

Se muitos criticam o processo de globalização pela forma como tenta impor uma homogeneização cultural de cima para baixo, das localidades com maior poder econômico e político, a gastronomia ainda pode ser considerada uma das raízes da resistência a esse processo, uma vez que os gêneros alimentícios específicos de determinadas regiões, o saber fazer identitário daqueles que colocam na comida pitadas de sabor, aroma e culturas geracionais, propiciam uma fuga da “moda *gourmet*” ou das redes de *fast foods*.

Todavia, desde o final do século 20, ocorreu uma intensa reativação do território, do local, do natural e do artesanal na culinária. Uma reafirmação da identidade local que se sentiu ameaçada pelo perigo da uniformização, da padronização para a comercialização em grande escala e extrafronteiras. Sob esse aspecto, a comida tradicional ainda se mantém como símbolo de centralidade e coesão social. Assim, se mantêm o conjunto de ingredientes, condimentos, pessoas guardiãs da tradição e procedimentos culinários compartilhados em um contexto histórico e territorial (Turmo, 1998). Muitas dessas receitas fortemente vinculadas às celebrações e ao patrimônio imaterial das manifestações de grupos.

As cozinhas patrimoniais são ainda projetos econômicos em torno de elementos culturais delimitados e identificados como valiosos tanto para aqueles que às ofertam, quanto para aqueles que as consomem. Por isso, seja em casas de residentes que preparam pratos de seu cotidiano ou em restaurantes que se propõem servir a gastronomia cultural local, a responsabilidade de levar à mesa referenciais identitários têm se ampliado com o reconhecimento de organismos como a UNESCO e o interesse turístico (Matta & Suremain, 2019, p. 36).

Dayseanne Teles Lima e Denio Santos Azevedo (2018, p.5) chamam a atenção para o “turista gastronômico” cuja intenção não é apenas degustar um prato característico local, mas entrar em contato com produtores locais, buscar possibilidades de vivenciar momentos da colheita, elaboração e degustação dos produtos para conhecer o “saber fazer” por dentro, em uma experiência sensorial, subjetiva e relacional de verdadeiro intercâmbio cultural.

Assim é com os elementos característicos da “identidade sergipana” (a dita, “sergipanidade”, comemorada no dia 24 de outubro) que entre as artes, costumes e tradições, a imiscui a gastronomia nos roteiros das cidades, nas falas de intelectuais como Mário Cabral, jornalista que, em 1948, já destacava os restaurantes, cafés, sorveterias, padarias e hotéis que ofereciam serviços de alimentação em Aracaju. Porém, mais do que dicas de pratos, trazia a sergipanidade em uma comensalidade singular composta por peixes, frutos do mar (moqueca de maçonim), a “carne do sol de Cedro de São João”, frutas das

mais variadas, “a ‘saborosíssima jabá’, como o sergipano chama a carne seca, o caruru, o sarapatel, os queijos e requeijões, a sopa de mão de vaca, a tripa de porco assada, os doces de puba e de milho, o manauê, a pamonha, o arroz doce, a cocada e canjica” (Lima & Azevedo, 2018, pp.9-10, Azevedo, 2014, p.127).

O acesso à *Food Magazine* com as matérias sobre “*Tecnología aplicada a la gastronomía*” (Shaw, 2016) contribuiu para identificar a utilização de aplicativos para medição de açúcar nos alimentos, dos testes de elaboração de pratos gastronômicos com uso do *google glass*, jantares consumidos em qualquer geografia a partir da Realidade Aumentada (RA) e uso do *Facebook* para atrair mais clientes para os restaurantes. Ou seja, a tecnologia cada dia mais presente nas relações entre turismo, gastronomia e comunicação social.

Panee Suanpang (2015) dedicou-se ao desenvolvimento do aplicativo “*Food ASEAN*” específico para o turismo gastronômico na Ásia, tendo por georreferencia sete países: Tailândia, Laos, Malásia, Singapura, Mianmar, Vietnam e Camboja. Para a autora o turismo gastronômico representa uma busca pela tradução da experiência de viagem no desfrute de alimentos preparados, bebidas e outras atividades alimentares correlatas, permitindo uma grande e memorável experiência gastronômica, incluindo o consumo de comida, culinária, sistema de alimentação e estilos alimentares locais, vinculados à uma experiência turística de aprendizagem com atrações turísticas gastronômicas, cultura, estilos de vida, *ethos* religioso e até mesmo aulas de culinária (Suanpang, 2015, p.3150).

O app *Food ASEAN*, desenvolvido para *smartphones* via plataforma Android, foi organizado a partir de uma estrutura que permitia a acessibilidade às rotas gastronômicas com dados e uma galeria de imagens (vídeos e fotografias) relacionadas aos sete países propostos, sendo possível encontrar opções de café da manhã, almoço e jantadas vinculados às tradições culturais asiáticas em cada espaço indicado por GPS (Suanpang, 2015, p.3152).

Enquanto o capítulo 38 intitulado “Aplicativos móveis para promover o turismo gastronômico” em *The Routledge handbook of gastronomic tourism*, editado por Saurabh Kumar Dixit (2019), apresenta ao leitor um aplicativo móvel chamado “*Fair Food Forager*”, responsável pelo estabelecimento de uma rede

entre empresas e consumidores que compartilham o mesmo valor, permitindo que os usuários prescrevam “Como realmente querem comer” (Dixit, 2019, p. 360).

Tendo por norte essas premissas digitais articuladas ao turismo gastronômico, busca-se através do desenvolvimento do app *Gastro Tour* guiar os interessados pela gastronomia sergipana percebida como patrimônio cultural no estado de forma a evidenciar o saber fazer do amendoim verde cozido, da queijada, da bolachinha de goma, entre outros, e, além desses, há os sabores únicos de cada região, como por exemplo, o catado de aratu da Ilha Mem de Sá em Itaporanga da Ajuda ou a geleia de mangaba da Associação das Catadoras de Mangaba de Indiaroba e Barra dos Coqueiros.

Passos da pesquisa e desenvolvimento tecnológico

Os procedimentos metodológicos adotados seguiram o perfil qualitativo de levantamento de dados, exploratório, experimental e analítico explicativo, orientando-se em fases: 1) Pesquisa Bibliográfica; 2) Pesquisa de Campo; 3) Prospecção nas Bases de dados de registro de softwares e marcas; 4) Elaboração da marca mista; 5) Desenvolvimento da Arquitetura do *software* e sua prototipagem; 6) Testes de usabilidade e ajustes.

Todo o desenvolvimento tecnológico digital parte de uma pesquisa feita primeiro em bases de dados físicas (arquivos e bibliotecas) e digitais (nos *sites* com disponibilidade de acesso à artigos de periódicos e anais de eventos, ebooks, monografias, dissertações e teses). Em Aracaju (SE) foram consultadas as hemerotecas do Arquivos Público do Estado de Sergipe (APES), do Instituto Histórico e Geográfico Sergipano (IHGSE) e da Biblioteca Epifânio Dória a respeito dos temas sobre gastronomia sergipana, patrimônio cultural imaterial e identidade. No plano virtual, foram acessadas as bases de dados do *Scielo*, *Scopus*, *Periódicos Capes* e *Google Scholar* para o levantamento de material abrangendo a cronologia de 1998 a 2020, tendo por idiomas a língua portuguesa, inglesa, espanhola e francesa (Dimitrovski, Leković, & Joukes, 2019).

A pesquisa de campo consistiu em visitas técnicas às cidades de Aracaju, Laranjeiras, São Cristóvão, Barra dos Coqueiros, Itabaiana, todos municípios de

Sergipe com forte teor identitário histórico-cultural, tendo em foco a gastronomia sergipana. Desse modo, nesses espaços ocorreram conversações com os produtores da culinária característica de Sergipe, como da Associação das Catadoras de Mangada de Barra dos Coqueiros e Indiaroba, do Centro Cultural Afro-Brasileiro Filhos de Obá, e, até mesmo com a pequena produtora, Dona Isabel, do povoado de Cabrita em São Cristóvão, que vendes doces caseiros com a sua família, onde também estão dona Marieta Santos responsável pela confecção das queijadas e as origens dos *bricelets* no Lar Imaculada Conceição. Em Itabaiana, os bolos de puba e milho, bem como o os pés de moleque e beijus molhados foram encontrados nas feiras. As casas de farinhas foram visitadas em Itaporanga da Ajuda e na Ilha Mém de Sá, houve o contato com o projeto Aratu de Turismo de Base Comunitária e os restaurantes familiares que o integram. Em Aracaju, na orla a passarela do caranguejo e o roteiro de Mário Cabral entre ruas, bares, lanchonetes, casas de bolos e o Mercado Público Central. Para obter informações, foi utilizado perguntas sobre quanto tempo a pessoa ou associação faz aquela produção, em que consiste a sua produção e por fim no consumo dos produtos.

Foi realizada a prospecção de busca de anterioridade na base de dados de *softwares* do INPI com as palavras chaves de entrada “*gastronomic tour*”, “*gastronomia app*”, “*cultural food*”, “*gastronomia*”, “*alimentos*” e “*comida*”. Enquanto para a maioria das palavras não foram encontrados resultados, para “*alimentos*” foram encontrados 6 registros, entretanto vinculados à gestão de alimentos, armazenamento e custo de alimentos e segurança alimentar, sem apresentar nenhuma semelhança com a proposta do *Gastro Tour* app do projeto PIBITI; por fim, também não foi encontrado nenhum registro para “*comida*”.

No que diz respeito ao processo de criação da marca mista foi feita a prospecção no *site* do INPI, em uma busca pelas palavras-chaves: “*Gastronomic Tour*”, “*Gastronomic AND Tour*”, “*Gastonomic*” e “*Gastronomy*”. Para essas palavras foi utilizado o tipo de pesquisa exato e radical, assim, para os primeiros três termos não foi encontrado resultado algum, e no último, “*Gastronomy*”, foram encontrados sete processos no tipo de pesquisa radical, porém, dentre

esses dois tiveram o pedido arquivado, e os outros cinco não se relacionam com o aplicativo “Gastro Tour”.

Figura 1. Prospecção de marca mista na base do INPI



Fonte: INPI (Base de dados/ Marcas), 2019.

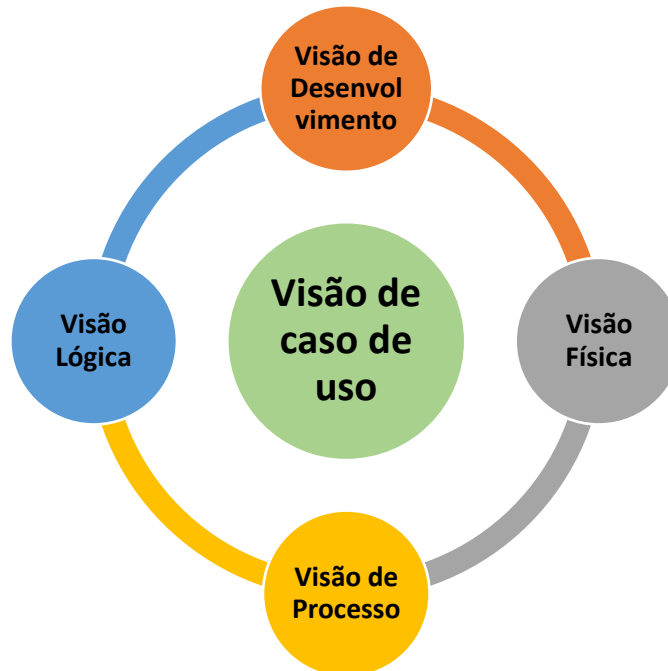
Por fim, foi feita uma busca no WIPO utilizando a palavra-chave “Gastronomic Tour”, inserido a pesquisa primeiro a partir dos itens da primeira página dos documentos, depois pelo nome e ao final por tudo o que há no documento. Foram encontrados sete resultados com o uso do filtro acerca de tudo que há no documento. Desses sete nenhum deles se mostra relevante para o aplicativo em questão.

Procurou-se ler sobre a Teoria das Cores e a interferência desta no consumo dos usuários, isto é, como ela se conecta ao *design* (Silveira, 2015). Fatores como atração, repulsa, ambiguidade, foco e distração foram observados. Além disso, buscaram-se elementos que compõem a identidade gastronômica sergipana para a conformação do desenho da marca.

A plataforma utilizada para a criação da marca foi a *Canvas*. A escolha desse *site* reside na sua praticidade, ele utiliza um formato de arrastar e soltar, e uma base de dados considerável, a qual oferece diversas opções para complementar a ideia base da marca mista. Assim, o *site* oferece a opção de criação de logotipo, e a partir dessa foram desenvolvidos diversos exemplos de marcas mistas, as quais foram manipuladas em seu formato, cores e inserções até que fosse atingido o resultado. Desse modo, foi pensado nas cores que seriam utilizadas, nas fontes, nos formatos e nos elementos.

A Arquitetura de software do app *Gastro Tour* segue o modelo 4+1 (Visão de desenvolvimento, Visão Física, Visão de Implementação e Visão Lógica) com o conceito de modelo de Visão de caso de uso norteando as demais.

Figura 2. Arquitetura do software Gastro Tour.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

Assim, na Visão de Caso de uso estão as funcionalidades do sistema, suas interfaces externas e usuários, contendo a validação do *design* da arquitetura; na Visão Lógica encontra-se a estruturação do sistema e unidades de implementação (os relacionamentos da parte com o todo); a Visão de Desenvolvimento descreve os artefatos em desenvolvimento em um sistema de arquivos; na Visão de Processo há a organização do tempo-execução dos elementos em interação; e por fim, a Visão Física com o mapeamento do sistema para o *hardware*. Tais características auxiliam na apresentação de uma maior qualidade nos requisitos do produto (usabilidade, manutenibilidade, confiabilidade, desempenho, portabilidade, reusabilidade e segurança) (Bornia, 2005, Del Campo, 2020).

Gastro Tour App e Marca na difusão do patrimônio cultural imaterial

Para elaboração da marca, partiu-se do preceito de que ela deveria ser de rápida identificação e carregar em si uma identidade, em outras palavras o

usuário do aplicativo deve ser capaz de compreender a identidade, isto é, o conceito que há por trás da simbologia, e relacionar ela com conhecimentos já inerentes na sua cultura. Assim, segundo Kulpa, Pinheiro e Silva (2011), para que a comunicação seja efetiva é necessário que haja uma preocupação em entender o usuário, o seu contexto e comportamento cultural.

Desse modo, houve um retorno à própria etimologia do projeto na sua caracterização para, após, relacioná-los, de maneira coerente, com o contexto do consumidor prioritário, isto é, o residente sergipano e depois o turista. Portanto, tendo em mente que o aplicativo se chama “*Gastro Tour*”, e que seu intuito é mapear a gastronomia patrimonial de Sergipe, selecionamos as terminologias que perfazem a posposta: Sergipe, Gastronomia e *Gastronomic Tour*. Desse modo, partiu-se desses três eixos para desenvolver a marca mista.

Logo, para seleção de quais símbolos iriam caracterizar tais eixos, a resposta foi alcançada na pesquisa de campo; na literatura popular sergipana e convívio sergipano; e a própria identidade via patrimônio sergipano. No primeiro aspecto, foram descortinadas, como resultado, as bases da alimentação sergipana, nas suas mais diversas formações, portanto, do litoral ao sertão, percebe-se uma variedade nos ingredientes e modos de fazer. Há do litoral da Grande Aracaju, a gastronomia voltada para o uso de moluscos, crustáceos e peixes, enquanto no interior, como no Alto Sertão Sergipano, a gastronomia está voltada para carnes vermelhas, como a carne do sol, e a carne de ovinos e suínos. Portanto, a pesquisa de campo mostrou a variedade a partir da prática, haja vista que em Laranjeiras encontramos uma alimentação baseada no consumo de peixe e, além disso, o uso variado de frutas para a produção de doces em Indiaroba e Barra dos Coqueiros, o milho e a puba presentes nos bolos em Itabaiana e Aracaju (Azevedo, 2018).

Quando caminhamos para o sertão de Nossa Senhora da Glória, a memória coletiva das comunidades rurais destaca cinco preparações: doce de batata de umbu, doce de palma, pé-de-moleque, cozido de bode e feijoada sergipana. Todavia, não devem ser esquecidas outras iguarias que se apresentam nos pratos sergipanos do sertão ao litoral: o pirão de capão com fava, a buchada de bode, o pudim de macaxeira, o biscoito de nata, o doce de

caju, o doce de leite de cabra, a fritada de miúdo de galinha, o mugunzá, o doce de jenipapo, o pirão de leite e a carne de sol, o arrumadinho de charque, o malcasado, o mingau de puba, o mingau de macaxeira, o cuscuz de arroz, o bolo de rapadura, a sopa de mocotó, a umbuzada, o beiju de amendoim, o baião de dois, o bolo de abóbora, o bolo de cachaça, o sorvete de umbu, o fubá de amendoim, a mudinha de coco, a mudinha de amendoim, o doce de jaca, o doce de tamarindo, o doce de manga, a geleia de umbu e a maxixada (Lima, Santos, & Silva, 2020, p.1931-1932).

Do convívio sergipano e da sua literatura foram escolhidos dois símbolos da identidade sergipana, a bandeira e o caranguejo. Outros símbolos como a mangaba, o amendoim e o caju, foram desconsiderados pela possibilidade de ou confusão na sua identificação, que talvez não fosse capaz de ser acessível aos turistas por ser de fácil confusão com outros frutos, ou de difícil harmonia com a marca. Assim, da bandeira foi pensado em extrair as cores para as inserir na marca, ou seja, o verde e o amarelo. E o caranguejo foi pensado na extração tanto do seu desenho e simbologia como das suas cores, o vermelho e o contraste com o branco. A justificativa para esse alimento se encontra no fato de que há a Passarela do Caranguejo, na Orla da Atalaia, um ponto turístico que afirmou a cultura no seu consumo. Ambos os elementos se relacionam com a identidade sergipana e o patrimônio cultural, bases do app “Gastro Tour”.

Figura 3: Os símbolos sergipanos (bandeira e caranguejo)



Fonte: Acervo próprio, 2019

Além dos elementos, para decidir as cores, foi utilizado a Teoria das Cores. Dessa, Silveira (2015) afirma que se pode estudá-la sob três aspectos importantes: os aspectos físicos da cor, os aspectos fisiológicos da cor e os aspectos culturais e simbólicos. Tendo em vista que se busca o entendimento e percepção das cores pelo consumidor, os aspectos culturais se destacam, haja

vista que esses possibilitam que para além da sensação, isto é, os aspectos físicos e fisiológicos da cor com os seres humanos, a sua percepção, em outras palavras a sua interpretação.

O aspecto cultural parte do pressuposto que a partir do aprendizado é possível perceber a cor nos objetos, nos ambientes e nos detalhes, no todo e ao mesmo tempo (Silveira, 2015). Assim, um dos estímulos fisiológicos que se encontra nas cores é a memória, isto é, aquelas que se associam a objetos familiares e a experiências visuais frequentes, logo, as cores conexas com os seus significados, ou seja, no modo de percebê-las, são memorizadas através do aprendizado, que se encontra na identificação e na diferenciação. Portanto, se aprende a ver os significados agregados a cor.

Assim, intencionalmente, queremos relacionar o caranguejo com o vermelho, além disso, com a sensação de calor, sensação de alegria, de comemoração. E queremos relacionar o amarelo e verde com a bandeira, e ao mesmo tempo com as sensações agradáveis que as cores proporcionam, como a sensação de alegria dos dias de sol, do amarelo, e a sensação de esperança do verde (Silveira, 2015).

Ao passar as intenções na *Canvas*, ocorreram diversas tentativas antes de atingir o resultado satisfatório. Após a utilização e teste dos formatos oferecidos pela plataforma, optou-se pelo formato circular, por motivos de harmonia visual com os outros elementos inseridos.

Figura 4. Primeiros modelos da marca mista *Gastro Tour*



Fonte: Elaboração própria, 2019.

A ideia de relacionar o mapa ou de Sergipe ou do Brasil, também foi desconsiderada, pois poluía a marca com informação em demasia. O nome “*Gastronomic*” foi reduzido para *Gastro Tour*, com o intuito de facilitar o entendimento dos elementos e a rapidez na sua leitura bem como o seu enquadramento na logo.

Por fim, as cores, pois se a princípio foi utilizada uma indicação da própria plataforma *Canvas*, para ser utilizada em marcas relacionadas a comidas e indústrias de vinho, em seguida, optou-se por relacioná-las com as cores da bandeira sergipana e do caranguejo.

Figura 5. Evolução da marca mista *Gastro Tour*



Fonte: Elaboração própria, 2019.

O resultado foi a escolha da marca mista, com os dizeres “*Gastro Tour*”, a figura de caranguejo, e os tons de vermelho. A opção por essa marca reside no fato de que pela relação clara entre o objeto e as cores, não existe informações demais poluindo o entendimento da identidade da marca, como no caso do uso do verde e amarelo, que pediriam maiores detalhes para além da sua presença autoexplicativa.

Portanto, foi possível desenvolver uma identidade para o aplicativo “*Gastro Tour*”, que reside na sua originalidade, dado o fato que na sua síntese se encontram exemplos da identidade sergipana e da gastronomia patrimonial e turística da região.

Dada a posse de 25 bilhões de dispositivos móveis com conexão à *internet* por 7,2 bilhões de pessoas, cuja projeção para 2020 era a posse de 50 bilhões de aparelhos por 7.6 pessoas (Marquesone, 2017, p.8) o uso de apps, nuvens e redes sociais para armazenar e distribuir dados sistematizados têm sido cada vez um desafio maior frente à contemporaneidade. Números que certamente foram superados em razão da pandemia da Covid19 e da necessidade de acesso remoto aos serviços e produtos.

Ao refletir sobre as funcionalidades do sistema, a integração dos componentes, as funcionalidades para o usuário final e a gestão da implementação com sua validação, a arquitetura do *software Gastro Tour* foi configurada entregando os seguintes requisitos:

Quadro 1. Detalhamento da Arquitetura do *Gastro Tour* app

| | |
|---------------------------------|---|
| Visão de Caso de Uso | Visualizar minibiografias histórico-culturais de comidas, doces e bebidas patrimoniais de Sergipe, foto, <i>link</i> com textos, vídeos, <i>sites</i> e contatos com os produtores da gastronomia. |
| Visão de Desenvolvimento | Apresenta a gastronomia distintos espaços geográficos de Sergipe, vinculada à diferentes épocas do ano (festas, encontros, manifestações culturais). Linguagem de programação Java. Aberto a atualizações. |
| Visão Lógica | Existem divisões interativas acessadas via <i>touchscreen</i> que permite acessar cada elemento gastronômico por imagem e nome. |
| Visão de Processo | O <i>download</i> é realizado via <i>QR Code</i> no <i>site appgeyser</i> em menos de 2 minutos, necessitando de 88,52 MB de espaço livre. É leve, de rápida usabilidade e execução. Não trava. O <i>QR Code</i> pode ser disposto em vários espaços (shoppings, restaurantes, galerias, museus, aeroportos, rodoviárias) |
| Visão Física | Disponibilidade no sistema Android para usuários de <i>smartphones</i> . Após o <i>download</i> é acessado <i>offline</i> . |

Fonte: Elaboração Própria, 2019.

Os dados encontrados no app *Gastro Tour*, estão em sua maioria fora do *Google Maps*, uma vez que são em sua maioria rotas, serviços e produtos muito singulares de determinadas comunidades ou pessoas responsáveis por sua produção e manutenção, assim, é possível acessar onze itens:

- 1) Cuscuz Sergipano > foto > minibiografia > *Site* Expressão Sergipana
- 2) Bolo de Puba > foto > minibiografia > Cartilha “Identidade, memória e sabores da culinária sergipana” de Sheila Lisboa (2019)
- 3) Queijada Sancristovense > foto > minibiografia > Artigo “Doces Tentações” na Revista de PI (Mello, 2016)
- 4) Feijoada do Lambe Sujo e Caboclinhos > foto > minibiografia > *Site* Museu da Gente Sergipana
- 5) Bimba de Quati > foto > minibiografia > Artigo ALAS de Mello, Oliveira e Alexandre (2019).
- 6) Bolo de Manauê > foto > minibiografia > reportagem Bom dia Sergipe, destaques da culinária sergipana/doces.

- 7) Saraiô, beiju molhado e pé-de-moleque > foto > minibiografia > *Site Eri na Cozinha* (2013).
- 8) Caranguejo > foto > minibiografia > *Blog Vinícius Turismo/ Culinária sergipana* (2010).
- 9) Amendoim verde cozido sergipano > foto > minibiografia > *Blog Isto é Sergipe* (2013).
- 10) *Bricellets* > foto > minibiografia > *Site Existe um lugar no mundo/São Cristóvão*.
- 11) Geleia de Mangaba > foto > minibiografia > *Site Catadoras de Mangaba/ e-commerce*.

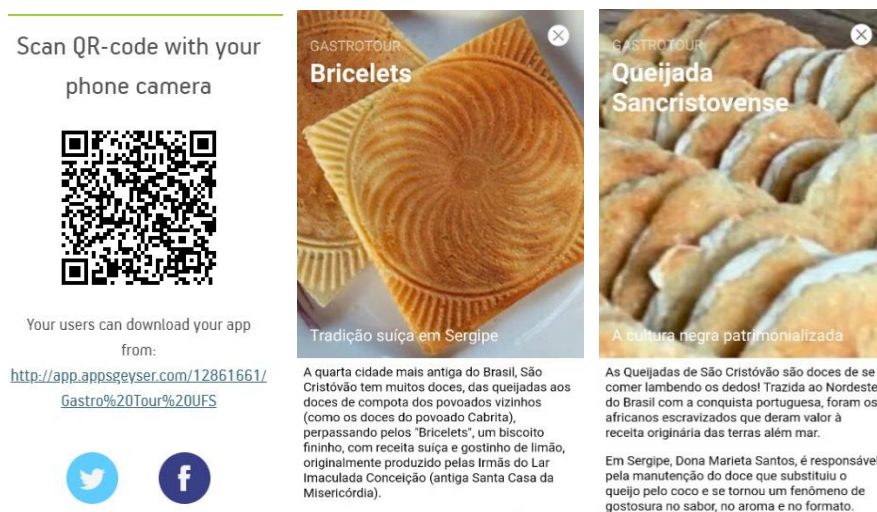
Figura 6. Screenshots do layout das telas do app *Gastro Tour*



Fonte: Elaboração própria, 2020

O app *Gastro Tour* foi testado por uma média de 100 pessoas na capital Aracaju, entre o final de 2019 e o início de 2020, via *download* do QR Code. O *feedback* dos usuários permitiu um ajuste do texto das minibiografias para uma linguagem menos acadêmica e mais acessível, tornando-os também mais curtos e de rápida leitura. Foi solicitado que se inserisse as informações sobre as iguarias gastronômicas que receberam o título de patrimônio cultural imaterial concedido pelo governo estadual de Sergipe.

Figura 7. QR Code de Acesso e Screenshots da doçaria sancristovense



Fonte: Elaboração própria, 2020.

Seja na imaginação do mel de cabaú ao se pintar de lambe sujo e no calor da experiência da dramatização do grande teatro à céu aberto em Laranjeiras, no mês de outubro, ir almoçar a feijoada do Mestre Zé Rolinha da cultura popular da Chegança ou ir à São Cristóvão, visitando a Praça São Francisco – declarada patrimônio mundial pela Unesco – para, após visitar museus e igrejas com arquitetura ibérica colonial, sair em busca dos doces *bricelets*, com receita suíça mantida pela irmãs do Lar Imaculada Conceição, que derretem na boca, ou ir na residência de Dona Marieta Santos provar os licores de frutas e as deliciosas queijadas, de ancestralidade africana imiscuída na receita portuguesa, feitas artesanalmente a assadas em forno à lenha. Esse é o convite que o app *Gastro Tour* faz aos turistas que desejem “comer o patrimônio cultural” em terras sergipanas.

O patrimônio cultural, sendo um conjunto de bens materiais e imateriais, reconhecidos, valorizados, mantidos e transmitidos pelo interesse coletivo ao longo do tempo, o patrimônio rememora o passado a partir do presente, projetando um futuro; atua como testemunho, manifestação e referência de indivíduos, grupos sociais e nações que com ele se identificam em sua multiplicidade de vieses e interesses (étnicos, religiosos, arquitetônicos, artesanais, celebrações etc.). É mensurado pela relação de subjetividade que o atravessa, nas memórias individuais, coletivas e sociais que evoca, de distintas maneiras e diferentes tempos e geografias. Nos símbolos que cristaliza e nas

dinamicidades culturais que o contradizem e o transformam. Permeado por legitimações e contestações, está imerso em uma arena de disputas políticas, intelectuais, econômicas e populares. Original ou inventado, afirmação ou manipulação, é sempre erigido através de processos seletivos e fragmentados.

Favorecer o encontro e o encanto por novos lugares, novas experiências junto desse patrimônio cultural, apontando novidades que despertem a capacidade de saltar da cadeira, fazer as malas e buscar novos destinos, este é o objetivo principal de cada ferramenta tecnológica aplicada ao turismo na contemporaneidade. Isto posto que os estudos das mobilidades turísticas evidenciam a organização dos lugares turísticos em permanente elaboração e reelaboração, feitos e refeitos pelas mobilidades e performances de turistas e trabalhadores, imagens e patrimônio, as últimas modas e as mais recentes doenças. Onde ir? Quando ir? Qual lugar evitar? Dependendo do lugar visitado, como se proteger de vírus e outras circunstâncias de risco ao viajante? Assim, o lúdico ou o potencial de um lugar para a fruição turística refere-se, em parte, à vontade de viajar para outro lugar, à exploração do desconhecido ou reencontro do espaço já visitado, mas agora visitado sob uma nova perspectiva, o prazer de mergulhar noutro ambiente e o fascínio por pequenas diferenças na materialidade do mundo (Allis, Moraes, & Sheller, 2020, p.275).

São os aplicativos digitais para *smartphones*, no século 21, as janelas para o mundo exterior, mapas e guias de universos vastos e cada vez mais atrativos, proporcionando o deslumbramento e incentivando a viagem. E em tempos de pandemia, não deixam esquecer a sensação, a curiosidade, o interesse e a necessidade (porque se torna uma vontade de potência subjetiva) de sair mundo afora para voltar a viver de verdade, no contato, no convívio, no externo, para efetivamente reconhecer-se humano.

Sob esse aspecto, a “transformação digital”, tão propalada ao longo de 2020, considera o conceito de “destinos inteligentes” como um presente do futuro certamente que tende a melhorar a sustentabilidade, acessibilidade, governança e qualidade dos destinos através do uso de novas tecnologias e inovações. Pois, os processos de inovação, assim como os digitais, oferecem a oportunidade de melhorar a inclusão financeira ao nível das empresas do setor

do turismo, mas também de desenvolver a capacidade empreendedora da comunidade local. Todos esses aspectos são parte integrante dos processos que levam a um desenvolvimento durável e sustentável da indústria do turismo (Panaitescu, & Renea, 2020, p.157).

Considerações Finais

O bem comer, o comer com coração em uma viagem extrassensorial, o bem beber, bebendo a cultura de povos e lugares distintos no interior da tradição identitária gastronômica sergipana, do litoral ao sertão, aliado ao bem teclar de ferramentas tecnológicas contemporâneas capazes de informar, formar e divulgar produtos e serviços, orientou o desenvolvimento do app *Gastro Tour*.

A pesquisa de anterioridade realizada nas bases de *softwares* e marcas relacionados ao segmento gastronômico turístico em Sergipe no site do INPI e da WIPO, com registros depositados e/ou concedidos, para aplicativos de turismo gastronômicos focados na experiência do patrimônio cultural imaterial em Sergipe, revelou a inexistência de apps similares, abrindo a percepção para um vazio nesse segmento e demonstrando a originalidade e atividade inventiva da proposta de pesquisa em desenvolvimento e inovação tecnológica.

Os dados significativos sobre a gastronomia sergipana em suas peculiaridades vinculadas ao modo de fazer sergipano perfizeram um mapa de alimentos e bebidas, entre salgados e doces, cuja imaginação e manutenção de receitas tradicionais e ingredientes locais, enriquecem o cotidiano de residentes e turistas em viagem, movimentando uma economia criativa individual e/ou comunitária que compreende desde espaços arquitetônicos com título de patrimônio mundial (São Cristóvão) até feiras muito populares (Itabaiana) e ilhas (Mem de Sá, em Itaporanga d’Ajuda) onde o turismo de base comunitária encontra sua expressão no crustáceo aratu. Munidos de informações obtidas em pesquisas densas, artigos acadêmicos, literatura local, mas também em trabalhos de campo que permitiram degustar o sabor do objeto (gastronomia) estudado e o acolhimento dos sujeitos (produtores e vendedores da gastronomia) em foco, foi possível alimentar o banco de dados do *software Gastro Tour*.

Ao longo do desenvolvimento do aplicativo intitulado *Gastro Tour*, com mapeamento digital das singularidades gastronômicas sergipanas produzidas no âmbito do patrimônio cultural imaterial, sua arquitetura digital permitiu criar, testar e ajustar, além de elaborar a marca mista *Gastro Tour*, ícone de acesso ao app, que encontrou no caranguejo seu maior símbolo.

Acredita-se que o estímulo à competitividade local se dá pela tecnologia digital, nesses tempos difíceis de pandemia e isolamento social quando o turismo é tão afetado. Ao trazer a sensibilidade dos modos de saber tradicionais à aplicação inovadora, usando *QR Codes* em lugares públicos para a difusão do app, o lúdico, e a imaginação se reelaboram e seduzem pelo olhar convocando à próxima viagem a inserção do destino turístico gastronômico sergipano.

Referências

ALLIS, T., MORAES, C. M. S., & SELLER, M. Revisitando as mobilidades turísticas. **Revista Turismo em Análise – RTA**, ECA-USP, v. 31, n. 2, 2020, pp. 271-295.

AZEVEDO, D. S. *Turismo, Patrimônio Cultural e Identidades Consumo: construindo sergipanidades*. Tese (Doutorado em Sociologia). São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, 2014.

AZEVEDO, D. S. *Slides Turismo e Gastronomia*. Aracaju: Elaboração própria/UFS, 2018.

BECKER, R. A. M., & AZAMBUJA, M. Aplicação Web para criação e planejamento de passeios turísticos. **Universo Acadêmico**, Taquara, v. 11, n. 1, 2018, pp.109-126.

BORNIA, G. S. **Estruturação de Descrições de Casos de Uso através de Mecanismos de Extensibilidade da UML**. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005.

BUHALIS, D., & AMARANGGANA, A. Smart Tourism Destinations. In: Xiang, Z; Tussyadiah, I. (eds.). **Information and Communication Technologies in Tourism**. Switzerland: Springer International Publishing, 2013, pp. 553-564.

CHIANESE, A., MARULLI, F., MOSCATO, V., & PICCIALLI, F. A “smart” multimedia guide for indoor contextual navigation in Cultural Heritage applications. **International Conference on Indoor Positioning and Indoor Navigation (IEEE Xplore)**. Montbeliard-Belfort, France: IEE, 2013.

DEL CAMPO, T. K. F. **Estrategia de comunicación digital para promocionar el producto 'Free Walking Tours' en la ciudad de Guayaquil**. Dissertação (Mestrado em Periodismo y Gestión de Comunicación). Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 2020.

DIMITROVSKI, D., LEKOVIĆ, M., & JOUKES, V. A bibliometric analysis of Crossref agritourism literature indexed in Web of Science. **Menadžment u hotelijerstvu i turizmu – Hotel and Tourism Management**, 7(2), 2019, pp. 25–37.

Dixit, S. K. (Ed.). **The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism**. New York: Routledge, 2019.

GARCÍA, F. A., MENDES FILHO, L. A. M., & SANTOS JÚNIOR, A. Turismo e Inovação: uma proposição de modelo de sistema de gestão para configuração de Destinos Turísticos Inteligentes. **CULTUR**, V. 10, N° 02, 2016, pp. 23-32.

HAPP; E., & IVANCSÓ-HORVÁTH, Z. Digital Tourism is the challenge of future – a new approach to Tourism. **Knowledge Horizons – Economics**, V. 10, N° 2, 2018, pp. 9 – 16.

KOO, C., GRETZEL, U., SIGALA, M., & XIANG, Z. Smart tourism: foundations and developments. **Electron Markets**, N° 25, 2015, pp.179–188.

KULPA, C. C., PINHEIRO, E. T., & SILVA, R. P. A influência das cores na usabilidade de interfaces através do design centrado no comportamento cultural do usuário. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, V. 1, Número Especial, 2011, pp.119-136.

LIMA; D. T., & AZEVEDO, D. S. Sergipanidades na culinária: memória, identidades e promoção Turística. **Anais Eletrônicos do VI Congresso Sergipano de História e VI Encontro Estadual de História da ANPUH/SE**, 2018, pp. 1-16.

LIMA, J. S., SANTOS, L. F. M., & SILVA, G. T. Saberes e fazeres gastronômico de mulheres de comunidades rurais do semiárido sergipano. *Diversitas Journal*, 5(3), 2020, pp. 1924-1941.

MARQUESONE, R. F. P. **BIG DATA**. O novo desafio das empresas e profissionais do mercado. 2017. Disponível em: <http://paineira.usp.br/lassu/wp-content/uploads/2017/01/2017.02.07-palestra_rosangela_bigdata.pdf>. Acesso em: 22/06/2019.

MATTA, R., & SUREMAIN, C. E. ¿Patrimonios a la carta? Una aproximación a las cocinas patrimoniales desde cuatro restaurantes en Lima. **Revista del CESLA**. International Latin American Studies Review, (24), 2019, pp. 33-52.

PANAITESCU, M., & RENE, P. Change management in tourism in the context of the covid 19 pandemic. **Scientific Papers-Animal Science Series: Lucrări Științifice - Seria Zootehnie**, vol. 74, 2020, pp. 156-161.

SHAW, J. M. J. Tecnologia Aplicada a la Gastronomía. **Food Service Magazine**, N° 7, 2016. Disponível em: <<https://foodservicemagazine.es/2016/07/tecnologia-aplicada-a-la-gastronomia.html>>. Acesso em: 22/06/2019.

SILVEIRA, L. M. **Introdução à teoria da cor**. Curitiba: Editora UTFPR, 2015.

SUANPANG, P. The development of Mobile Application for Gastronomic Tourism in ASEAN. **IJCSIT – International Journal of Computer Science and Information Technologies**, Vol. 6 (3), 2015, pp. 3150-3155.

TURMO, I. G. Cocina, território e identidad. **Estudios del Hombre**, N°7, 1998, pp.15-22.

VARGAS CÉSPEDES, J. P., & RAMÍREZ NUÑEZ, M. Gobierno y post-pandemia: la construcción de ciudades inteligentes en contextos digitales. **Revista Centroamericana de Administración Pública**, 1(79), 2020, pp.15-45.

CAPÍTULO 2

COMO NOSSOS ALIMENTOS CONVENCIONAIS E NÃO CONVENCIONAIS DO CERRADO ESTÃO SENDO USADOS NA COZINHA GOIANA: UM OLHAR PARA “ALÉM DO PRATO”





COMO NOSSOS ALIMENTOS CONVENCIONAIS E NÃO CONVENCIONAIS DO CERRADO ESTÃO SENDO USADOS NA COZINHA GOIANA: UM OLHAR PARA “ALÉM DO PRATO”

**Alcyr Alves Viana Neto
Rafael Bruno Pereira
Valeria Martins Alves (*In Memoriam*)**

APRESENTAÇÃO

Em 1992, na cidade do Rio de Janeiro, durante a ECO92, foram debatidos diversos acordos fechados sobre a questão ambiental e futuras ações para diminuir significativamente as ações negativas do homem. Se passaram 29 anos e observamos que pouca coisa mudou, principalmente no Brasil, inclusive nos últimos anos a destruição vem sendo intensificada com a flexibilidade de leis ambientais pelo Governo Federal. Portanto, estamos vendo o fim de nossos Biomas e não sabemos a quem recorrer, pois quem teria o dever de fiscalizar e agir dentro da lei, é o que mais vem apoiando sua ocupação por pecuaristas, agricultores e mineradores.

Desta forma, precisamos chamar atenção da sociedade sobre o que vem acontecendo e o que podemos fazer para ajudar a frear este “extermínio” ambiental que irá trazer prejuízos incalculáveis num futuro bem próximo.

INTRODUÇÃO

O Cerrado, um dos Biomas que estão sendo destruídos, é o maior responsável pelas três maiores bacias hidrográficas da América do Sul, como a Tocantins-Araguaia, Prata e São Francisco. Desta forma, enxergar o Cerrado como um Bioma de grande relevância à vida, que este trabalho foi idealizado,

pensando a Gastronomia e o turismo como áreas de grande relevância nesta luta. A gastronomia em relação ao uso dos alimentos convencionais e as PANC, que são as Plantas Alimentícias não Convencionais, na nossa cozinha goiana e o turismo como captação de novos clientes em nossos restaurantes onde poderão compreender melhor sobre as delícias e importância de nosso Cerrado.

Foi realizada uma investigação do estado da arte sobre as PANC na gastronomia em relação à região centro oeste, especificamente o estado de Goiás. Não temos praticamente nenhuma divulgação voltada à gastronomia em nossos restaurantes, foram encontrados apenas dois trabalhos, mas não em relação à cidade de Goiânia. Um foi “Identificação de Plantas Alimentícias não Convencionais (PANC) no município de Mineiros, estado de Goiás”, do curso de Agronomia da UNIFIMES; o outro trabalho, foi a “aceitação de doces preparados com Plantas Alimentícias não Convencionais durante o sarau cultural da Universidade Estadual de Goiás (UEG)”, do curso de Farmácia do campus de Itumbiara-GO. O objetivo deste trabalho foi verificar como as Plantas Alimentícias Não Convencionais (PANC) estavam sendo inseridas na cozinha Goiana.

O objetivo este trabalho¹ foi verificar como os alimentos convencionais e não convencionais do Cerrado estão sendo usados na cozinha goiana, e mostrar a partir desses dados, a importância da valorização de nossos ingredientes nativos como forma de chamar atenção sobre a importância da preservação dos Biomas, aqui trataremos especificamente do Cerrado brasileiro.

O método usado foi a pesquisa descritiva, tendo como instrumento de coleta de dados o questionário *Google Forms* com perguntas fechadas e abertas aos chefs e cozinheiros. Para realização da pesquisa, entramos em contato por telefone e redes sociais com 50 profissionais que atuavam em restaurantes de Goiânia, mas apenas 30 responderam ao questionário. Desses, 19 são naturais

¹ Este trabalho foi resultado do projeto de PIBIC-EM do IFG, através do edital N° 009/2018-PROPPG, de 06 de abril de 2018, onde o autor principal deste trabalho foi o coordenador e orientador da aluna Valeria Martins Alves (*In Memoriam*), do curso técnico em cozinha do campus Goiânia, que infelizmente foi uma das vítimas do COVID-19. Além da participação externa do Professor e Chef de cozinha Rafael Bruno Pereira.

de Goiás, três de São Paulo, dois de Minas Gerais e apenas um do Paraná, Mato Grosso, Maranhão, Bahia e Rio de Janeiro.

OS SABORES DO CERRADO NA GASTRONOMIA: IDENTIDADE CULTURAL GASTRONÔMICA E PRESERVAÇÃO

Para melhor compreendermos a relevância deste trabalho, vamos apresentar o estudo teórico sobre a questão da gastronomia, turismo e meio ambiente como forma de provocar, conscientizar e compreender sobre a importância deste belo Bioma central do País.

Há décadas lutamos contra os grandes produtores de alimentos que não respeitam nossos Biomas, que vêm destruindo nossas riquezas ambientais em prol do lucro exacerbado, principalmente com o plantio da soja, milho, algodão e a pecuária. Seus impactos vêm sendo publicados pelos mais diversos periódicos científicos de credibilidade, mas o que temos acompanhado na prática é o desmatamento desenfreado principalmente da Amazônia e do Cerrado, o que vem impactando atualmente numa grande crise hídrica nas principais regiões do país.

Outro fator que vem sendo objeto de pesquisa e preocupação, é a questão de doenças provenientes dos animais silvestres que podem estar contaminando o ser humano, pois com o desmatamento, os animais estão ficando mais próximos de nós, o que pode provocar nos próximos anos, o surgimento de novas pandemias.

Diante de tantas comprovações científicas sobre as consequências dos problemas causados pelo desmatamento, percebemos que a gastronomia tem uma grande relevância nesta luta, pois se continuarmos a valorizar somente alimentos que venham de outras regiões do país e do exterior, estaremos contribuindo para que nossas riquezas gastronômicas que existem a séculos, sejam completamente esquecidas, destruídas e substituídas por alimentos que nada contribuirão com os Biomas e com a identidade gastronômica regional. Portanto, a gastronomia não pode continuar neutra, ela deve mostrar exatamente o que está por trás do prato, quais os benefícios de se valorizar

ingredientes regionais, quais os impactos ambientais, econômicos e sociais positivos que virão com o resgate e valorização de nossos alimentos regionais.

Mas será que no cerrado brasileiro, um bioma onde a maior parte do ano encontra-se seco, é possível encontrarmos uma diversidade de alimentos que poderiam ser usados na gastronomia goiana? Com toda certeza, segundo Kinupp (2007;2014), SENAC (2018), podemos afirmar que atualmente em nosso cerrado, já foram catalogadas diversas Plantas Alimentícias não Convencionais (PANC), como: a moringa, araruta, cubiu, ora-pro-nobis, peixinho, taioba, beldroega, cará-moela, melão-croá, hibisco, capuchinha, major gomes, jambu, urtiga, fruta da pão, baru, mangaba, azedinha, capuchinha, caruru, celósia, folha de batata-doce, folha de acerola, jambu, bilimbi, flor-de-ipê, vinagreira, mastruz ou erva-de-santa-maria, dente de leão, serralha, tansagem, macaúba, aricuri, murici, gabioba, cagaita, cabacinha-do-campo e jenipapo. Essas PANC, além de proporcionarem sabores agradáveis, sejam para pratos quentes, frios ou sobremesas, possuem alto teor nutricional. Como por exemplo, o fruto de macaúba, o seu consumo de 100g de polpa fornece 55% das necessidades diárias de fibra alimentar (25g/dia) e aproximadamente, 8,4% das necessidades calóricas diária de um adulto com uma dieta de 2.000 kcal (CARNEIRO& QUEIROZ, 2020).

Toda esta riqueza gastronômica poderia estar sendo usada para aumentar ainda mais a identidade cultural gastronômica, pois a valorização de ingredientes nativos, tem sido uma tendência mundial, mas não como algo passageiro, inclusive como forma de atração turística.

A diversidade cultural do Brasil é o grande diferencial para esse sucesso, a gastronomia é uma das bases da estrutura do turismo para o lazer e para o negócio.

Em relação ao turismo e para maior compreensão desta área, De La Torre afirma ser um fenômeno ou movimento social quando indivíduos se deslocam voluntariamente e temporariamente “[...] por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa ou remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural [...]”. (1992, p,19).

O turismo é dividido em diferentes tipos e objetivos, como Turismo Social, Ecoturismo, Turismo Cultural, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Esportes, Turismo de Pesca, Turismo Náutico, Turismo de Aventura, Turismo de Sol e Praia, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo Rural e Turismo de Saúde (BRASIL, 2006). Observa-se que em cada um desses tipos de turismo, a gastronomia que é definida no dicionário Aurélio por ser um “conhecimento teórico e/ou prático acerca de tudo que diz respeito à arte culinária, às refeições apuradas, aos prazeres da mesa”, está presente em todos esses tipos de turismo, pois independente do objetivo, o ato de comer é uma necessidade humana. Mas especificamente o turismo gastronômico, ele também pode estar “[...] incluído no âmbito do Turismo Cultural, desde que preservados os princípios da tipicidade e identidade” (BRASIL, 2006, p.11).

Em Goiânia temos um turismo de negócio que vem crescendo a cada ano, o de confecção e calçados. De acordo com o Mais Goiás (2020) Goiânia está em primeiro lugar no ranking de compras em todo país. Só no ano de 2018 o levantamento mostra que 3,74 milhões de consumidores deslocaram-se para Capital com o propósito de adquirir itens de vestuário e calçado. A capital polariza o maior número de municípios (161), atraindo consumidores de grandes distâncias, como do Tocantins, sudeste do Pará, norte de Mato Grosso e oeste da Bahia.

Este número significativo reduzirá após a pandemia? Ainda não temos dados, mas com a situação econômica do país e a precarização do trabalho e as atividades com registros de empreendedores informais crescendo, conforme publicação do Correio Brasiliense (2020), onde mostra que 327 mil pessoas se tornaram microempreendedores individuais desde o início da crise da pandemia, são dados que nos levam a pensar numa hipótese de que este ramo continuará em alta assim que a pandemia for controlada.

Tantos turistas vindos a Goiânia, principalmente na região central da cidade, o que temos oferecido a eles em relação à nossa cultura gastronômica? Será que os restaurantes da região atendem com satisfação a todos? Sabemos que muitos procuram o básico necessário para alimentação, não se preocupando com estes aspectos culturais, mas entre quase 4 milhões de

pessoas vindas para cá, não há ninguém interessado em conhecer nossa cozinha, nossos sabores e nossa identidade cultural e gastronômica?

Observa-se também que a questão ambiental está em alta, inclusive muitos acreditam que a pandemia que estamos vivendo, tem a ver com os problemas ambientais. Desta forma, valorizar uma alimentação que promova a saúde e o meio ambiente, será uma tendência para gastronomia a partir de agora. Assim, há necessidade de mudanças de conceitos e objetivos dos estabelecimentos de alimentos e bebidas.

Valorizar nossa cultura em geral é fundamental, pois a cultura de um povo tem a gastronomia como um ponto fundamental. De acordo com Damatta (1987) A “comida” é o alimento que vai ser ingerido. Só é comida aquilo que é aceito socialmente e culturalmente dentro de um determinado grupo de indivíduos. Estes elegem o que comer, quando, como, onde e com quem, dependendo de inúmeros fatores, como crenças, valores sociais cultura, costumes etc.

A gastronomia como patrimônio local deve ser incorporada aos novos produtos turísticos orientados a determinados nichos de mercado, permitindo incorporar aos agentes da própria comunidade na elaboração desses produtos, assistindo ao desenvolvimento sustentável da atividade, portanto, é fundamental que nosso patrimônio de riquezas naturais seja valorizado e preservado.

Como o turismo surgiu para satisfazer e realizar os sonhos das pessoas, a gastronomia poderá ser uma forte aliada para o estado de Goiás, mas haverá necessidade de políticas públicas concretas para este crescimento, principalmente de apoio aos pequenos produtores e pequenos e médios empreendedores, projetos de preservação e reflorestamento do Cerrado, divulgação de nossas potencialidades turísticas em todo país e no exterior, formação continuada aos profissionais que já estão no mercado de alimentos e bebidas. Isso é fundamental para que aqueles que visitam nosso estado se identifiquem e mantenham um relacionamento duradouro.

Não será a gastronomia sozinha que trará turistas, ela deve ser acompanhada por várias ações para fortalecer a identidade de seu povo. Desta forma, fortalecer a gastronomia como nicho de mercado, é muito mais que

degustar as iguarias, deve-se possibilitar conhecer a matéria-prima local, as técnicas e métodos de preparo (modo de fazer). Portanto, usar a gastronomia como nicho na exploração turística é cada vez mais interessante para os visitantes, pois oferece o acesso ao patrimônio cultural, possibilitando conhecer a história, a cultura e o modo de viver de uma comunidade no formato de turismo cultural. Simon (2006) afirma que os turistas buscam vivenciar o modo de alimentação de uma determinada comunidade com o objetivo de saciar a fome, se sentir parte dela e satisfazer a sua curiosidade, haja vista que comer também é um sentimento.

A gastronomia quando passa por uma simbologia dos costumes de um povo passa a ser valorizada enquanto cultura e desperta nas pessoas a curiosidade em conhecê-la e, conseqüentemente, se torna um grande atrativo turístico em algumas localidades. Ao usufruir da gastronomia de um lugar o turista está além de satisfazendo uma necessidade fisiológica, consumindo a cultura de uma região e não apenas um mero produto. Além disso, valorizar a gastronomia com produtos nativos de nosso Cerrado, mostrando a importância de seu uso como forma de preservar o segundo maior Bioma do País e que é fundamental na questão hídrica. Portanto, nossa gastronomia poderá ter olhares diferentes, seja apenas como identidade cultural ou como preservação dos recursos hídricos que abastece grande parte do País.

Deve-se lembrar que não é apenas a gastronomia que será preservada enquanto patrimônio cultural, graças a sua imensa diversidade, ela tem outros bens que também serão preservados visando o resgate e a manutenção de sua cultura. Para Cuéllar (1997) apenas por meio da preservação desses elementos é possível considerar as culturas autóctones de uma perspectiva histórica.

Precisamos compreender que para fortalecer nossa gastronomia regional, há necessidade de repensar como nosso Cerrado vem sendo explorado e destruído, pois diversas espécies nativas, exóticas, nutritivas e saborosas, estão sendo destruídas em prol de commodities e pecuária. Estudos mostram que seria capaz otimizar as terras já existentes ao invés de destruir o pouco que resta. De acordo com Strassburg et al (2017)_se esta prática efetivada pelo

agronegócio continuar nessa velocidade, cerca de 2,5 vezes maior do que na Amazônia, o mundo verá a maior perda de espécies vegetais da história.

Comungo com Cunha (2008) quando mostra que a maior problemática no Bioma Cerrado é este modelo de exploração agrícola e que se constitui também em fator de risco para a segurança alimentar, à medida que a degradação ambiental se instala nesse bioma, com sérias restrições à economia e à cadeia alimentar. Há de se considerar que essa região possui solo de baixa fertilidade natural, acidez acentuada e reduzido teor de matéria orgânica (de 3 a 5%), além de submeter-se à sazonalidade do clima. São condições que mostram a fragilidade desse bioma. A mesma autora ainda afirma que para atender, principalmente, ao mercado internacional, tem sido adotado na área do Cerrado o modelo de ocupação do espaço e de produção desenvolvido pelo agribusiness nos países industrializados, favorecendo a produção em larga escala, intensiva em tecnologia, mas descuidando-se em relação aos impactos ambientais.

A situação é tão preocupante que de acordo com os dados da pesquisa realizada por Strassburg et al (2017), das 1.140 das espécies de plantas que podem ser perdidas, 657 já são consideradas condenadas à extinção. O que mais entristece nesta pesquisa, é saber que mesmo não havendo mais desmatamento e se tentássemos fazer algo para recuperar a região, todas seriam extintas de qualquer forma pela precariedade que se encontram.

O cerrado é considerado a savana de maior biodiversidade do planeta abrigando quantidade estimada entre 80.000 e 160.000 espécies, incluindo uma grande quantidade de espécies endêmicas, ou seja, nativa e exclusiva de uma única área geográfica (PORTAL BRASIL, 2004).

Os povos do Cerrado são herdeiros de saberes ancestrais e tradicionais que guiam, há inúmeras gerações, o manejo das matas e paisagens, que fazem dessa rica savana uma das regiões mais biodiversas do mundo, chegando a abrigar cerca de 5% da biodiversidade do planeta. Se ainda há Cerrado em pé é porque esses povos estão com os pés no chão do Cerrado, lutando para permanecer em seus territórios de vida. E é por isso que não existe defesa do Cerrado sem a defesa dos territórios do Cerrado, onde esses povos conservam essa rica biodiversidade por meio de seus modos de vida. Desta forma, a

gastronomia tem um grande papel social e econômico com esses que ainda estão na terra valorizando este belo Bioma. Portanto, fazer uso do extrativismo consciente e da produção de alimentos numa proposta agroecológica, é fundamental para nossa sobrevivência.

Não que seja importante, mas atualmente nosso Cerrado foi invadido por plantações de milho, algodão, cana de açúcar e, principalmente soja, são as principais plantações presentes hoje em áreas do Cerrado que visam o abastecimento nacional e internacional. O problema é que a monocultura, além da destruição gigantesca do Cerrado, ainda causa a contaminação de nascentes, rios e lençóis freáticos. Sem contar que a agricultura brasileira (agronegócio) está baseada, segundo Kinupp & Lorenzi (2014) em recursos genéticos exóticos: cana-de-açúcar (da Nova Guiné), café (Etiópia), arroz (Filipinas), soja, laranja – e muitos outros Citrus (China), “batata inglesa” ou “batata portuguesa” (Região Andina), milho (México), cacau (México e América Central) – mas este provavelmente também da Amazônia brasileira; trigo (Ásia Menor). Para compreendermos melhor sobre como a alimentação foi implementada no Brasil, 90% dos alimentos mundialmente que conhecemos, vêm de apenas 20 espécies, isso mesmo, as mesmas descobertas por nossos antepassados do Neolítico, em diversas regiões onde a agricultura teve início e que foram incorporadas por quase todas as culturas existentes (KINUPP & LORENZI, 2014).

Segundo estudos de Strassburg et al (2017)_apenas 19,8% de sua cobertura vegetal nativa permanece intacta, sendo que destes, somente 2,85%, segundo o Ministério do Meio Ambiente (2019), estão em Unidades de Conservação com proteção integral.

Para se ter uma ideia da importância do Cerrado, Strassburg et al (2017) mostra na pesquisa, que 43% da água de superfície no Brasil encontra-se no Cerrado, portanto, o Cerrado é um dos três aquíferos principais do país, que abastecem as reservas no Centro-Oeste, no Nordeste e no Sudeste. Este fato é essencial para que a gastronomia regional mostre sua importância política, ambiental e social, pois é possível ter uma economia através do extrativismo sustentável.

Para os mesmos autores, se a vegetação nativa for trocada, como por exemplo, a soja, a capacidade de “reter água e alimentar os lençóis freáticos se perde”. Desta forma, os reservatórios com menos água, implicará em crise hídrica no consumo e na produção de energia elétrica, acarretando também, crises na economia. Sem contar que da forma que o desmatamento vem sendo realizado, os mesmos autores afirmam que “as próximas três décadas emitirá cerca de 8,5 bilhões de toneladas de CO2 na atmosfera”. Este fato é fundamental, inclusive, na inserção nas escolas sobre a importância do Cerrado, e oportunizar que os estudantes conheçam seus produtos nativos, pois é fundamental que a sociedade também conheça seus produtos, não apenas os turistas. Por que nas escolas, onde muitas possuem espaços adequados, não há também árvores com frutos do Cerrado? Por que não há hortas com Plantas Alimentícias não Convencionais (PANC) para que as crianças aprendem a identificar e usar? Desta forma, é necessário criar uma identidade gastronômica para que haja um envolvimento maior também do poder público num trabalho a médio e longo prazo.

Seria utópico achar que o modo de produção de commodity e proteína animal teria que acabar. O que se deseja é que haja uma produção que não leve o Centro-Sul do país a desertificação conforme diversos trabalhos científicos já publicados.

É possível exercer uma economia sustentável e um extrativismo consciente em nosso meio ambiente, pois temos diversos frutos e Plantas Alimentícias não Convencionais (PANC) nativas e outras que se adaptaram bem ao Cerrado que poderiam ser mais valorizadas através de políticas públicas, pela sociedade e os profissionais de gastronomia na inserção em nossa cozinha regional. Sem contar que o uso de ingredientes nativos, são mais resistentes à pragas e não necessitam de agrotóxicos, desta forma, um grande benefício para saúde e para o meio ambiente, pois não haveria a contaminação do solo e de nossos rios e córregos.

Para Strassburg et al (2017) seria possível reverter até 83% do quadro de extinção previstas, já que às áreas menos degradadas que não foram desmatadas há muito tempo conseguem se regenerar, até por causa das raízes

profundas e porque tem um banco de sementes, já em relação às áreas desmatadas a mais tempo, teria que haver um esforço maior.

De acordo com os mesmos autores, para frear o crescimento da produção agrícola para áreas preservadas, basta otimizar de forma consciente as áreas que foram desmatadas e com pouco ou nenhum aproveitamento.

É possível haver crescimento com menos destruição, através da produção sustentável e melhorias sociais, basta que os dirigentes do agronegócio não enxerguem a produção como um fim, mas como um meio de que leve nosso Cerrado a cumprir seu verdadeiro papel em nosso território, que é além de sua importância hídrica, mostrar sua beleza, com lindas cachoeiras, com flores de cores vivas e chamativas, seus frutos de sabores exóticos e peculiares, suas aves e animais que contribuem com a proliferação de suas sementes. Sem contar os sabores que este Bioma proporciona em nossa cozinha e que impressione, primeiro, nossa sociedade, principalmente as gerações mais novas que não tiveram contato, e em seguida, seu uso na gastronomia como forma de mostrar a identidade de seu povo e o entendimento sobre a importância deste Bioma para todo o país. Sem contar que o turismo ecológico é um grande nicho de mercado, mas para isso, há necessidade de apresentar uma natureza viva.

De acordo com os dados apresentados, observa-se mais prejuízos a longo prazo que benefícios, já que a questão hídrica é essencial para vida. Vamos pegar como exemplo o que ocorreu no século XIX quando a mata atlântica que cercava a cidade do Rio de Janeiro foi completamente desmatada para produção de café e algumas habitações. Esta situação acarretou na falta de água para abastecer a cidade. Todo o problema acarretado por este desmatamento, fez com que D. Pedro II fizesse um projeto de reflorestamento dessas matas, conhecida atualmente como floresta da Tijuca, hoje um dos pontos turísticos mais apreciados na cidade (DEAN, 1996; DRUMOND, 1997).

Quanto ao discurso de prejuízo do Cerrado em prol da empregabilidade, será que vale a pena mesmo? Visto que, segundo dados do IBGE (2017), há 10,1 milhões de pessoas, cerca de 67% de todo o pessoal ocupado em agropecuária no país. Quando analisamos o percentual por região, observa-se que mesmo o Centro Oeste tendo a área de agropecuária como um dos principais setores

econômicos, há apenas 5,5% de trabalhadores neste setor, bem diferente de outras regiões, como o nordeste com 46,6%, sudeste com 16,5, sul com 16% e norte com 15,4%. Portanto, vale a pena destruir toda nossa riqueza ambiental e a qualidade de vida de sua população, para exportação de commodity e proteínas animais onde verifica-se que não há distribuição de riquezas, apenas a criação de ricos?

De acordo com o referencial, observa-se que todos os problemas que o Cerrado vem enfrentando acarretaram numa mudança de hábitos alimentares e a forma de ensinar a gastronomia em nosso estado. Desta forma, algo tem que ser feito antes que seja tarde. A gastronomia não é apenas um ato de se alimentar, ela é também cultura, história e política.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Quanto aos resultados da pesquisa em relação à formação profissional, 33,3% afirmaram possuir o curso de tecnólogo em gastronomia, 30% curso técnico em gastronomia, 26,7% declararam ter apenas vivência prática e 10% cursos de curta duração. Observa-se que mais de 60% possuem formação superior ou técnica, portanto, tiveram acesso a diversos conhecimentos sistematizados da área.

De acordo com o tempo de atuação no mercado, a pesquisa mostrou que 67% estão há menos de dez anos; 53,3% em restaurantes de cozinha brasileira; e 93,3% já ouviram falar sobre as PANC, sendo que 73,3% afirmaram que não tiveram o conteúdo sobre as PANC em suas formações. Estes dados apresentados até o momento, já nos mostraram que nossa história gastronômica continua sendo negligenciada inclusive nos cursos da área, o que nos prejudica em seu resgate histórico e nos novos alimentos não convencionais descobertos nas últimas duas décadas.

Ao perguntar àqueles que conheciam sobre as PANC, se faziam uso delas em seus preparos, 63,3% afirmaram não usar. Os que disseram fazer uso, descreveram as seguintes PANC: Baru, mastruz, caruru, ora pro nobis, camaru, coração de bananeira, taioba, cambuquira, baunilha do cerrado, fava, dente de

leão, beldroega, serralha, jambu, coentro do Pará, trevo, espinafre do Ceilão, buriti e jatobá. Verifica-se que foram usadas as PANC mais conhecidas por todos, e que algumas são adquiridas nos mercados e feiras, mas sem uma grande produção e comercialização. Outras PANC típicas da região de Goiás, que poderiam contribuir e enriquecer nossa gastronomia regional, como os frutos cagaita, mangaba, cajuzinho do cerrado, cajazinho e araticuns, que são maravilhosas, infelizmente, não foram relacionados. Sem contar a cará moela, uma espécie de trepadeira da família Dioscoreaceae, a mesma dos carás (*Dioscorea spp.*). Produz tubérculos não subterrâneos, portanto, surgem na axila das folhas e que possuem formato globular, arredondado ou alado, ocorrendo variações de formato até na mesma planta. (EMBRAPA, 2017). A Bucha (*Luffa acutangula*) usada depois de seca para higienização, mas quando verde, é possível fazer em diversos preparos, seja ensopada, assada e em patê.

Quanto não fazer uso das PANC na cozinha, os motivos foram de 48% dificuldades de encontrar no mercado e na região, 38,7% por desconhecimento dos comensais, 3,3% por não combinar com o tipo de cozinha do estabelecimento e 10% pela política da empresa.

Já 86,7% acreditam que se a população soubesse dos benefícios à saúde e ao meio ambiente sobre as PANC na alimentação do dia a dia, independente da situação socioeconômica, poderia haver uma diminuição deste preconceito em achar que PANC são "matos".

Na pesquisa, os únicos preparos relatados que os sujeitos disseram ter feito, são o baru em brownie; cambuci em sorvete; suco verde na salada e omeletes; salada de flor de *Ora-pro-nobis*; costelinha com azedinha; buriti em doces, discos desidratados, azeite de Buriti e cremes; e amêndoas em doces e farinhas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que há urgência em políticas públicas de preservação do Cerrado, pois sua destruição está impactando negativamente diversas outras regiões do País. E a gastronomia precisa realmente se posicionar para mostrar o que está por trás do prato, que vai de extinção da fauna e flora, contaminação e/ou morte dos córregos, mananciais e lençol freático, desemprego e

desigualdade social aumentando enquanto o número de propriedades produtivas vai aumentando.

O uso das PANC de nosso Cerrado nos restaurantes de Goiânia, pelo menos nos estabelecimentos e entre os profissionais pesquisados, é insignificante em comparação a oferta de produtos que a região pode proporcionar.

A questão da dificuldade de encontrar estas PANC é um empecilho para alguns chefs, o que pode ser uma sugestão de trabalho e de políticas públicas para com os pequenos produtores, principalmente aqueles ligados a agroecologia, tanto no incentivo a produção e a comercialização.

É necessário que não só os cursos superiores e de nível técnico da área de gastronomia, incluam em seus currículos, o conteúdo das PANC e suas possibilidades gastronômicas, econômicas e sociais, pois assim, nossos profissionais terão maior habilidades e competências para identificar e usar nossas riquezas gastronômicas.

Sugerimos também que este conteúdo deveria fazer parte do currículo da educação básica, seja de forma lúdica nas séries iniciais e conhecimento mais aprofundado nas séries finais. Não dá para continuarmos a divulgar e ensinar apenas os alimentos convencionais de outras regiões do País e do exterior, pois esta prática só contribuirá com a extinção de nosso Bioma de grande importância social, histórica, cultural e hídrica.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo cultural: orientações básicas / Ministério do Turismo, Coordenação - Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

CARNEIRO, Y. A.; QUEIROZ, H. G. S. **Utilização de polpa de macaúba (*acrocromia aculeata*) como fonte de fibra no desenvolvimento de sorvete funcional.** Disponível no site: http://prpi.ifce.edu.br/nl/_lib/file/doc3308-Trabalho/RelatorioFinal.pdf, Acessado em 05/05/2021.

CORREIO BRASILIENSE. **Desde o início da crise, mais de 327 mil pessoas tornaram-se MEIs.** Disponível no site: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2020/06/08/internas_economia,861916/desde-o-inicio-da-crise-mais-de-327-mil-pessoas-tornaram-se-meis.shtml. Acessado em: 25/05/2021.

CUÉLLAR, J. P. **Nossa Diversidade Criadora. Campinas (SP):** Papyrus, 1997.1ª Edição.

CUNHA, N.R.S.; LIMA, J. E.; GOMES, M. F.M.; BRAGA, M. J. B. **A intensidade da exploração agropecuária como indicador da degradação ambiental na região dos Cerrados, Brasil.** Disponível no site: <https://doi.org/10.1590/S0103-20032008000200002> . Acessado em: 05/06/2021.

DAMATTA, R. **Sobre o simbolismo da comida no Brasil.** In Rio de Janeiro. Volume 15, nº07, 1987.

DE LA TORRE, O. **El turismo: fenómeno social.** 2ed. México: 1ed. Fondo de cultura económica, 1997.

DEAN, W. **A ferro e fogo: a história e a devastação da Mata Atlântica brasileira.** São Paulo: Cia. das Letras, 1996.

DRUMMOND, J. A. **Devastação e preservação ambiental: os parques nacionais do estado do Rio de Janeiro.** Niterói: EDUFF. 1997.

EMBRAPA. **HORTALIÇAS não convencionais. Hortaliças tradicionais: cara-do-ar.** Disponível no site: <https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-/publicacao/1071176/hortalicas-nao-convencionais-hortalicas-tradicionais-cara-do-ar>. Acessado em: 10/04/2021.

IBGE. **Senso Agro 2017.** Disponível no site: <https://censos.ibge.gov.br/agro/2017>. Acesso em 05 Mar. 2020.

KINUPP, V.F. & LORENZI, H. **Plantas Alimentícias Não Convencionais (PANC) no Brasil. São Paulo.** Instituto Plantarum de Estudos da Flora, 2014.

KINUPP, V.F. **Plantas Alimentícias Não-Convencionais da Região Metropolitana de Porto Alegre, RS.** Revista Brasileira de Biociências, Porto Alegre, v. 5, supl. 1, p. 63-65, jul. 2007. Disponível no site: <http://www.ufrgs.br/seerbio/ojs/index.php/rbb/article/viewFile/92/88>. Acesso em: 08 Abr, 2018.

MAIS GOIÁS. **Goiânia é o 2º maior polo de venda de roupas no Brasil.** Disponível no site: <https://www.emaisgoias.com.br/impacto-da-pandemia-na-rua-44-impacto-foi-maior-diz-representante-dos-lojistas/> . Acessado em 10/06/2021.

PORTAL BRASIL. **Características do Cerrado.** 2004. Disponível no site: <https://www.portalbrasil.eti.br/cerrado> . Acessado em: 06/06/2021.

SENAC. **Plantas Alimentícias Não Convencionais: Não é mato, é prato!** Disponível no site: <http://www.sp.senac.br/jsp/default.jsp?tab=00002&newsID=a24212.htm&subT>

[ab=00000&testeira=990&uf=&local=&l=&template=&unit=](#) . Acesso em 12 Abr, 2018.

SIMON, F. **Comer é um sentimento**. São Paulo (SP): Senac. Traduzido por: Eric Roland René Henault, 2006. Edição 1.

STRASSBURG, B.B.N., BROOKS, T., FELTRAN-BARBIERI, R., IRIBARREM, A., CROUZEILLES, R., LOYOLA, R., LATAWIEC, A.E., OLIVEIRA FILHO, F.J.B., DE SCARAMUZZA, C.A.M., SCARANO, F.R., SOARES-FILHO, B., BALMFORD, A., 2017. **Moment of truth for the Cerrado hotspot**. Nat. Ecol. Evol. <https://doi.org/10.1038/s41559-017-0099>.

CAPÍTULO 3

SERGIPANIDADE: UMA IDENTIDADE GASTRONÔMICA COMO FOMENTO AO TURISMO NA ROTA DO CANGAÇO



[Esta Foto](#) de Autor Desconhecido está licenciado em [CC BY](#)



SERGIPANIDADE: UMA IDENTIDADE GASTRONÔMICA COMO FOMENTO AO TURISMO NA ROTA DO CANGAÇO

**Isabelle Brito
Letícia Bianca Barros de Moraes
Lício Valério Lima Vieira**

INTRODUÇÃO - IDENTIDADE GASTRONOMICA

O nordeste do Brasil foi colonizado inicialmente pelo litoral. Isto explica a forte presença de cidades importantes ao longo do litoral nordestino até os dias de hoje, com quase todas as capitais localizadas na faixa costeira.

A cultura alimentar no Brasil é algo bem peculiar, sendo que nosso hábito alimentar é formado a partir de três povos distintos, compreendendo os conceitos de Leonardo (2009) no seu artigo sobre a antropologia da alimentação, fica caracterizada:

1) A herança alimentar dos índios: estes viviam exclusivamente da caça, pesca e das raízes colhidas. Daí uma alimentação mais centrada em raízes. Os produtos bases da alimentação indígena eram: mandioca, inhame, milho verde, batata doce, banana da terra, brotos, preparados numa culinária de fogo de chão, ou seja, assados no fogo acesso ao chão.

2) A herança alimentar dos africanos são as comidas misturadas na mesma panela. Saiu-se do hábito de assar, para o cozinhar os ingredientes. O “cozido” junto nas panelas vem da culinária escrava africana. Esta culinária, pela criatividade das cozinheiras escravas, melhorou pelo cozimento de todos os produtos que o índio comia. Houve grande uso do fubá, da farinha, da rapadura, da goma, do polvilho. Uma herança baseada nos carboidratos, nos cozidos, nas massas e caldos. A galinha de angola trazida por africanos, o porco do mato caçado por fazendeiros e o porco doméstico criado com as sobras das casas, deram início a uma comida rica em energia e gorduras.

3) A herança alimentar dos portugueses: a base cultural da comida portuguesa é a oliva. Ainda hoje a comida portuguesa é sobrecarregada de azeite de oliva, ocorrendo, assim, a predominância de gorduras. No Brasil, o óleo de oliva foi substituído inicialmente pela gordura animal e depois por outros óleos. A herança portuguesa em nosso hábito alimentar tem como característica o alto teor de gordura e açúcar.

A herança alimentar destes três povos distintos e a mistura de seus hábitos formaram a comida brasileira. Seguindo, em linhas gerais, a conhecida "fábula das três raças" Damatta (1990 [1987]), Cascudo (1975) argumentam que uma cozinha nacional brasileira teria se configurado por volta do final do século XVIII, como produto histórico da dominação social e cultural portuguesa sobre os sistemas indígenas e africanos de alimentação. De certo modo, o sistema culinário brasileiro veio a se constituir como a síntese dessas três tradições culinárias, sob a égide da herança cultural portuguesa.

DESENVOLVIMENTO - SERGIPANIDADE

A história da alimentação do sertão nordestino

A colonização brasileira se deu, inicialmente, através da exploração da cana de açúcar, insumo de muito valor comercial na Europa. Para Lima (1999), como o clima do litoral era propício para o cultivo deste produto, durante muito tempo todo o restante do território nordestino, mais para o interior do continente, continuou praticamente desabitado, sendo chamado de "deserto" pelos portugueses, ou simplesmente de "desertão", o que acabou dando origem o termo "sertão", que é tão comum atualmente.

Para Chandler (1980), como as regiões litorâneas eram tão importantes ao cultivo da cana-de-açúcar e havia a necessidade de produção de gêneros alimentícios, ou seja, a agricultura em geral e a criação de gado para o sustento da população sempre crescente, surge o interesse e a necessidade de desbravar os sertões. Inicia-se assim o processo de povoamento dos sertões a partir do século XVI sendo, mais tarde, distribuídas imensas sesmarias aos que tinham influência e cabedal para ocupá-las e cultivá-las até que, nas primeiras décadas do século XVIII a estrutura da sociedade sertaneja estava constituída e, desde

sua origem, deixada ao discernimento, à prepotência ou ao abandono daqueles que tinham a sorte de possuir grandes extensões de terra.

Conforme Moraes (2000), com a produção de açúcar crescendo, surgiram engenhos de açúcar, o que tornou a figura dos senhores de engenho muito popular e conhecida na região, no entanto, havia também os pecuaristas, que começaram a entrar em conflito com os senhores de engenho por conta da ocupação do território, o que motivou a coroa portuguesa a escrever a Carta Régia de 1701 que determinava a divisão das terras. As 10 primeiras léguas (aproximadamente 60 Km), a partir da quebra do mar, estavam reservadas para a plantação de cana-de-açúcar. Restava, pois, aos criadores o sertão.

Souza (1997) entende que com isto, o litoral permaneceu com os senhores de engenho, e o sertão passou para os pecuaristas, que se viram obrigados a levar seus rebanhos para o interior do continente. Deste modo, dois mundos distintos passaram a coexistir no nordeste brasileiro, se mantendo visíveis até os dias de hoje: o litoral e o sertão, com diferenças que remetem à colonização nordestina. Em fins do século XVII o sertão do Nordeste, da Bahia ao Maranhão, estava desbravado e ocupado pelas fazendas de gado.

Freyre (2004), entende que, o sistema de escravidão na região sertaneja foi menor que no litoral, e, como consequência, a influência indígena foi mais forte, ao lado da portuguesa. A significativa presença da carne-de-sol, cuja técnica de conservação foi trazida pelos portugueses, bem como da farinha de mandioca, marca da influência indígena na alimentação do brasileiro, são os elementos basilares da alimentação no interior do Nordeste. A paçoca de carne-de-sol é exemplo emblemático dessa combinação: carne-de-sol mesclada à farinha de mandioca.

Para Cascudo (1975), a região do vale do rio São Francisco ofereceu as melhores condições naturais para a expansão pastoril. A existência de barreiros de sal, depósitos de sal, foi fator determinante para a fixação do gado na região. A criação estabeleceu-se aí de tal modo que o São Francisco passou a ser conhecido como o "rio dos currais". Foi no rastro do gado que o sertão foi colonizado. Os pecuaristas aproveitavam os leitos secos dos rios como estradas

para conduzirem as suas boiadas e quando chegavam num lugar plano construíam os seus currais, erguiam as suas cabanas, fixavam-se na terra.

De acordo com Capistrano de Abreu (1998), a produção extensiva do gado, propiciou a mudança de hábitos alimentares da população com o aumento da ingestão de proteínas animal e dos seus derivados como o queijo, a manteiga e o leite. Outra influência alimentar marcante na cultura do sertanejo é o consumo da carne seca ao sol ou salgada. Este hábito se deu por conta da dificuldade de transporte de animais vivos até os mercados consumidores levou o surgimento da carne seca, como método de conservação da carne.

Reportando aos estudos realizados por Andrade (1986) e Diniz (1996), a ocupação das áreas sertanejas em Sergipe, iniciou-se no século XVI com a doação de grandes e pequenas glebas de terras pela coroa Portuguesa, visando firmar a posse, então ameaçada pelas invasões holandesas. A dimensão dessas glebas de terras, isto é, das sesmarias, variava de acordo com as possibilidades de sua utilização econômica, como também por sua localização e facilidade de acesso. A pecuária praticada em grandes áreas permitiu a formação de explorações extensas, uma vez que o gado era criado solto, sem grandes cuidados. Essa atividade apresentava-se importante na complementação da produção de açúcar, suprimindo a demanda de animais para os engenhos e na alimentação da população litorânea. Embora tenham participado outras categorias na ocupação, o Sertão tem, no vaqueiro, um dos agentes precursores do povoamento, como salienta Diniz (1996, p.52) “utilizando-se da quarteação, acabou por se transformar em criador, dando origem a uma estrutura de pequenos pecuaristas que persiste até os dias atuais”.

Para Menezes e Almeida (2008), nesse período, além da criação de gado, os agricultores familiares no sertão, dedicavam-se aos cultivos de milho, feijão, mandioca e algodão, abastecendo as grandes propriedades e a população urbana que crescia. Para tanto, aqueles que não possuíam área suficiente estabeleciam com o grande proprietário uma relação indireta no uso da terra pagando em renda trabalho e/ou produto. Quando os grandes proprietários não cediam a terra, os trabalhadores transformavam-se em posseiros, ocupando novas áreas. No entanto, a produção de alimentos não se constituiu na atividade

mais importante do sertão, como destaca Andrade (1986, p.155), “A agricultura não foi a atividade principal; desenvolveu-se mediocrementemente à sombra dos “currais”, devido à grande distância que separava aquela zona do litoral e ao elevado preço que os gêneros atingiam após o transporte por dezenas de léguas.”

Segundo relatam Menezes e Almeida (2008), por volta da década de 70, O Projeto SERTANEJO – Programa Especial de Apoio ao Desenvolvimento da Região Semiárida do Nordeste, foi criado em agosto de 1976/1986. Visava interferir nessa área nordestina, objetivando tornar a sua agricultura resistente às secas e explorar suas possibilidades de desenvolvimento. Contribuiu para o crescimento da pecuária, atuando na viabilização das reservas alimentícias para os animais nos períodos de estiagem, funcionando como linha de crédito destinada a investimentos fixos, semifixos e de custeio. Ainda, desenvolveu ações que proporcionaram a implantação de pastagens, mecanização e tração animal, conservação de açudes e solos. Há um incremento na demanda do leite e uma maior valorização desse produto. O escoamento é facilitado pelas novas e pavimentadas rodovias que integram com rapidez as áreas produtoras aos recentes mercados consumidores.

Desse modo, há um crescimento na pecuária leiteira, principalmente nos estabelecimentos pertencentes aos agricultores familiares do sertão sergipano, com produto que consegue inserção no mercado. Nesse contexto, a pequena unidade de produção pertencente aos agricultores familiares, que se dedicava à lavoura de milho, feijão, mandioca e algodão consorciados, transforma a pequena unidade de produção, especificamente os espaços de seus cultivos, em pastagens direcionadas para o gado leiteiro, na busca da sobrevivência. A permuta do cultivo agrícola pela pastagem decorreu do rendimento mais estável e seguro da pecuária, o que viabiliza a persistência familiar, criando dessa forma uma estratégia de reprodução.

Ao estudar municípios sertanejos em Sergipe, Woortmann (1995, p. 286) faz uma análise da relação entre esses agricultores e sua pequena propriedade:

No sítio o gado é “criação” e corresponde a uma atividade meio. Seu significado é basicamente o de uma reserva de valor; garantia contra os efeitos da seca, à qual ele resiste mais que a

lavoura; o de uma forma de acumulação ou de poupança, destinada à aquisição de terra, inclusive para possibilitar a herança.

Menezes e Almeida (2008), constata que a pecuária leiteira se apresenta como uma estratégia para a sustentabilidade do agricultor familiar criando uma forma de renda semanal, por meio da comercialização do leite. Na microrregião do Sertão Sergipano do São Francisco que em alguns estabelecimentos agrícolas, o núcleo familiar constitui uma pequena empresa, de caráter informal. Essas são denominadas de fabriquetas de queijo constituindo em verdadeiros mananciais de habilidades empreendedoras, a partir do saber-fazer, a exemplo das inovações na produção de novos tipos de derivados de leite e na criação de equipamentos. Woortmann; Woortmann, (1997, p.177-178) sobre o saber-fazer camponês esclarece:

O saber-fazer camponês não é estático. Através de gerações ele acumulada experiência e pode, em certos momentos, retomar técnicas desenvolvidas no passado, deixadas como que “entre parênteses” na memória do grupo[...]. Ao mesmo tempo que resgatam o passado, introduzem inovações[...]

Ainda conforme Castro (2004), o leite e seus derivados como coalhada fresca ou escorrida, queijo e manteiga eram consumidos em abundância, constituindo alimentos integrantes da dieta do sertanejo nordestino. Esses alimentos passavam por um processo de maturação podendo ser consumido após várias semanas da produção. Utilizavam uma quantidade de sal objetivando à conservação do alimento, apresentando assim um produtor com um teor de sal acentuado sobretudo o queijo de coalho. Menezes e Almeida (2008) elucida que a prática cultural da elaboração desses produtos derivados do leite foi repassada pelos antepassados ao domínio feminino consistindo em o interior das residências o território destinado à sua produção. Esse saber-fazer interiorizado pelas mulheres objetivava quase que exclusivamente a alimentação da própria família. Ainda sobre as reflexões de Menezes e Almeida (2008, p.50):

Ao receber visitas de parentes, amigos e compadres que habitavam nas áreas urbanas distantes do sertão fazia parte da tradição sertaneja presentear-los no momento da partida com um queijo de coalho ou um requeijão caseiro. Ainda quando um sertanejo visitava seus parentes ou amigos nas áreas urbanas

levava consigo um queijo como lembrança dos seus familiares. Fato esse recebido com grande alegria pelos receptores possibilitando na apreciação de tal ingrediente recordar sua alimentação ou dos momentos que desfrutava do meio rural ou da sua infância caso fosse o mesmo sertanejo.

Para completar o aporte de proteínas de origem animal, observava-se o consumo habitual de carne (boi, carneiro e cabra) em distintas preparações: carne com abóbora e leite; carne-de-sol; charque; paçoca, buchada, panelada etc. Completava o regime habitual do sertanejo nordestino o consumo de feijão, farinha de mandioca, batata-doce, inhame, rapadura e café. O consumo habitual de frutas e verduras era muito limitado. Identificava-se a ingestão limitada de frutas regionais como umbu, pequi, quibá, cajarana e quixaba. Identificava também o consumo limitado de verduras como abóbora, maxixe, e cebolinha e coentro, usados como temperos.

Castro (2004), relata, no entanto que nos períodos de seca o sertanejo passava imediatamente para um regime de subalimentação, limitando a quantidade e a variedade de alimentos, reduzindo a sua dieta ao consumo de um pouco de milho, feijão e farinha de mandioca. Quando a seca persistia e esses recursos alimentares se esgotavam, o sertanejo lançava mão de outras estratégias de sobrevivência, passando a consumir as "iguarias bárbaras" do sertão: raízes, sementes, frutos e animais resistentes à seca. Entre as "iguarias bárbaras" ele destaca: farinha de macambira, xique-xique, pereira brava, macaúba e mucunã, palmito de carnaúba, raízes de umbuzeiro, pau-pedra, serrote e maniçoba, sementes de fava-brava, manjerioba, beijus de catolé, gravatá e macambira. Em relação ao consumo desses alimentos exóticos, Castro (2004, p. 220-1) conclui:

Quando o sertanejo lança mão destes alimentos exóticos é que o martírio da seca já vai longe e que sua miséria já atingiu os limites de sua resistência orgânica. É a última etapa de sua permanência na terra desolada, antes de se fazer retirante e descer aos magotes, em busca de outras terras menos castigadas pela inclemência do clima.

Para Menezes e Almeida (2008), as fabriquetas de queijo são pequenas empresas comerciais e artesanais inseridas no mercado informal. Essas colaboram na diversificação das economias locais, surgindo um número

considerável de lojas de produtos agropecuários e pequenas oficinas que criam equipamentos para a produção dos derivados e para o transporte da matéria-prima. Essa atividade permite a consolidação dos agricultores, uma vez que absorve a produção de leite, sobretudo do agricultor familiar, constituindo alternativa única em vários municípios do Sertão Sergipano. Ainda são gerados postos de trabalho no transporte da matéria-prima, na produção e comercialização dos derivados, incorporando em parte, os filhos dos agricultores em uma área carente de trabalho e renda. Sob essa ótica, esta estratégia expressa a garantia da permanência no meio rural preservando a sua identidade cultural. Os sertanejos têm ainda o queijo como elemento essencial na sua dieta e atualmente o fornece para os seus conterrâneos que vive/sobrevive nas cidades litorâneas possibilitando àqueles a manutenção de parte da sua identidade territorial.

Alimentação sertaneja e identidade cultural

Muito mais que um ato biológico, a alimentação humana é um ato social e cultural. A alimentação implica representações e imaginários, envolve escolhas, classificações, símbolos que organizam as diversas visões de mundo no tempo e no espaço.

Para Maciel (2004), analisando a alimentação humana como um ato cultural, é possível pensá-la como um "sistema simbólico" no qual estão presentes códigos sociais que operam no estabelecimento de relações dos homens entre si e com a natureza.

A cozinha de um povo é criada em um processo histórico que articula um conjunto de elementos referenciados na tradição, no sentido de criar algo único, particular, singular e reconhecível.

Segundo Canclini (2000, p. 190):

Ter uma identidade seria, antes de mais nada, ter um país, uma cidade ou um bairro, uma entidade em que tudo o que é compartilhado pelos que habitam esse lugar se tornasse idêntico ou intercambiável. Quando se ocupa um território o primeiro ato é apropriar-se de suas terras, seus frutos, minerais, e é claro, dos corpos da sua gente, ou ao menos do produto de sua força de trabalho [...]. Pertencer a um mesmo território significa compartilhar regras, normas de comportamento, linguagens, vestuários, ritos que delimitam o acesso ao grupo.

A identidade pode ser conceituada como Castells (2002, p. 22):

a fonte de significado e experiência de um povo; o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados que prevalecem sobre outras fontes de significado. Portanto, a identidade turística de um município pode ser estabelecida através da memória a qual seu povo se identifica e propaga às sociedades.

Para Reinhardt (2007), a comida típica que representa uma tradição não necessariamente faz parte do dia a dia de seu povo, o importante é que ela desperta um sentimento de apropriação, que faz com que a comida vista a “roupagem” de seu país de origem.

Concordo com Fischer (1995), para quem o homem “come significados” e partilha com seus pares uma infinidade de representações no ato de comer. Nas palavras da autora, Maciel (2013 p.20) “o homem nutre-se de nutrientes, mas também de imaginários que são partilhados socialmente”.

Portanto analisando os conceitos de Castells (2002), Canclini (2000), Reinhardt (2007), Fischer (1995) e Maciel (2013), ambos convergem para o fato de que a identidade de um povo deve estar associada aos aspectos de tradição e cultura de seu território, do que dele é produzido, das regras e costumes com significações e experiências própria daquele grupo de indivíduos. Essas perpassam gerações e barreiras físicas, sendo a identificação dessas características que trazem o sentimento de pertencimento a este imaginário social. Para que a atividade turística tenha êxito em relação a identidade de um grupo social, ela deve ser estabelecida com base nos elementos que remetem a memória pela qual aquele povo se identifica.

Embora o homem necessite de alimento de forma constante para manter-se vivo e, portanto, estaria potencialmente apto a comer de tudo, assim não o faz. Sua alimentação está baseada em escolhas que, compartilhadas socialmente, compõem uma estrutura alimentar assentada em regras, classificações, proibições. Assim, o que é definido como comestível em uma dada cultura pode não ser em outras. Um exemplo é o uso da palma, alimento disponível no sertão nordestino, que é oferecido ao gado como alimento, mas não é hábito de ser consumido pelos homens.

Ao se refletir sobre o processo de criação de identidades culturais a partir dos hábitos alimentares, deve se compreender que as cozinhas passam por uma dinâmica evolutiva, cujo processo histórico, demanda uma série de elementos novos que se fundem com elementos tradicionais no sentido de criar algo único capaz de demarcar identidades. Maciel (2013, p. 28) define que: “Nessa perspectiva os ingredientes e técnicas estarão em constante relação com as preferências produzidas socialmente, articulando assim o gosto alimentar com a formação dessas cozinhas ou sistemas”.

Segundo Araújo (2001), traços marcantes das culturas dos nossos antepassados indígenas, como gêneros alimentícios, práticas de cultivo; utensílios para fazer a comida, para guardá-la, para pisar o milho ou o peixe, moquear a carne, espremer as raízes, peneirar as farinhas, os tipitis, as cuias, as cabaças de beber água, os balaios, foram incorporados à cozinha colonial.

Araújo (2001), cita que das comidas preparadas pela mulher nativa brasileira, as principais eram as que faziam com a massa ou a farinha de mandioca, sendo adotada pelos colonos no lugar do pão de trigo, tornando-se a base do regime alimentar de todo colonizador.

Ainda segundo Araújo (2001), a mandioca é o alimento de maior contribuição indígena dentro do sistema alimentar brasileiro, com técnicas de cultivo e extração complexas para a época. A farinha de mandioca acompanhou de forma marcante a formação da identidade cultural alimentar do povo brasileiro. Adotada pelos portugueses, era a "farinha de guerra", que os acompanhava nas expedições que desbravavam o território do que viria a ser o Brasil. Nessas incursões, roças de mandioca eram deixadas ao longo do caminho para que, ao retornarem, fosse possível realizar a colheita, garantindo, assim, a alimentação e o sustento da volta.

Para Lima (1999), assim como ensinou ao português o cultivo e o consumo da mandioca, o indígena fez o mesmo com o milho. Alimento tradicional dos povos americanos, o milho foi o único cereal encontrado no Brasil e levado para Europa. A farinha de milho foi comida de escravos e de bandeirantes, não tão consumida quanto à farinha de mandioca, mas, difundida por todo o Brasil, através do preparo do cuscuz, este, por sua vez, transformado

na cozinha brasileira, da sua origem árabe à base de arroz, para a reelaboração com farinha de milho e coco.

Ainda conforme Lima (1999), instalando-se para ficar definitivamente no Brasil, o português recriou o ambiente familiar, cercado-se dos recursos de curral, quintal e horta. Trouxe vacas, touros, ovelhas, cabras, carneiros, porcos, galinhas, gansos, pombos e o cachorro. Trouxe também as festas tradicionais e as devoções aos santos católicos. Na agricultura trouxe: figo, romã, laranja, limão, lima, cidra, melão e melancia, pepino, coentro, alho, cebola, hortelã, manjerição, cenoura e bredos, tornaram habituais o uso, da manteiga, do ovo, do azeite e do vinho.

Os alimentos e hábitos europeus foram sendo introduzidos na alimentação brasileira e segundo Cantarino (2005), o desprezo dos portugueses pelos produtos locais seria explicado pelo esforço de se diferenciar socialmente dos nativos indígenas e dos africanos. Os colonizadores deixavam, assim, de consumir a farinha de mandioca, a aguardente de cana e o azeite de dendê por serem esses os alimentos consumidos por aqueles que eram considerados “inferiores”.

Refletindo os conceitos sobre patrimônio imaterial do IPHAN (2014), sobre a gastronomia como patrimônio cultural, a comida é uma das primeiras expressões da cultura. Faz parte de processos de construção de sociabilidades, de formas de sobrevivência, de apropriação e transformação de recursos naturais e de relacionamento com o meio ambiente. A culinária, as expressões de comensalidade estão sempre presentes nas festas, nas feiras, nas rodas de canto e de dança, associados às diversas manifestações da cultura e às práticas da vida cotidiana que referenciam a identidade, a ação e a memória dos grupos sociais.

Ainda conforme IPHAN (BRASIL, 2014), a culinária e a gastronomia, das formas mais simples às mais elaboradas, são parte desses processos culturais e da nossa identidade. Essa cultura através da alimentação é expressa no almoço do Círio de Nazaré, um ritual dos mais importantes no complexo dessa celebração. Estão presentes na moqueca e na torta capixabas, pratos indissociáveis da panela de barro de Goiabeiras. Estão contidas nos quitutes do

tabuleiro da baiana como também em todo o universo de saberes, fazeres e crenças do Ofício das Baianas de Acarajé. Estão no Modo artesanal de fazer Queijo de Minas, nas regiões do Serro e das serras da Canastra e do Salitre/Alto Paranaíba, que dizem muito do modo de ser mineiro. Como também nos processos de Registro do Sistema Agrícola Tradicional do médio Rio Negro – AM, que referência a identidade cultural dos povos indígenas daquela região, e dos Saberes e fazeres associados ao uso do caju na região Nordeste, a exemplo da Cajuína no Piauí.

Essas reflexões reforçam a importância da criação de patrimônios imateriais através da gastronomia para o fortalecimento da cultura e da identidade local de um povo. Existem demandas pelo reconhecimento de comidas típicas, como o empadão goiano, o alfenim, o sanduíche Bauru, o pastel de angu, entre outras. O entendimento que vem sendo construído é que as comidas são elementos constitutivos dos sistemas culturais de celebrações, festas, expressões e práticas sociais, e assim devem ser reconhecidos. Entre tantas demandas pelo reconhecimento de bens expressivos da diversidade cultural brasileira, estas são questões em permanente discussão.

O Registro de um bem cultural terá sempre como referência a continuidade histórica do bem e sua relevância nacional para a memória, a identidade e a formação da sociedade brasileira.

De acordo com Morais (2011, p.232):

Os saberes e fazeres culinários, enquanto bens culturais passíveis de registro e proteção, são parte do que se denominam, atualmente, novos patrimônios; (...) para adquirir legitimidade, foi necessário que, primeiramente, se considerasse a diversidade cultural como variável fundamental.

Ainda segundo Morais (2011), quando se trata daquilo que comumente se denomina cozinha típica regional, interessa a materialidade das identidades; a forma pela qual estas identidades comunicam o pertencimento a uma cultura.

Para Cunha (2001), algumas reflexões se discorrem sobre a identidade de um povo, ela entende que a identidade define o indivíduo no seu lugar de origem, tendo uma história situada, específica e com um agente socializador.

Outro aspecto de identidade a ser observado por um povo é entender o que é consumido na sua alimentação cotidiana. Dessa forma as feiras livres têm

uma forte influência neste estudo, visto que são muito características no nordeste brasileiro e, portanto, será exposto uma síntese sobre o surgimento das feiras livres.

De acordo com Andrade (2016), as feiras livres ou mercado popular, na antiguidade (Idade Média), revelavam-se como atividade comercial, que exercia o papel de trocas de mercadorias com diferentes produtos entre os indivíduos de diversos lugares com o propósito de abastecer as necessidades particulares de cada indivíduo. Nesse sentido, Dantas (2007, p. 88): "a troca de produtos surgiu e se desenvolveu na sociedade quando passou a existir um excedente regular de produção, fruto do desenvolvimento das forças produtivas" possibilitando a expansão dos excedentes, surgindo assim a figura do comerciante.

Para Andrade (2016), posterior à colonização, as feiras surgiram como cópia do modelo dos portugueses, que, há tempos, já conheciam e praticavam essa atividade, para Mott (1976), no ano de 1548, o rei Dom João III ordenou que um dia de cada semana se realizasse a feira livre, firmado assim a primeira feira livre no Brasil. Essa ordem foi implantada para que os nativos viessem vender seus produtos, assim como também comprar mercadorias. Mas a intenção não era abastecer a população local, a ordem tinha o propósito de explorar certos produtos mais significativos que eram expostos pelos índios, para exportarem para a Metrópole. A feira foi se difundindo por diversas cidades no Brasil, tornando-se um fator primordial para o crescimento das cidades e para a fundação de tantas outras que existem nesse país, onde também desempenhou um importante papel na propagação da cultura local.

Andrade (2016) ainda afirma que na região Nordeste, as feiras estavam voltadas principalmente para o comércio de gado, durante os séculos de XVIII e XIX, desempenhando um papel importante para economia, constituindo uma atividade econômica que contribuiu para a ocupação desse território, tornando-se responsável pela formação de povoados e outros núcleos urbanos. Algumas cidades se transformaram em centros comerciais econômicos e culturais. Exemplos são as famosas e tradicionais feiras de gado, que no início da colonização brasileira foram responsáveis pela formação de algumas das

formas de povoamento que depois se transformaram em grandes cidades, núcleos econômicos e culturais Lima; Sampaio (2009, p. 7-8): “Daí o porquê de a pecuária ter sido uma atividade determinante para a fixação da população no Nordeste, fazendo vigorar os primeiros centros de povoamento, influenciando na formação da economia nordestina”.

Para Dantas (2007), a feira mantinha um papel importante para o desenvolvimento da cidade, principalmente para aquelas cidades menores, pois assegurava a comercialização da produção familiar, composta principalmente por produtos agrícolas, e, muitas vezes, eram elas, as feiras, o principal local de comércio da população, estabelecendo uma característica de comércio varejista ao ar livre, transformando-se em um comércio fixo que se espalhou em direção a áreas centrais das cidades para sua realização. Como reflexo da feira de gado, inúmeros outros comerciantes estabeleceram-se para comercializar sua produção e, desta forma, a grande praça comercial que é a feira torna-se o dia de maior movimento da cidade, onde se dá o verdadeiro encontro entre a vida rural e urbana.

Para Vedana (2004), as feiras livres, sobretudo no universo de cidades brasileiras, devem ser pensadas como importantes lugares onde são produzidos, cotidianamente, saberes do trabalho, caracterizados por atos, gestos, performances corporais, movimentos e dizeres, formas de agir e se relacionar – fomentadas por feirantes e fregueses, onde se ergue uma rede de sociabilidades vivenciadas pelos atores sociais no âmbito desses territórios construídos e reconstruídos cotidianamente.

A feira livre da cidade de Canindé do São Francisco, ocorre as quintas feiras e aos sábados, são abastecidas principalmente pelos produtores locais dos assentamentos rurais e além de ser frequentada pelos moradores locais, tem virado atração turística. Os principais produtos comercializados são as frutas e verduras; produtos da culinária sertaneja: a exemplo de manteiga de garrafa, o queijo coalho e a raspa do requeijão; os derivados da tapioca como o beijú, pé de moleque, malcasado; o mel, a goiaba; o quiabo, ovos de galinha de capoeira, rapadura, além de temperos e artefatos em couro.

Portanto é a partir desses insumos locais que se forma a identidade gastronômica. Contextualizando Gimenez (2010), constata-se muitas vezes ainda a valorização de produtos regionais (ingredientes, recipientes e outros artefatos regionais relacionados ao preparo de alimentos), que se tornam indispensáveis para os que desejam reproduzir o prato ou a experiência de uma refeição, ou ainda guardá-los com lembranças de uma viagem. Seguindo esta lógica, nota-se ainda que o preparo e o consumo de um prato podem propiciar um exercício identitário (quando a preparação e a degustação marcam o pertencimento a um grupo) ou uma conexão memorial (também relacionada à perspectiva identitária, diz respeito à capacidade de uma iguaria projetar lembranças e reavivar experiências).

Para Gimenez (2010, p.5.):

A culinária é um dos modos pelos quais as identidades assumem materialidade. A comida típica não é qualquer comida; representa experiências vividas, representa o passado e, ao fazê-lo, o coloca em relação com os que vivenciam o presente. Assim, o ambiente que cerca este tipo de cozinha, em boa parte dos casos, também se cerca de monumentos a essa memória.

Concordo com Gimenez (2010) que os pratos típicos, mais do que representantes de uma cozinha regional, terminam por ser tão associados a determinados grupos que passam também a representá-los. A relação imediata que se estabelece entre o churrasco e o gaúcho, entre o pão de queijo e o mineiro e entre o acarajé e o baiano são exemplos deste processo, fruto de um reconhecimento sustentado pelo grupo e que é também reconhecível pelos demais. Tal associação termina por criar uma marca para uma cidade, no sentido de caracterizá-la e representá-la, podendo ser utilizada inclusive como uma forma de diferenciação de um destino turístico em relação aos seus concorrentes.

Ainda conforme os critérios mencionados por Gimenez (2010), ao desenvolver o enfoque turístico das comidas tradicionais, verifica-se ainda a possibilidade de valorização cultural a partir da recuperação e divulgação das receitas das tradições a ela relacionadas; o incentivo aos produtores agrícolas e de criações de animais (no sentido de que a maioria dos ingredientes tende a ser originária da região) e aos artesãos cujo ofício se relaciona com a gastronomia.

Para Maciel (2004, p. 220) os pratos típicos, desta forma, “constituem uma “cozinha emblemática”, servindo para expressar identidades, sejam elas nacionais, regionais ou locais”.

Em Sergipe, não foi encontrado em material científico a definição de uma identidade cultural associada a alimentação, embora em vinte e quatro de março de dois mil e onze, alguns alimentos solicitaram o registro no IPHAN, para se transformarem em patrimônios imateriais tais como: o manauê, a queijada, a bolachinha de goma, o pé-de-moleque de massa de puba, o sarôio, o macasado, o amendoim verde cozido, a feijoada sergipana e o doce de pimenta do reino.

Se considerarmos o histórico da feijoada sergipana para o processo de criação de uma identidade cultural devemos analisar que a gastronomia brasileira tem como uma das suas características a adaptação regional, onde os pratos conhecidos nacionalmente recebem especiarias de cada região desse vasto país, e com a feijoada não poderia ser diferente, no Rio de Janeiro ela tem o feijão preto e é um caldo mais grosso e forte, porém Sergipe é o único Estado que serve a feijoada com legumes,

Não existem relatos confirmando o motivo real de tal adaptação, porém hipóteses não comprovadas podem ser levantadas, uma delas mostra que os legumes serviriam para diminuir o sal das carnes e assim adoçar o paladar, existe também a idealização de que em tempos de necessidade onde o uso da carne animal era dificultoso os legumes eram adaptados à receita para poder suprir as necessidades que as carnes animais faziam.

A queijada, iguaria cuja receita foi trazida pelos portugueses, mas adaptada pelos escravos. O doce teve o queijo substituído pelo coco porque o fruto era matéria-prima abundante no litoral do Nordeste brasileiro, portanto tem uma relação mais próxima ao homem litorâneo do que o sertanejo, não sendo caracterizado como elemento cultural do sertão.

Para Barreto (2003) o cardápio do sertanejo pode ser um produto de atrativo turístico, pois ainda preserva suas raízes (a exemplo do que pode ser encontrado, inclusive, longe do sertão nordestino, como por exemplo na cidade do Rio de Janeiro, mais precisamente na feira de São Cristóvão, uma feira tipicamente nordestina onde a comunidade proveniente do nordeste, à procura

de emprego, criou um ambiente onde fosse possível confraternizar-se e ao mesmo tempo manterem suas tradições, mesmo longe do “torrão” natal – tem-se o queijo, a carne de bode e de carneiro, a carne seca (jabá), a buchada, a rapadura, a farinha, umbuzada, doce de coroa-de-frade, etc.), pode-se promover a difusão da gastronomia local/regional, priorizando a culinária e serviços relacionados à gastronomia, aquecendo assim a economia local/regional.

Da identidade gastronômica à marca turística.

Para que um destino possa chamar a atenção do público, precisa de algo que o defina. Desta forma, precisa de uma marca que o possa identificar e na qual seja possível abranger todas as suas principais características, de maneira a que o público e os mercados turísticos o possam identificar facilmente.

Segundo Barros et al., (2009), a construção de marcas turísticas, territorialmente tangíveis, tem constituído uma das estratégias mais utilizadas pela indústria turística, cuja base é definida pelas práticas de planeamento estratégico e de marketing territorial. Este último permite, por um lado, responder de forma positiva às necessidades das pessoas que vivem num determinado território, intervindo em aspectos que melhorem a qualidade de vida e o sentimento de identidade e pertença a esse mesmo espaço e, por outro lado, melhorar a qualidade e competitividade de um território criando dinâmicas de promoção e divulgação que permitam atrair mais indivíduos, organizações e investimentos.

Para Coelho (2001), o Turismo é uma atividade simbólica. A relação entre o viajante e o lugar realiza seu sentido no plano da experiência. O que fica marcado, numa viagem, são as sensações e impressões que restam ancoradas na subjetividade. O lugar se constrói no imaginário, lá se converte em valor afetivo e registro duradouro na memória. O processo é complexo. Depende, entre outras coisas, das expectativas, da qualidade dos serviços prestados, do nível de contato com as culturas locais, das características do destino escolhido. Os significados, inclusive, costumam se adiantar ao deslocamento. Antes de viajar é preciso escolher para onde ir. A seleção de um destino não pode acontecer sem informação ou julgamento prévio. Mais uma vez, o imaterial conta, e, dentre

muitos aspectos, a imagem do lugar é poderosa força de mobilização. O chamariz certo faz o lugar parecer atraente, merecedor de atenção e de desejo.

Ainda refletindo Coelho Neto (2001), um destino turístico tem múltiplas dimensões e sua imagem tende a representá-las de alguma maneira. Algumas dimensões contribuem para a atratividade. Outras afastam os visitantes. Para muitos lugares a comida - e o universo cultural ao seu redor - representa um importante componente de suas imagens. Apesar disso, mesmo nesses casos, sabe-se pouco sobre a forma como a informação sobre a comida é difundida a ponto de originar e sustentar uma personalidade gastronômica.

Para Cruz e Simões (2011), as decisões alimentares passam a ser parte de um sistema simbólico mais abrangente; e a gastronomia passou a ser considerada um patrimônio intangível pela simbologia que o alimento compreende, por ser uma fonte de identificação, portanto, representação do meio social. A comida e todo aparato em torno dela, o modo de fazer de cada região que a diferencia de outras, os ingredientes utilizados no preparo de uma receita e a criatividade de quem a prepara, indicam preferências e revelam saberes e sabores transmitidos de geração a geração, vivos na memória coletiva e cristalizadores de imagem.

Conforme Gastal (2005, p. 55):

não é a imagem que produz o imaginário, mas o contrário. A existência de um imaginário determina a existência de um conjunto de imagens. A imagem não é suporte, mas resultado. Há um imaginário parisiense que gera uma forma particular de pensar a arquitetura, os jardins públicos, a decoração das casas, a arrumação dos restaurantes etc. O imaginário de Paris faz Paris ser o que é. Isso é uma construção histórica, mas também o resultado de uma atmosfera e, por isso mesmo, uma aura que continua a produzir novas imagens.

Para Cruz e Simões (2011), o respeito à cultura local, além da valorização do bem simbólico vem a contribuir para gerar aumento de renda da região onde o turismo está sendo efetivado. A oportunidade de emprego é resultado da criação e comercialização de novos produtos gastronômicos e turísticos promovidos pelo conhecimento que a comunidade tem de sua história, cultura, espaço geográfico, manifestações culturais que enaltece a atratividade do destino turístico.

Conforme visto, o alimento nos identifica e é a marca do lugar onde passamos. O viajante ou turista que busca a novidade é movido pela curiosidade e pela troca de conhecimento.

Para melhor exemplificar os conceitos, será exposto o trabalho do desenvolvimento do enoturismo no Vale dos Vinhedos, Rio Grande do Sul, desenvolvido por Valduga (2012) que teve como objetivos: investigar se o enoturismo e a criação de uma marca regional contribuíram para o fortalecimento endógeno local; estudar as relações entre o enoturismo e a formação da marca regional e analisar os fatores desencadeantes de novos investimentos em estrutura receptiva nas organizações locais.

De acordo com o estudo de Valduga (2012), em 1995, seis vinícolas familiares do Vale se associaram e fundaram a APROVALE. A associação tinha vários objetivos, dentre eles, a qualificação dos produtos vinícolas e derivados e o estímulo e a promoção do potencial turístico da região. Além de vinícolas, que são 31 associadas, o Vale dos Vinhedos conta com restaurantes, hotéis, pousadas, casas de artesanato, posto de combustível, centro comercial, entre outras empresas. A cultura local se expressa de diversas formas, na gastronomia, nos corais típicos, no vinho, arquitetura, no sotaque das pessoas e nos filós, que eram encontros realizados entre as famílias com caráter mais prolongado e de cortesia, bem como em momentos ruins com caráter solidário. Esses encontros, na atualidade são reproduzidos com fins folclóricos e turísticos, durante os eventos locais. Outro aspecto cultural de destaque é a religiosidade do povo. Existe no Vale dos Vinhedos a Capela das Neves, uma igreja feita com vinho misturado à argamassa.

Para Valduga (2012), através desses processos de certificação regional e da criação de marcas, as regiões se tornam “exclusivas” na produção de determinados produtos e se tornaram turísticas, em função das pessoas se deslocarem para buscar os produtos na origem.

Ainda segundo Valduga (2012), um fator que certamente contribuiu para o enoturismo foi à hospitalidade local oferecida, que está inserida em um contexto cultural de bem-receber, isto é, existe uma cultura organizacional que visa à hospitalidade. Diversas empresas mantêm os pais ou os avós (que são os

próprios proprietários) nos varejos das vinícolas apenas para “bater papo” com os turistas, e isso gera um encantamento, uma experiência, faturamento, e uma fidelização em função do poder de convencimento da própria família.

Valduga (2012) ressalta que é importante, todavia, compreender que a marca regional não foi construída em um curto espaço de tempo, mas ao longo de vários anos e é resultado de uma busca constante por um diferencial que caracterizou o destino. O fortalecimento endógeno ocorreu a partir do subsistema econômico, que impactou no subsistema social.

A cultura local, ligada aos moradores mostrou-se pouco explorada nas atividades turísticas e existe um processo de negação da participação popular nas decisões sobre a vitivinicultura, o turismo, entre outros.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para **elaborar um conceito de sergipanidade gastronômica através da relação entre a gastronomia regional sertaneja com a identidade cultural sergipana**, foi desenvolvido um cruzamento entre alguns teóricos que versam sobre identidade e marcas turísticas, associado com a pesquisa de campo adotando sempre os pilares econômicos, geográficos e socioculturais.

A. O que é identidade?

Para este tópico foi necessário compreender os conceitos de identidade definidos pelos autores Reinhardt (2007), Maciel (2004), Castells (2002), Canclini (2000) e Fischler (1995). Também um comparativo entre a pesquisadora sobre a rota do cangaço e os critérios estabelecidos por Gimenez (2012) ao definir uma marca gastronômica.

| CRITÉRIOS GIMENEZ | CARACTERÍSTICAS GASTRONOMIA SERTÃO |
|--|---|
| Ingredientes regionais: incentivo aos produtores agropecuários locais. | Queijo coalho, queijo manteiga, queijo do sertão. Quiabo. Macaxeira. Carne do sol e carne de charque. Mel. Goiaba. Bode. Tilápia |
| Tradições – geração: Recuperação de receitas de tradição. | A paçoca de carne-de-sol, cuscuz, angu, pamonha e canjica, coalhada fresca ou escorrida, queijo e manteiga. Carne com abóbora e leite; carne-de-sol; charque; paçoca, buchada e panelada. |
| Demarca identidade: | Relacionado com a personalidade forte e marcante do homem sertanejo, está associado a atividade da |

| | |
|---|--|
| Valores culturais, sentimento de pertencimento. | pecuária que em comparação a agricultura, tem características mais bravas e marcantes. |
|---|--|

Quadro 1. Critérios identitários de Gimenez x Características do sertão nordestino.

Fonte: Próprio autor.

Para Maciel (2004), analisando a alimentação humana como um ato cultural, é possível pensá-la como um "sistema simbólico" no qual estão presentes códigos sociais que operam no estabelecimento de relações dos homens entre si e com a natureza. Ainda complementando, Reinhardt (2007), define que a comida típica que representa uma tradição não necessariamente faz parte do dia a dia de seu povo, o importante é que ela desperta um sentimento de apropriação, que faz com que a comida vista a "roupagem" de seu país de origem. Para ambos, o homem nutre-se de nutrientes, mas também de imaginários que são partilhados socialmente.

Portanto analisando os conceitos de Castells (2002), Canclini (2000), Reinhardt (2007), Fischler (1995) e Maciel (2004), ambos convergem para o fato de que a identidade de um povo deve estar associada aos aspectos de tradição e cultura de seu território, do que dele é produzido, das regras e costumes com significações e experiências própria daquele grupo de indivíduos. Essas perpassam gerações e barreiras físicas, sendo a identificação dessas características que trazem o sentimento de pertencimento a este imaginário social.

Assim, cruzando as informações do quadro 1, os alimentos que estão presentes em maior representação são os derivados da pecuária – **carne do sol, leite, queijo.**

B. O que é tradição?

Foi feito uma reflexão pela autora, com um olhar sobre as tradições gastronômicas, tomando como base fatores históricos e culturais do sertão.

Os autores Mello (2004) e Freyre (2004), reforçam o papel do ciclo do gado e a influência ativa da pecuária e dos seus derivados alimentares como forte vínculo de tradição alimentar do homem do sertão. As adversidades climáticas e a presença de um pasto pobre de nutrientes fazem com que o sertanejo seja influenciado por costumes do nomadismo, que demandava abertura de novas terras para a criação do gado. Dessa forma o que era plantado

na agricultura limitava-se as necessidades de sobrevivência. Como o sistema de escravidão na região sertaneja foi menor que no litoral, a influência indígena foi mais forte, ao lado da portuguesa, do que a influência africana. Daí surgiram alimentos marcantes nesta região como a **mandioca e a carne do sol**.

O consumo da carne seca ao sol ou salgada, cuja técnica de conservação foi trazida pelos portugueses, se deu por conta da dificuldade de transporte de animais vivos até os mercados consumidores no litoral, surgindo essa nova iguaria alimentar por conta do método de conservação da carne. A mandioca é o alimento de maior contribuição indígena dentro do sistema alimentar brasileiro, com técnicas de cultivo e extração complexas para a época. A farinha de mandioca acompanhou de forma marcante a formação da identidade cultural alimentar do povo brasileiro. Adotada pelos portugueses, era a "farinha de guerra", que os acompanhava nas expedições que desbravavam o território do que viria a ser o Brasil. Nessas incursões, roças de mandioca eram deixadas ao longo do caminho para que, ao retornarem, fosse possível realizar a colheita, garantindo, assim, a alimentação e o sustento. A paçoca de carne-de-sol é exemplo emblemático dessa combinação: carne-de-sol mesclada à farinha de mandioca.

Os autores Castro (2004) e Lima (1999) apontam para a dieta básica do sertanejo o consumo de milho, associado ao feijão, carne (gado, carneiro e cabra), leite e rapadura. O milho, alimento tradicional dos povos americanos foi considerado o alimento básico da dieta, sendo usado no preparo de vários pratos típicos: cuscuz, angu, pamonha e canjica. O leite e seus derivados como coalhada fresca ou escorrida, queijo e manteiga. A carne (boi, carneiro e cabra) em distintas preparações: carne com abóbora e leite; carne-de-sol; charque; paçoca, buchada e panelada. O consumo habitual de frutas e verduras era muito limitado. Identificava-se a ingestão limitada de frutas regionais como umbu, piqui, quibá, cajarana e quixaba. Identificava também o consumo limitado de verduras como abóbora, maxixe, e cebolinha e coentro, usados como temperos. Em períodos de seca longa, notava-se a ingestão de iguarias típicas do sertão como macambira, xique-xique, palmito de carnaúba, raízes de umbuzeiro, semente de fava-brava entre outros. Então esses novos autores acrescentam

para além do consumo da mandioca e da carne, **o milho, o feijão, o leite e seus derivados (manteiga e queijo).**

C. O que é consumido?

A reflexão dos alimentos a serem consumidos parte de dois pontos principais: das feiras livres e dos hábitos alimentares do cotidiano do sertanejo.

Sobre as feiras livres os autores Andrade (2016), Menezes e Almeida (2008) e Verdana (2004) relatam a importância histórica e cultural que elas representam para o sertanejo, pois foi a partir delas que muitas cidades do interior do Nordeste se edificaram. O rei Dom João III ordenou que um dia de cada semana se realizasse a feira livre, na região Nordeste, as feiras estavam voltadas principalmente para o comércio de **gado**, durante os séculos de XVIII e XIX, desempenhando um papel importante para economia. Atualmente elas devem ser pensadas como importantes lugares onde são produzidos, cotidianamente, saberes do trabalho, movimentos culturais, insumos produzidos por fornecedores locais, além de elementos de cultura e artefatos manuais. Os principais produtos comercializados são as frutas e verduras; produtos da culinária sertaneja: a exemplo de **manteiga de garrafa, o queijo coalho e a raspa do requeijão; os derivados da tapioca como o beiju, pé de moleque, malcasado; o mel, a goiaba; o quiabo, ovos de galinha de capoeira, rapadura**, além de temperos e artefatos em couro.

Os sertanejos consomem em sua mesa cotidiana, **o cuscuz com ovos estrelados, a macaxeira frita ou cozida, a carne de carneiro guisada, a carne do sol frita, o inhame, o café com leite, a buchada de carneiro, os doces de corte produzidos com frutas do sertão**, no entanto eles têm ainda **o queijo** como elemento essencial e sempre presente na sua dieta. Essa representação é tão marcante que quando se pretende presentear seus conterrâneos que vivem/sobrevivem nas cidades litorâneas, se fornece o queijo como iguaria que possibilita àqueles a manutenção de parte da sua identidade territorial.

D. O que é produzido?

É importante compreender a relação entre o que existe disponível no espaço geográfico e o que é comercializado com a população local. Para Woortmann (1995) e Menezes e Almeida (2008), o gado é “criação” e

corresponde a uma atividade meio. Seu significado é basicamente o de uma reserva de valor; garantia contra os efeitos da seca, à qual ele resiste mais que a lavoura, por isso a **pecuária leiteira** se apresenta como uma estratégia para a sustentabilidade do agricultor familiar criando uma forma de renda semanal, por meio da comercialização do leite. Na microrregião do Sertão Sergipano do São Francisco, o núcleo familiar constitui uma pequena empresa, de caráter informal, que faz o beneficiamento do leite produzindo principalmente **diversos tipos de queijos**.

Além da produção pecuária, neste item, foi realizada uma pesquisa em alguns órgãos de fomento ao agronegócio e uma entrevista com o gerente de desenvolvimento do alto sertão do SEBRAE acerca dos projetos e investimentos neste setor. O Projeto SERTANEJO – Programa Especial de Apoio ao Desenvolvimento da Região Semiárida do Nordeste, foi criado em agosto de 1976/1986. Visava interferir nessa área nordestina, objetivando tornar a sua agricultura resistente às secas e explorar suas possibilidades de desenvolvimento. Contribuiu para o crescimento da pecuária, atuando na viabilização das reservas alimentícias para os animais nos períodos de estiagem. Para facilitar a compreensão foi organizado um quadro com os setores e o que produzem.

| ATIVIDADE | PRODUÇÃO | INCENTIVO/FOMENTO |
|-------------|---|---|
| AGRICULTURA | Acerola, Banana, Goiaba, Manga, Graviola, Abóbora, Macaxeira, Amendoim, Feijão de corda, Milho, Quiabo, Coentro, Maracujá, Pimentão e Tomate. | COHIDRO - Perímetro Califórnia. Projeto Jacaré - Curitiba |
| PECUÁRIA | Bode, ovinos, caprinos, galináceos, gado – derivados leite, queijo, manteiga | SEBRAE |
| PSICULTURA | Tilápia | SEBRAE |
| OUTRAS | Rapadura, doces | Particular |

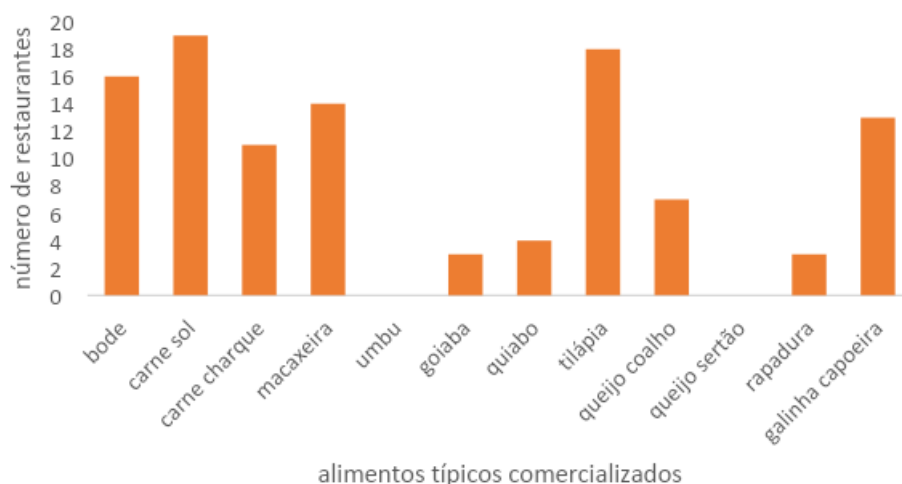
Quadro 2. Setor de produção x produtos da região.

Fonte: Próprio autor.

E. O que é comercializado?

Para analisar este item foi feita a pesquisa documental nos cardápios dos restaurantes que atendem ao turista no município de Canindé do São Francisco, verificando a inclusão de insumos locais. Tais como: galinha de capoeira, carne de bode, peixe tilápia, macaxeira, carne seca, carne do sol, queijo coalho, queijo do sertão, quiabo, rapadura, umbu e goiaba. O resultado pesquisado segue a seguir em gráfico ilustrativo abaixo:

Gráfico 1. Alimentos típicos comercializado nos restaurantes.



Fonte: Próprio autor.

Dos vinte e cinco restaurantes entrevistados, 64% comercializam o bode nas suas preparações gastronômicas, 68% a carnes do Sol e 44% a carne de charque. Todos eles adquirem os insumos através de fornecedores locais.

Os restaurantes que comercializam macaxeira nas suas preparações gastronômicas representam 56% dos pesquisados. Este insumo é adquirido através da cooperativa COOPRASE que fazem parte do assentamento do movimento agrário do projeto de irrigação Jacaré – Curitiba.

Nenhuns dos restaurantes pesquisados comercializam umbu nas suas preparações gastronômicas, principalmente porque este fruto só está na safra no período de janeiro a abril.

12% dos restaurantes comercializam goiaba e quiabo nas suas preparações gastronômicas. Atualmente a maior produção agrícola da região é

o quiabo, no entanto ele é pouco comercializado na região. Toda a sua produção é escoada para o estado da Bahia, dessa forma foi encontrado este insumo para comercialização na feira livre local em pequena quantidade e os restaurantes Caçuá, Karrancas e Restaurante Cangaço Ecopark. Também não oferecem esta preparação diariamente, normalmente, em um dos dias específicos da semana. Apenas o restaurante Sabor do Sertão possui a iguaria no seu buffet diariamente.

Os restaurantes que comercializam peixe tilápia nas suas preparações gastronômicas, representam aproximadamente 64% dos entrevistados. Este peixe é adquirido pelos pescadores locais durante todo o ano, por conta da produção em viveiros.

28% dos restaurantes comercializam queijo coalho nas suas preparações gastronômicas. O insumo é adquirido pelos produtores locais na feira livre semanal. Nenhum dos restaurantes pesquisados comercializam queijo do sertão nas suas preparações gastronômicas por conta da sua perecibilidade, pois informam que o consumo deste é peculiar uma vez que deve ser servido ao natural, pois o sabor é alterado quando resfriado. Assim a conservação deste deve ser por no máximo dois dias de consumo então a logística de armazenamento, abastecimento e fornecimento fica cara para a sua manutenção.

Os restaurantes que comercializam rapadura nas suas preparações gastronômicas são: o Karrancas e o Cangaço Ecopark que oferecem o sorvete de rapadura e o restaurante Angicos que fornece a rapadura na sua forma original. Embora seja um alimento de valor histórico na alimentação do sertanejo, ele não foi encontrado na feira livre e nas preparações da maioria dos estabelecimentos.

52% dos restaurantes comercializam galinha de capoeira nas suas preparações gastronômicas. Este insumo é adquirido na feira livre local ou de pequenos fornecedores da região.

Portanto, os alimentos que são comercializados em quase todos os restaurantes são: **macaxeira, carne do sol, galinha de capoeira, bode e tilápia.**

F. Qual a demanda turística?

Para que a atividade turística tenha êxito em relação a identidade de um grupo social, ela deve ser estabelecida com base nos elementos que remetem a memória pela qual aquele povo se identifica. De acordo com Maciel (2013) e Gimenez (2009/2012), ao desenvolver o enfoque turístico das comidas tradicionais, verifica-se ainda a possibilidade de valorização cultural a partir da recuperação e divulgação das receitas das tradições a ela relacionadas; o incentivo aos produtores agrícolas e de criações de animais (no sentido de que a maioria dos ingredientes tende a ser originária da região) e aos artesãos cujo ofício se relaciona com a gastronomia. A comida típica não é qualquer comida; representa experiências vividas, representa o passado e, ao fazê-lo, o coloca em relação com os que vivenciam o presente.

| ESTABELECIMENTO | DEPOIMENTO |
|------------------------------------|--|
| Restaurante Sabor Do Sertão | “Comida ótima, com purê de macaxeira, quiabo e abóbora ótimos. Tilápia frita uma delícia. Saindo de Canindé SE fica na estrada indo para Aracaju. ” |
| Restaurante Sabor Do Sertão | “Verdadeiras delícias que só encontramos no Nordeste, como galinha caipira, buchada de bode, carne do sol, quiabada, feijão fradinho, mandioca frita e cozida e tantos outros que não conhecíamos, mas, saborosíssimos. Variedade de sobremesas e sucos. O ambiente é agradável, caprichosamente decorado, banheiros limpos e bem cuidados. Restaurante lotado, mas o atendimento perfeito, garçons rápidos e atenciosos. ” |
| Restaurante Sabor Do Sertão | “Nosso pedido, para dois, foi a típica galinha de capoeira , também conhecida como galinha caipira. Quanto ao prato, realmente estava bom, mas quanto ao atendimento ficou a desejar, considerando que apesar da informação que seria rápido, demorou em torno de 40 minutos para ser servido. ” |
| Karrancas Restaurante | “Pedimos à la carte, um peixe ao molho de camarão com um pirão muito bom, e uma carne de sol que estava muuuito dura!!” |
| Karrancas Restaurante | “O peixe frito estava bem encharcados. O bode estava muito bom. Se houvesse outro restaurante no local eu indicaria. Mas, só tem esse. Então, o negócio é encarar esse. ” |
| Karrancas Restaurante | “O restaurante tem uma estrutura boa para turistas, a comida é boa, quentinha, tinha até carneiro e pirão de carneiro (e por incrível que pareça estava gostoso). Senti falta de mais opções de peixes e frutos do mar . ” |

| | |
|------------------------------|---|
| | Poderia ter ao menos um pouco de camarão . Mas no geral foi bom. ” |
| Restaurante Spartacus | “Muito bom os pratos. Comi de mais. Preço justo... dividimos a picanha de cordeiro e estava muito boa a carne de sol nordestina tbm estava ótima. E por fim o file de tilápia , todos deliciosos. ” |
| Restaurante Spartacus | Excelente comida e atendimento! Caldo de macaxeira e caldo de sururu. Pizza top sergipana e 5 queijos. |
| Restaurante Spartacus | Boa variedade de pizzas , pratos, petiscos e cervejas! O grupo elogiou bastante as pizzas e petiscos. Recomendo a porção de carne de cordeiro (bode) ! |
| Restaurante Caçua | Comida saborosa, apreciamos uma muqueca de dourado e file de carne . Dois pratos bem servidos que alimentaram 6 pessoas com tranquilidade. |
| Restaurante Caçua | O melhor local para comer na região! O restaurante oferece buffet à Kilo com uma variedade enorme de pratos, há muita comida regional, com carne seca inclusive, é possível comer bem com 25,00 Reais, isso já incluso bebida e sobremesa. |
| Restaurante Mandacaru | Restaurante bom, mas de preços um pouco salgados. Comida nordestina do interior, carnes de sol deliciosas. Vale a pena provar. |
| Restaurante Mandacaru | Para quem aprecia uma carne de sol , o lugar é ótimo. Decoração leve e agradável, e variada cozinha sertaneja . Restaurante com preço razoável e bem frequentado. |

Quadro 3. Depoimento dos turistas quanto a culinária dos restaurantes pesquisados.

Fonte: Próprio autor.

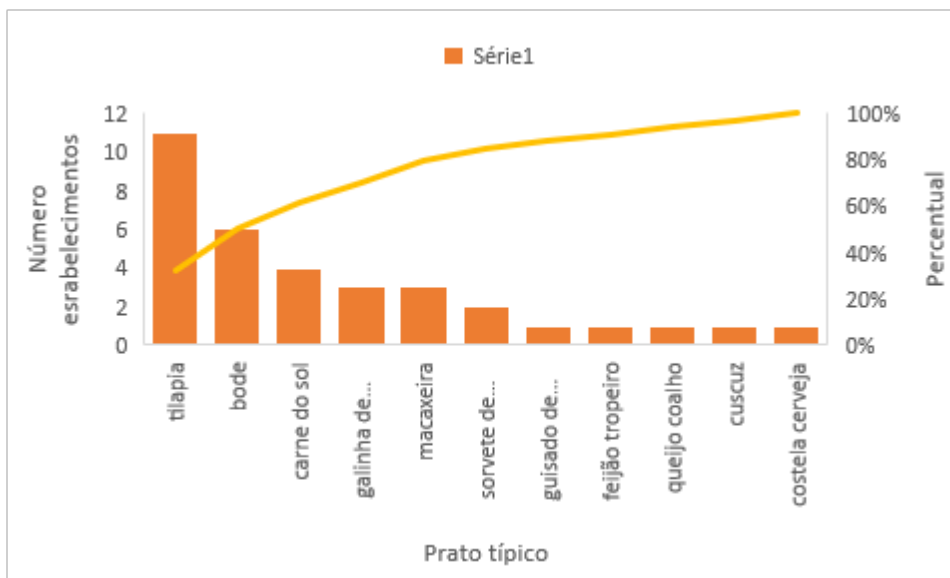
Conforme o quadro 3, no qual foram transcritos alguns depoimentos de turistas em site de viagens sobre os principais restaurantes que frequentaram em Canindé do São Francisco, os relatos escolhidos são os que fazem alusão a ingredientes locais ou alimentos que possuam alguma relação identitária com a região.

Analisando as avaliações e depoimentos feitos pelos turistas, os alimentos que mais se repetem nas citações fazendo alusão a uma comida nordestina são: **carne do sol, carneiro ou bode, peixe (não especifica, mas também cita a tilápia), galinha de capoeira e macaxeira.**

G. Qual a percepção dos donos de bares e restaurantes?

Os donos dos restaurantes têm opiniões diversificadas quanto ao prato típico da região e o prato típico principal do estabelecimento que se identifique com a identidade do local foram identificados como segue abaixo

Gráfico 2. Prato Típico estabelecimento.



Fonte: Próprio autor.

Portanto conforme o gráfico 2, o prato principal considerado como típico da região pela maioria dos estabelecimentos foi a **tilápia** com 52% das respostas nos vinte e oito restaurantes pesquisados, em seguida **o bode com 24%**, a **carne do sol** com 16% e a **macaxeira e a galinha de capoeira** ambos com 12%.

Dessa forma, diante de todos os critérios analisados anteriormente, foi criado um comparativo, conforme quadro de número 3, para se definir qual deveria ser o alimento identitário que represente a sergipanidade sertaneja. Os dados foram cruzados e o alimento que apareceu em todos os critérios foi a **MACAXEIRA e a CARNE DO SOL, seguido do QUEIJO.**

| CRITÉRIO | ALIMENTO |
|---------------------|---|
| O que é identidade? | Carne do sol, leite, queijo |
| O que é tradição? | A mandioca, a carne do sol, o milho, o feijão, o leite e seus derivados (manteiga e queijo). |
| O que é consumido? | Manteiga de garrafa, o queijo coalho e a raspa do requeijão; os derivados da tapioca como o beiju, pé de |

| | |
|---|--|
| | moleque, malcasado; o mel, a goiaba; o quiabo, ovos de galinha de capoeira, rapadura, o cuscuz com ovos estrelados, a macaxeira frita ou cozida, a carne de carneiro guisada, a carne do sol frita, o inhame, o café com leite, a buchada de carneiro, os doces de corte produzidos com frutas do sertão, queijo. |
| O que é produzido? | Acerola, Banana, Goiaba, Manga, Graviola, Abóbora, Macaxeira, Amendoim, Feijão de corda, Milho, Quiabo, Coentro, Maracujá, Pimentão e Tomate, Bode, ovinos, caprinos, galináceos, gado – derivados leite, queijo, manteiga, tilápia, rapadura e doces. |
| O que é comercializado? | Macaxeira, carne do sol, galinha de capoeira, bode e tilápia. |
| Qual a demanda turística? | Carne do sol, carneiro ou bode, peixe (não especifica, mas também cita a tilápia), galinha de capoeira e macaxeira. |
| Qual a percepção dos donos de bares e restaurantes? | Tilápia, o bode, a carne do sol, a macaxeira e a galinha de capoeira. |

Quadro 3. Critérios identidade x alimento

Fonte: Próprio autor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Portanto, percebe-se que de forma **comercial** em bares e restaurantes, existe uma forte inclinação para eleger a **tilápia** como o alimento identitário do sertão, fato proposto principalmente pela atuação do órgão SEBRAE, em relação ao fomento e incentivo desta região através do programa de desenvolvimento econômico territorial do alto sertão. Porém, **a macaxeira, a carne do sol e o queijo do sertão** possuem uma relação de **identidade e pertencimento** mais próxima a realidade do homem sertanejo, fato que é comprovado nesta pesquisa, quando foram cruzadas as informações de caráter econômico, mas também histórico e cultural.

A macaxeira símbolo de fortaleza, pois pode ser cultivada, mesmo num solo com adversidades climáticas, representa a origem nativa do povo sertanejo e está presente de seu cotidiano, na forma mais simples de produção que é a farinha de "guerra", assim denominada por representar a guerra diária para a sobrevivência numa região de clima semiárido.

A carne do sol representa a bravura e fortaleza do homem sertanejo, no processo de domesticação do gado, do manejo da pastagem e da dificuldade em mate-lo vivo diante de tanta seca. O homem e o gado representam o símbolo do sertão.

Já **o queijo** é inserido no contexto familiar, são as mulheres que iniciam o beneficiamento do leite e amassam a alma do sertanejo com a maciez e leveza deste alimento. Assim a identidade gastronômica do sertão sergipano é marcada pela história de resistência do homem sertanejo em sobreviver em território rico e ao mesmo tempo escasso de nutrientes, através da mandioca como uma raiz brava e a carne exposta ao sol como um alimento com menor perecibilidade, ambos promovem a força e o sustento alimentar do cotidiano. E o queijo, símbolo da mulher e da família, maior fonte de riqueza que os sertanejos consideram, completa essa identidade de pertencimento a gastronomia.

Dessa forma, a sergipanidade gastronômica do sertão é caracterizado **pelo trinômio macaxeira, queijo e carne do sol**, representados pela identidade de força, sobrevivência e família pertencentes aos hábitos cotidianos do homem sertanejo.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Alexsandra Araújo de. **A feira livre de Caicó RN: um cenário de tradição e resistência às novas estruturas comerciais modernas**. Caicó: UFRN, 2016.

ANDRADE, Manoel C. de. **A terra e o homem no Nordeste**. 5. ed. São Paulo: Ed. Atlas, 1986.

ARAÚJO, Regina. **A formação da memória territorial brasileira (1838-1860)**. Tese de Doutorado. São Paulo: DG/FFLCH/USP, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-6552005000600006&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 17 mar. 2017.

BARRETO, Sérgio Alberto Menezes. A concepção de um produto turístico sergipano embasado na história do Cangaço como atrativo potencial. In: **VII ENTBL**. Livro de Resumos. Ilhéus, BA: Programa de Mestrado em Turismo e Cultura, da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), 2003.

BOTELHO, A. **Geografia dos sabores: ensaio sobre a dinâmica da cozinha brasileira**. Textos do Brasil. Brasília: MRE, 2007, p. 60 – 69.

BRASIL. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. **Patrimônio imaterial**: fortalecendo o sistema nacional. Brasília: IPHAN, 2014.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. Tradução de Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. 3. ed, São Paulo: Edusp, 2000.

CATARINO, Carolina. Comida revela seus valores culturais. **ComCiência**. Disponível em: <https://www.comciencia.br/dossies-1-72/reportagens/2005/09/07.shtml>. Acesso em: 11 jul. 2021.

CARVALHO, Jean. O espírito sertanejo materializado no movimento do Cangaço. **Legio Victrix**. 2014. Disponível em: <https://legio-victrix.blogspot.com.br/2014/05/por-jean-carvalho-o-brasil-de-fato-e-um.html>. Acesso em: 27 mai. 2018.

CAPISTRANO DE ABREU, João. **Capítulos de História Colonial – 1500 -1800**. 2ª ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Viajando o Sertão**. 2.ed. Natal: Gráfica Manimbu, 1975.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. v.3. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

CASTRO, Josué de. **Geografia da Fome**. 4.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

CHANDLER, Billy Jaynes. **Lampião, o Rei dos Cangaceiros**. Tradução de Sarita Linhares Barsted. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1980.

COSTA, Alcino Alves. **Lampião Além da Versão**. Sociedade Editorial de Sergipe. Aracaju, 1994.

COELHO, A.M., RIBEIRO, L.M., & FONTES FILHO, J. R. **A Experiência como vantagem competitiva para o turismo**. S/l: Fundação Getúlio Vargas – FGV, 2001.

CRUZ, Mércia e SIMÕES, Maria de Lourdes. **O imaginário da cozinha regional como condutor e atrativo do destino turístico**. Ilhéus-BA: UESC, 2011. Disponível em: http://www.uesc.br/icer/artigos/o_imaginario_cozinha_regional.pdf. Acesso em 11 jul. 2021.

DA MATTA, Roberto. Sobre o simbolismo da comida no Brasil. **O Correio**, Rio de Janeiro, vol.15, n7, julho de 1987.

DANTAS, Geovany Pachelly Galdino. **Feira livre de Macaíba/RN**: um estudo das modificações na dinâmica socioespacial (1996-2006). 2007, 209 f. Dissertação

(Mestrado em Geografia). Natal: Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2007. 209 f.

DINIZ, José A. F. **A condição camponesa em Sergipe – desigualdade e persistência da agricultura familiar**. Aracaju: NPGE, 1996.

FACÓ, Rui. **Cangaceiros e Fanáticos**. 9a. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1991.

FERREIRA, Vera; AMAURY, Antônio. **De Virgolino a Lampião**. São Paulo: Idéia Visual, 1999.

Fischler C. **El (h)omnívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo**. Barcelona: Anagrama; 1995. 421 p.

FREYRE, Gilberto. **Nordeste**. 7. ed. São Paulo: Global, 2004.

GASTAL, S. **Turismo, imagens e imaginários**. São Paulo, Aleph: 2005.

GIMENES, Maria Henriqueta. **Sentidos, sabores e cultura: a gastronomia como experiência sensorial turística**. Ed. SENAC, 2010.

LEONARDO, Maria. Antropologia da Alimentação. **Revista Antropos**, vl.3, ano2. 2009.

LIMA, Anna Erika Ferreira; SAMPAIO, José Levi Furtado. Aspectos da formação espacial da feira-livre de Abaiara – Ceará: relações e trocas. In: **Anais XIX Encontro Nacional de Geografia Agrária**. São Paulo: Universidade Federal do Ceará, 2009. p. 01-19.

LIMA, Nísia Trindade (1999). **Um sertão chamado Brasil**. Intelectuais e representação geográfica da identidade nacional. Rio de Janeiro: Revan/IUPERJ.

MACIEL, Maria Eunice. Uma cozinha à brasileira. **Estudos históricos**, n. 33, Rio de Janeiro, jan. -jun. de 2004.

MACIEL, Maria Eunice. A comida boa para pensar: sobre práticas, gosto e sistemas alimentares a partir de um olhar socioantropológico. **Demetra**, Vol. 8, supl. 1, Rio de Janeiro, RJ, 2013, p. 321-328.

MELLO, Frederico Pernambucano de. **Guerreiros do Sol: violência e banditismo no Nordeste**. 5 ed. São Paulo: A Girafa, 2004.

MENEZES, S. de S. M.; ALMEIDA, M. G. A produção de queijos no Sertão Sergipano troca de mãos: uma questão de gênero. R. **RA´E GA**, Curitiba, n. 16, 2008, p. 47-54.

MORAES, Antônio Carlos Robert. **Bases da formação territorial do Brasil**. O território colonial brasileiro no “longo” século XVI. São Paulo, Hucitec, 2000.

MORAIS, Luciana P. Comida, Identidade e Patrimônio: Articulações possíveis. **História: Questões & Debates**, Curitiba, n.54, p.227-254, jan/jun. 2011.

MOTT, Luiz Roberto de Barros. Subsídios à história do pequeno comércio no Brasil. **Revista da História**, São Paulo, n. 105, 1976.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. **História do Cangaço**. 5 ed. São Paulo: Global, 1997.

REINHARDT, J.C. **Dize-me o que comes e te direi quem és: alemães, comida e identidade**. 2007. 204f. Dissertação (Doutorado em História). Curitiba: Faculdade de Ciências, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná, 2007. Disponível em: <http://dspace.c3sl.ufpr.br:8080/dspace/handle/1884/15966>. Acesso em 11 jul. 2021.

SOUZA, Candice Vidal e. **A Pátria Geográfica. Sertão e litoral no pensamento social brasileiro**. Goiânia, Ed. Universidade Federal de Goiás, 1997.

VALGUDA, Vander. O Desenvolvimento do Enoturismo no Vale dos Vinhedos (RS/BRASIL). **Cultur**, 2012. Disponível em: <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo>. Acesso em 11 jul. 2021.

VEDANA, Viviane. **“Fazer a feira”**: estudo etnográfico das – artes de fazer de feirantes e fregueses da feira livre da Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Antropologia. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004. 251p.

WOORTMANN, Ellen F. **Herdeiros, parentes e compadres**. São Paulo: Hucitec; Brasília: Edunb, 1995.

CAPÍTULO 4

COMIDA DE FEIRA E MEMÓRIA GUSTATIVA: UM PASSEIO PELA FEIRA DE ITABAIANA/SE





COMIDA DE FEIRA E MEMÓRIA GUSTATIVA: UM PASSEIO PELA FEIRA DE ITABAIANA/SE

José Almeida dos Santos
Susana de Araújo Gastal

O texto em evidência, de teor ensaístico memorialístico, busca uma reflexão acerca da *comida de feira*. No enfoque aqui proposto, apresentamos a *comida de feira* como inserida no que tem sido tratado como *comida de rua*, uma das práticas associada a alimentação fora do âmbito doméstico mais antigas na história, estando presente em diferentes culturas ao longo do tempo com seus cheiros, cores e sabores. Nos enunciados de Pertile (2012), as comidas de rua estavam presentes junto às feiras e mercados públicos, no caso do Brasil, já a partir do século XVI.

A *comida de feira* é apresentada por (Gutiérrez, et al, 1999) como expressão cultural associada às memórias de cada sociedade que, apesar das mudanças não só dos costumes, mas também das tecnologias decorrentes dos processos de globalização, têm resistido à passagem do tempo. De certa forma, nas feiras de rua as práticas culinárias se renovam para continuarem fiéis ao mesmo propósito: apresentar uma comida que atenda não só as necessidades básicas alimentares, mas que também nutra emoções, ative memórias e desejos.

Nesses termos, a reflexão apoia-se teoricamente em questões associadas à <memória> a partir de (Candau, 2021) e (Halbwachs, 1968), e aponta como objeto de observação - à guisa de objeto empírico -, a Feira de Itabaiana, no interior do Estado de Sergipe [Brasil]², tendo como recorte temporal o período em que frequentamos o espaço, entre 1970 e 2020.

² Sergipe com uma extensão de 2,199 milhões de hectares, situa-se entre os paralelos 9'31's e 11'34's e os meridianos 36'25' e 38'4'. Limita-se com os estados de Alagoas, ao Norte, com a Bahia, ao Sul e oeste, e tendo a faixa litorânea banhada pelo oceano Atlântico ao Leste (SEPLANIUFES, 1979). Sua população é de 2.068.017, segundo o Censo ((IBGE, 2010), e estimativa de 2.318.822 para 2020, com densidade demográfica de 94,36 hab/km². O Índice de

A cidade de Itabaiana, situada no agreste sergipano e distante 58 km da capital do estado, Aracaju, pode ser alcançada a partir dela, por ônibus, em viagem que dura em média 45 minutos. A população da cidade era de 86.967 em 2010, com estimativa, para 2020, de 96.142, (IBGE, 2010). O primeiro morador teria sido Simão Dias Francês, nascido em 1594 e, segundo a lenda, filho da união de um soldado francês com uma índia. Com a invasão holandesa, deixou a terra natal e foi fixar-se nas matas do Caiçá, região em que mais tarde se formaria o município que recebeu seu nome.

A colonização e povoamento de Itabaiana tiveram início após a conquista do território sergipano por Cristóvão de Barros, em fins do século XVI, efetivando-se a posse das terras pelos colonos, gradativamente, por cartas de doação, nos séculos XVI e XVII. Ao fidalgo português, Ayres da Rocha Peixoto, por feitos junto às tropas de Cristóvão de Barros, foi concedida a primeira sesmaria, passando o sítio que aí se formou a ser conhecido como Caatinga de Ayres da Rocha³. O arraial de Santo Antônio surgiu no século XVII, em região fértil, vizinha aos rios Lomba e Jacareíba, no antigo sítio de Ayres da Rocha. No arraial foi levantada a primeira igreja, que daria origem à atual Matriz de Santo Antônio e Almas de Itabaiana, construída a partir de 1675.

O município de Itabaiana está situado numa região de transição entre o litoral úmido e o sertão semiárido sergipano, com o clima tropical megatérmico seco e úmido, estando 13,9% de área municipal inserida no polígono das secas, com precipitação média anual inferior a 1000 mm e com temperatura média de 24,7°C. Essas características, associadas à geologia e à geomorfologia, explicam os bons índices de produção de hortaliças do município (Carvalho, 2010). Para o mesmo autor, a diversidade de ofertas de hortifrútis encontrada nos dias de Feira origina-se nas propriedades circunvizinhas e de lá levadas diretamente para comercialização, o que garante sempre produtos frescos e de qualidade. A oferta de comidas também apresenta destaque. Ali, a comida da feira exala um aroma inesquecível. Impossível voltar aquele lugar e não mergulhar na mistura de cheiro, todos os aromas revividos como se a visita

Desenvolvimento Humano (IDH) é de 0,665, índice composto a partir de dados referente à expectativa de vida ao nascer, educação e PIB per capita (IBGE, 2010).

³ Conforme cidades.ibge.gov.br (s.d.)

anterior tivesse acontecido há poucos dias, quando na verdade, poderiam ter se passado muitos anos... O cheiro está nos imaginários e nas nossas memórias.

Para (Candau, 2021, p. 9), a memória é acima de tudo, uma construção continuamente atualizada do passado, mais do que uma reconstituição fiel dele: “a memória é de fato mais um enquadramento do que um conteúdo, um objetivo sempre alcançável, um conjunto de estratégias, um ‘estar aqui’ que vale menos pelo que é do que pelo que fazemos dele”. Nos dizeres de (Paola, et al 2018), a questão *memória* perpassa muitas áreas do conhecimento, da Medicina às Ciências Sociais, nesta associada a abordagens que a tratam como um fenômeno inerente ao ser humano, com papel central nos cotidianos. A comida está entre tais fenômenos, condição em que provoca sentimentos, emoções e... novas memórias. E nesse contexto, as autoras afirmam que comida e memórias convergem, se misturam, se tornam memórias gustativas. Nessa perspectiva, os aromas exalados nas feiras estão vivos e mantêm-se vivos na memória olfativa.

Já (Halbwachs, 1968, p. 25) afirma que nossas lembranças permanecem coletivas, ou seja, ao mesmo tempo em que são ‘nossas’, elas nos são lembradas pelo que os outros, a nossa volta, conosco compartilhem, mesmo que se trate de acontecimentos nos quais só nós tenhamos estado envolvidos. O teórico continua lembrando: É porque, na realidade, nunca estivemos sós. E podemos acrescentar: nunca iremos estar sós em uma feira tradicional e popular. Para o autor, a memória reporta à tradição, quando esta contribui para coesão social, por exemplo, em termos de condição necessária à admissão de indivíduos em um grupo ou comunidades, reais ou simbólicas. Em outras palavras, os costumes alimentares locais, ou seja, presentes nas memórias ou mesmo nas práticas gastronômicas pessoais e sociais, contribuem de forma significativa para compreensão dessa sociedade no seu passado e no seu presente

Para (Santos, 2005, p. 2), o alimento constitui uma categoria histórica, pois os padrões de permanência e mudanças dos hábitos e práticas alimentares têm referências na própria dinâmica social. Os alimentos não são somente alimentos, e o autor reforça que, se comer é um ato nutricional, comer em público e com outras pessoas é um ato social, condicionado, mas também condicionando atitudes ligadas aos usos, costumes, protocolos, condutas e

situações. Corroborando com a fala de (Santos, 2005), percebe-se essa mudança, consumo, comensalidade e comportamento na sociedade itabaianense e adjacências. Mas, os costumes se mantêm presentes mesmo na mudança do cardápio, como a substituição de alguns pratos com molhos, por outros, grelhados na brasa. A comida, neste sentido, demarca os modos de produção local, os saberes tradicionais, as regras, o gosto, as interações familiares e as rupturas no transcurso do tempo (Gastal; Beber, 2020, p. 4).

Praticando a Feira

A Feira de Itabaiana teve origem, provavelmente, em área próxima da Igreja Velha, na fazenda de Ayres da Rocha Peixoto, que se tornara local de reunião e “ponto de encontro de pessoas em trânsito entre o norte e o sul do Estado” (SILVA, 1987, p. 8). Com a transferência da igreja matriz de Vila Velha para o centro da Caatinga de Ayres da Rocha, estabeleceu-se o espaço da atual cidade de Itabaiana (CARVALHO, 2010). A feira de Itabaiana já era na década de 1980, uma das maiores centralidades urbanas de Sergipe, pois sua influência tinha alcance interestadual e forte atuação sobre os municípios sergipanos mais próximos, chegando a Nossa Senhora da Glória, Simão Dias, Boquim e, em menor escala, a Maruim (com influência restrita a municípios situados na Cotinguiba), e a Jeremoabo (BA) (DINIZ, 1978, Apud CARVALHO, 2010, p. 124). Elevada à categoria de vila, houve no comércio um predomínio de agricultores e comerciantes de gêneros alimentícios em dois armazéns, não havendo presença de produtos industrializados, mas destacada presença de alfaiates, por exemplo. (ITABAIANA, 2021).

A Feira variava um pouco de localização. Quando estivesse no comando da municipalidade, o político José Sebrão Carvalho, ela era montada na Praça Fausto Cardoso, pois ele tinha casa comercial ao lado da igreja. E quando seu rival dominava, a Feira passava para o Largo Santo Antônio. Apenas em 1928 passou a ser definitivamente instalada no referido Largo, onde se mantém até a atualidade. O crescimento da Feira levou à criação do Largo José do Prado Franco. O Talho de Carne (comércio) continuou por muito tempo na Praça Fausto Cardoso. Só em 1947 é que o prefeito Jason Correia construiu o mercado

no Largo Santo Antônio, a Feira passando a se concentrar no seu interior (ITABAIANA, 2021)

Nessa perspectiva, a feira de Itabaiana continua crescendo, visto que não acontece só nos espaços onde situa-se a feira propriamente dito, mas em todo o centro da cidade onde o comércio tanto varejista como no atacado é dos maiores do estado.

Figura 1 – Frutas tropicais, parte delas da própria região.



Fonte: Arquivo da pesquisa (2016)

Na Feira de Itabaiana encontram-se roupas, calçados, produtos de barros como panelas, potes, pratos, filtros de barro, moringa, artesanato de barro, produtos de vime, móveis domésticos, brinquedos artesanais, produtos de montaria como arreios, produtos de ferro que vão do simples espeto a enxadas e outras ferramentas para as atividades inerente ao rural, bijuterias, produtos de plásticos como bacias, baldes, canecas e mais uma infinidade de utilitários doméstico.

Mas, além do exposto, a feira é um verdadeiro mosaico de frutas e vegetais, formando um espaço repleto de cores e aromas inesquecíveis. Conforme a Figura 1, a Feira oferece produtos como acerola, maracujá, goiaba, manga espada, manga rosa, umbu, melancia, maçã, mangaba, jenipapo, jabuticaba, seriguela, abacaxi, variedades de uvas, melão, caju, mamão papaia e formosa, pinha, castanha de caju, entre outras. A maior parte deles, produzidos na própria região. Os negócios realizados vão das pequenas compras para subsistência, a grandes negócios como as negociações em carradas de caminhões e mais caminhões de produtos da agricultura que são distribuídos

para diversas localidades do Brasil como por exemplo, o inhame, o coco, melancia, farinha de mandioca, manga, jaca, batata doce entre outras variedades.

Porém, além dessas atividades econômicas, existem outras paralelas que fazem parte desse universo, como as pequenas barracas de circo, barracas de jogos de carta e dados, artista de rua, literatura de cordel, apresentações de sanfoneiros, vendedores de remédios naturais conhecidos na região como curandeiros, peixe elétrico (enguia que dar choque) e, entre tantas outras coisas, a culinária.

Os espaços onde acontece a Feira é formado por duas quadras e três mercados os quais dividem-se em: mercado de carnes bovina, carne de charque, carne de sol, aves, alguns derivados de leite como queijos, requeijão e manteiga. Em outro mercado, na sequência, encontra-se: as carnes de ovino, caprino, suíno, buchada de bode (a buchada além das vísceras do animal que pode ser bode ou carneiro, também acompanha as patas e a cabeça do animal). O sarapatel de porco é muito semelhante a buchada, porém, não acompanha a cabeça e nem as patas do porco.

No terceiro mercado são ofertados: farinha de mandioca, milho, tubérculos e raízes tais como: inhame, batata doce, macaxeira (em algumas regiões do Brasil, também chamada de aipim, ou mandioca), abóbora de diversos tipos, cebola, entre outros.

Figura 2 – Variedades de camarões – de mar e de água doce e aratus.



Fonte: Arquivo da pesquisa (2016)

Grande parte da mercadoria encontrada neste espaço estão, também, em outros, entretanto, esses produtos em sua grande maioria são negociados no

atacado. As proteínas, com exceção das carnes salgadas, são todas frescas, ou seja, os animais são abatidos na noite anterior e vão direto para os mercados. Geralmente não se congela carnes, a cultura é comer carne fresca, e quando por algum motivo os feirantes percebem que algum produto não está vendendo bem, eles vão baixando o preço até terminar todo o estoque. Outra característica é que não existem cortes especiais como filé mignon, contrafilé, fraldinha, maminha, alcatra etc., mas apenas o que eles chamam de carne de primeira e carne de segunda, isso apenas para os produtos bovinos. As quadras são divididas em sub-quadras. Por exemplo, a maior delas é dividida em espaço para calçados e roupas, chapéus, bonés e outras variedades de miudezas (produtos de costura doméstica, espelhos etc.). A segunda quadra é dividida em espaços para hortifrúti, pescados frescos e salgados, crustáceos como caranguejo uçá vivo e guaiamum (espécie de caranguejo azul), barracas de camarões, siris, aratus, já cozidos prontos para ser consumidos (Figura 2). Esses camarões são cozidos de água e sal, e podem ser utilizados nas mais diversas preparações gastronômicas. Os mais avermelhados são de água doce, e os mais claros de mar ou lagoas. A seguir outros crustáceos comuns na região com o aratu, por exemplo. O aratu, é um tira-gosto muito apreciado pelos nordestinos, tanto inteiro, como despincado, ou seja, só a carne. Geralmente são vendidos sempre cozidos de água e sal e costumam ser muito salgados. Vale ressaltar que essa iguaria é muito comum no estado de Sergipe e Bahia, embora atualmente a oferta é bem mais reduzida.

Figura 3– Bolo pé de moleque, amendoim cozido, rosário de Ouricuri



Fonte: Arquivo de pesquisa (2016)

Outro produto muito tradicional na feira de Itabaiana é o Ouricuri cozido, conforme Figura 3. O Ouricuri é um produto comum, encontrado cozido ou seco. Quando seco quebra-se fruto e retira-se as amêndoas que fica envolto com um

casco muito duro e esses são colhidos direto na natureza, esses são os frutos caídos da palmeira. Nesse caso é só quebrar e saborear a amêndoa que tem sabor de coco, mas alguns vendedores criativos e com a intenção de tornar as vendas mais atrativas, pegam as amêndoas e fazem rosários conforme mostra a Figura 3.

Também é comum encontrar-se na Feira as castanhas de caju e o Maturi. A castanha de caju é o fruto do caju, fruto muito tradicional em toda região Nordeste do Brasil. Porém, tratando-se do Maturi no estado de Sergipe, é um prato muito tradicional nos interiores, o qual se estende para área urbana quando beneficiado e levado à feira para ser vendido. O amendoim cozido, reconhecido como patrimônio imaterial de Sergipe, através da Lei 7.682/2013, é outro produto popular da Feira e mesmo em eventos sociais, casamentos, por exemplo, como presença marcante nas mesas.

O Maturi é o fruto caju ainda bem novo e verde, conforme a (Figura 4), no quadrado inferior à direita, que o mostra já cortado e retirado da casca. É uma iguaria tão versátil quanto o outro derivado dele, a castanha de caju, produto tradicionalmente conhecido em todo Brasil. Várias receitas podem ser feitas com essa iguaria: o Maturi pode ser consumido com galinha guisada, com camarão, com ovos, ou apenas guisado, na moqueca, como suflê, tortas. Uma das receitas tradicionais feita com o Maturi é a galinha guisada: 1/2 Galinha de capoeira, temperada, com pimenta do reino, sal a gosto, cominho moído, tomate, pimentão, cebola, coentro, alho e colorau. Cozinha-se a galinha e mistura-se com mais ou menos ½ litro de Maturi já escaldado, cozinhando tudo junto. Tanto o maturi como a castanha, são produtos comuns na feira de Itabaiana.

Figura 4 - Castanha de caju, seca na casa, castanha de caju processada e pronta para o consumo, maturi e o caju já formado e o maturi cortado para ser cozido.



Fonte: <https://agro20.com.br/maturi/> (2021)

Comendo na Feira....

Nesta perspectiva, não é por acaso que a comida servida também é destaque na Feira de Itabaiana. A oferta começa ainda na noite que antecede à sua instalação, ou seja, nas terças-feiras e nas sextas-feiras, para atender aos comerciantes, caminhoneiros e outros trabalhadores que participam do processo de montagem. Comida de feira ou comida de rua, o fato é, que comer na feira ou rua é um ato social e prazeroso que perdura há séculos.

Com o passar dos anos, alguns costumes foram mudando, como por exemplo, a forma de cozinhar. Novos métodos de cocção⁴ foram adicionados a esses costumes como por exemplo, o churrasco assado na brasa e o peixe criado em cativeiro os quais na época não existiam. As barracas de comida que havia no meio da Feira, migraram para um outro espaço construído pela prefeitura da cidade, na forma de box (Figura 5) mas nem todos migraram, e ainda se encontram alguns comerciantes, nos espaços antigos.

Figura 5 – Novo espaço gastronômico da feira



Fonte: Silva (2021).

Entretanto, apesar de estarem na mesma Feira, o sentimento de memória não é o mesmo. É como se houvesse uma lacuna, embora os espaços tenham todos sido preenchidos por outras barracas de produtos dos mais diversos, entretanto, não se pode ignorar que o que existiu ali. Conforme nos enunciados

⁴ Cocção é um processo em que os alimentos sofrem a ação do calor, em outras palavras, "cozimento". Ao cozinhar um alimento você quebra as fibras existentes nele, facilitando a digestão dele. Nesse processo, a cor, o sabor, e o odor dos alimentos, são alterados, ou seja, sofrem modificações químicas. Fonte: <https://www.oimparcialmontealto.com.br/artigos/tecnicas-de-coccao/>.

de (Koerich, 2019, p. 865) Ao experimentar pela primeira vez um produto culinário-gastronômico, o consumidor conhece e reconhece diferentes sensações, porque relaciona sensações e outras informações imediatas com lembranças de sensações, sentimentos e ideias anteriores, associando o que é lembrado à experiência imediata.

O “cardápio” ou melhor, não aquele conhecido atualmente, todo confeccionado dos mais variados tipos de materiais, não. Nesse caso, a própria comida estava diretamente nos caldeirões, (Figura 6) eram compostos das seguintes iguarias: carne bovina, galinha de capoeira, carne de porco, carne de criação (ovinos e caprinos), fígado bovino, sarapatel (Figura 7), entre outros e tudo era no molho (guisados).

Figura 6 – Carne de bode guisada



Fonte:
<https://br.pinterest.com/pin/598486237952689340/>
(2021)

Figura 7 – Sarapatel de porco



Fonte:<https://www.receitasdecomida.com.br/sarapatel-de-porco.html> (2021)

Conforme citado anteriormente, o serviço já começa na noite que antecede a Feira, e se prolonga até o fim da tarde do dia seguinte, o dia da Feira propriamente dito. O que é servido no café da manhã, era também servido no almoço, as bebidas era que mudavam: o café bebido que era servido no horário da manhã, no almoço era substituído por refrigerantes, cerveja, cachaça, entre outras. Vale ressaltar que além dessas barracas, também havia as de doces e bolos as quais ainda permanecem e continuam com o mesmo padrão, talvez esteja até melhor em virtude da mudança de comportamento do próprio consumidor e as exigências dos órgãos públicos tipo Vigilância Sanitária, a qual exige determinado grau de higiene na manipulação dos alimentos.

O cardápio dos doces é repleto de guloseimas das mais variadas variedades. Por exemplo, o manauê, as broinhas de tapiocas, o bolo branco de arroz, além dos bolos pé de moleque (bolo feito à base de massa de mandioca, pubada, coco, açúcar, pitada de sal a gosto envolto em palha de bananeira assado em forno de barro), ainda se encontra nesses mesmos espaços o arroz doce, mungunzá, o beiju, a tapioca bolo de macaxeira, o café, entre outros, são guloseimas de sabores únicos. É uma riqueza de sabores, aromas e uma beleza visual ímpar.

A Feira de Itabaiana sempre foi um lugar de muita suntuosidade, grande, abrangente, em todos os sentidos, são vários espaços onde encontra-se de quase tudo, e para todos os gostos. O evento acontece nas quartas-feiras e aos sábados, e nas noites que antecedem o dia da feira, já começa a uma grande movimentação nos mercados, nas quadras e nas ruas onde são montados e organizados toda estrutura onde os comerciantes expõem suas mercadorias. E como todos precisam comer, essa movimentação também acontece nos espaços gastronômicos os quais ficavam no centro da Feira. Era comum as barracas ficarem nos mesmos espaços onde estão sendo negociados centenas de produtos diferentes daqueles que estão sendo consumidos pelos feirantes e consumidores simultaneamente, ou seja, a comida. No entanto, com a construção dos boxes (Figura 5), essa movimentação migrou, mas a comida continua sendo ofertada.

Em conversa com uma das feirantes proprietária de uma barraca que serve café de manhã, e mais uma variedade de doces e bolos, sobre o local onde originava as guloseimas servidas por ela, ela confirmou que tudo é feito por ela e a família no Sítio onde moram (Rio da Pedra), município de Itabaiana, Sergipe. O que presume que essa culinária tanto apreciada nas feiras, saem dos interiores adjacentes para o espaço urbano.

A presença dos boxes em lugar muito mais adequado, construído para tal fim, entretanto, aquela originalidade onde nos sentávamos em bancos de maneira coletivos, na frente de uma mesa forrada com toalha de plástico que gruda nos antebraços dos clientes, e dali mesmo percebia-se toda a movimentação da cozinheira que era a dona do lugar, pois ela mesma cozinhava,

atendia e servia. Vale lembrar, que não havia um espaço como um salão de restaurante, era apenas uma barraca que se resumia em uma mesa coberta com lona ou plástico, que protegia apenas o espaço onde estava a mesa, os bancos e alguns não protegiam nem os fogareiros.

Mas, ninguém ligava para esses fatores, visto que o único objetivo era degustar aquelas iguarias ímpares, só ali encontradas. O modo simplório de preparar a comida, aqui é tratada com o olhar crítico de alguém urbana, ultrapassa as barreiras do racionalismo e empirismo do alimento. (Ferro, 2017) acrescenta que a comida pode ser considerada uma complexificação do alimento. Na mente do ser humano está o poder de transformação de um objeto não simbólico (alimento) em simbólico (comida). É uma visão mais completa sobre um objeto e sua conexão com o ser humano.

A comida a qual nos referimos, está ausente de técnicas culinárias sofisticadas, no entanto, os condimentos adquiridos ali mesmo, na Feira, aliados às carnes que são sempre frescas, contribuem para esse gosto singular da comida de feira. Isso ficou apenas na memória a qual é um fenômeno sempre atual, um elo vivido no eterno presente. A memória não se acomoda a detalhes que a confortam com lembranças vagas, telescópicas, globais ou flutuantes, particulares ou simbólicas, sensível a todas as transferências, cenas, censuras ou projeções (Nora, 1993). Nesse contexto, retomamos no que tange aos cheiros e sabores os quais continuam enraizados, como ainda cita (Nora, 1993). A memória se enraíza no concreto no espaço, no gesto, na imagem, no objeto.

Os equipamentos utilizados para fazer a cocção dos alimentos é outro fenômeno que hoje só existe na memória, pois tratava-se de fogareiros feitos com latas de vinte litros, conforme a Figura 8. Fazia-se uma abertura na lateral, na parte inferior da lata, para o acesso do oxigênio, e que também servia para retiradas das cinzas, e na parte superior da lata estava a trempe onde os caldeirões ficavam por todo o tempo, uma tecnologia movida a carvão vegetal. Os acompanhamentos eram o inhame, o cuscuz, e a macaxeira ou farinha de mandioca, a gosto do freguês. Nessa perspectiva Montanari nos seu dizeres afirma que:

A comida não é 'boa' ou 'ruim' por si só; alguém nos ensinou a reconhecê-la como tal. O órgão do gosto não é a língua, mas o

cérebro, um órgão culturalmente (e por isso, historicamente) determinado, por meio do qual se aprendem e transmitem critérios de valorização. Por isso, esses critérios são variáveis no espaço e no tempo: o que em determinada época é julgado positivamente, em outra pode mudar de caráter, o que em um lugar é considerado uma guloseima, em outro pode ser rejeitado como repugnante. A definição do gosto faz parte do patrimônio cultural das sociedades humanas (MONTANARI, 2013, p. 95).

Figura 8 – Fogareiro de lata usado no período



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/822751425654751467/>

Comida e muito mais...

Retomando a questão da comida de feira, também tratada como comida de rua, essa é uma tradição que perpassa gerações e que, ainda que introduzidos novos produtos, novas formas de preparos, novas iguarias como o churrasco, o peixe de cativoiro e o frango, permanece a mesma enquanto expressão cultural. As tecnologias contribuem para o desenvolvimento de forma geral, inclusive na indústria de alimentos a qual induz ao consumo por meio das mídias midiáticas em especial junto aos jovens, a comida de feira ainda é um fenômeno social que persiste. Entretanto, criar políticas que venham a contribuir com a motivação e consequentemente a continuação desses costumes, é fator importante e necessário para a manutenção da cultura da comida de feira.

Referências

BEBER, A. M. C.; GASTAL, S. A. Turismos, cotidianos e comida. **Pasos**. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (Online), v. 18, 2020, p. 207-217.

CARVALHO, Diana Mendonça de. **Comercialização de Hortifrutigranjeiros em Itabaiana SE**. 2010. Dissertação (Mestrado núcleo de Pós-Graduação em geografia – NPGeo) Universidade Federal de Sergipe (UFS), 2010. Disponível em: file:///C:/Users/user/Downloads/DIANA_MENDONCA_CARVALHO.pdf. Acesso em: 18 jun 2021.

CARVALHO, Diana Mendonça de; COSTA, José Eloízio da. Comercialização Agrícola em Itabaiana/se: o caso da feira livre. **Revista GeoNordeste**, São Cristóvão, Ano XXX, n. 1, p. 239-257, Jan./Jun. 2019. ISSN: 2318-2695. Disponível em: file:///C:/Users/user/Downloads/8119-Texto%20do%20artigo-32564-1-10-20190705.pdf. Acesso em: 18 jun 2021.

FERRO, Rafael C. Dimensões conceituais da gastronomia. **Contexto da Alimentação** – Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade. v. 5 n. 2, jul 2017, São Paulo. Centro Universitário Senac. ISSN 2238-4200.

GOVERNO MUNICIPAL ITABAIANA GRANDE. Disponível em: <https://itabaiana.se.gov.br/lei/?categoria=2&busca=hist%C3%B3rico%20da%20feira%20de%20Itabaiana>. Acesso em: 22 jun 2021.

GUTIÉRREZ CUENCA. M.A.; LOPES. E.S.A. **Evolução da ocupação agrícola do Estado de Sergipe 1975-1995**: distribuição espacial das principais lavouras e pastagens por município. Aracaju: Embrapa Tabuleiros Costeiros, 1999. 68p. Embrapa Tabuleiros Costeiros. Documentos. 9).

IBGE. **Verbetes Aracaju**. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/aracaju/panorama_2021. Acesso em 17 jul. 2021.

IBGE. **Verbetes Itabaiana**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/itabaiana/panorama>. Acesso em 25 jun. 2021.

KOERICH, G. H. & De SOUSA, R. P. L. Sensorialidade e marca na experiência gastronômica. **Revista Rosa dos Ventos** – Turismo e Hospitalidade, 11(4), 2019, p. 861- 874.

NORA, Pierre. Entre Memória e História a problemática dos lugares. **Projeto história: revista do programa de estudos pós-graduados de história**. São Paulo, (10), dez 1993. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/index>. Acesso em: 12 jul 2021.

PERTILE, Krisciê. **Em pratos limpos**: as comidas de rua no Brique da Redenção, em Porto Alegre/RS-Brasil, e possibilidades para o turismo. Dissertação

(Mestrado em Turismo e Hospitalidade). Caxias do Sul/RS: Universidade de Caxias do Sul, 2012.

PREFEITURA MUNICIPAL DE ITABAIANA. **Página Oficial**. Disponível em <https://itabaiana.se.gov.br/texto/1/historia-do-mun>. Acesso em 17 jul. 2021.

SANTOS, Carlos Roberto Antunes dos. A alimentação e seu lugar na história: os tempos da memória gustativa. **História: Questões & Debates**, Curitiba, n. 42, p. 11-31, 2005. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/historia/article/view/4643/3797>. Acesso em: 18 jun 2021.

CAPÍTULO 5

BREVE ENSAIO SOBRE O GOSTO



[Esta Foto](#) de Autor Desconhecido está licenciado em [CC BY-SA](#)



BREVE ENSAIO SOBRE O GOSTO⁵

Marcos Scheider

A história do gosto começa e termina na boca, passando por todos os poros e nervos. Vai da sucção à mordida, da alimentação à fala e ao canto, do paladar ao juízo e, de volta, do juízo ao paladar. Mais do que o polegar opositor, o que diferencia o homem do bicho é o mesmo que os aproxima: sua língua. É, porém, a qualidade polivalente desta língua humana, alma da boca, expressa no sentido dilatado do termo gosto, o fator que a distingue da língua do bicho – os dedos vêm depois. O gosto é, portanto, a primeira e a última instância valorativa da língua, tanto em sua acepção física quanto simbólica:

O cozinhado está para o cru como a cultura para a natureza. Acima de tudo pensa-se com a boca, com os dentes. A alimentação é um dos fundamentos do humano, na medida em que é a partir dela que o homem penetra sucessivamente na palavra e, de seguida, no pensamento. O pensamento não emerge senão através do aparecimento da negação, isto é, a partir do momento em que, no continuum do mundo, certos objetos são afirmados, introjetados, outros rejeitados e excluídos. (OUAKININ e ROTNEMER, 1996).

Não é à toa que Robert Jourdain, embora centrando sua investigação sobre a percepção musical na neurologia e na psicologia, recorre à metáfora gastronômica ao propor a seguinte questão: “Como podem sons que são um banquete para alguns ouvidos serem uma refeição enjoativa para outros”? (1998, p. 13)

Como bem observou Bourdieu,

Não há dúvida de que, uma vez que abandone o reino da pura técnica, a crítica musical raramente é articulada senão através

⁵ Este capítulo é uma versão condensada e revista de algumas reflexões originalmente desenvolvidas em minhas pesquisas de mestrado (ECO-UFRJ, 2003) e doutorado (ECA-USP, 2008). Essas pesquisas resultaram em diversas publicações, incluindo um livro financiado pela FAPERJ (2015) e dois ensaios premiados. A forma atual é inédita. Embora tenha por base pesquisas anteriores, sua redação ocorre num momento em que o autor é contemplado com bolsa de produtividade do CNPq e Cientista do Nosso Estado, da FAPERJ.

de adjetivos e exclamações. Assim como os místicos falam do amor divino na linguagem do amor humano, as evocações menos inadequadas do prazer musical são aquelas capazes de reproduzir as formas peculiares de uma experiência tão profundamente enraizada no corpo e nas experiências corpóreas primitivas como os gostos dos alimentos. (BOURDIEU, 2000, p. 80).⁶

Partimos então do princípio de que o prazer é o principal elemento estruturante do gosto, enquanto o gosto é a estruturação dos prazeres em escalas valorativas, menos ou mais intercambiantes, menos ou mais dinâmicas: conforme aumenta o domínio de um código e a quantidade de referências (ou seja, o saber), varia a quantidade (intensidade) e a qualidade (tipo) da afecção do sujeito pelo objeto de fruição (o sabor), e conseqüentemente variam as hierarquias das escalas valorativas. Portanto, os prazeres são culturalmente mediados, ou seja, não nascem prontos.

Ainda de acordo com Bourdieu (2000, p. 196): “A relação com o alimento – a necessidade e o prazer primários [...] é a base de toda estetização da prática e de toda estética”.

Uma boa pista para compreendermos isto ainda melhor pode ser encontrada em uma pista dada por Nietzsche, citado por Agamben: “[...] sophos, ‘sábio’: ‘Etimologicamente, pertence à família de sapio, degustar, sapiens, o degustante, saphes, perceptível ao gosto”. (AGAMBEN, 1992, p. 139)

No mesmo artigo e na mesma página, Agamben ainda nos informa que, além do grego, “em latim e nas línguas modernas que deles derivam, há um vocábulo etimológica e semanticamente ligado à esfera do gosto que designa o ato do conhecimento”. Além disso, na pág. 156, é mencionado um tratado indiano de poética que aponta na mesma direção. Voltaire afirma que o mesmo se verifica em “todas as línguas conhecidas”. Acrescentamos que a palavra hebraica *ta’am*, traduzida por gosto, remete igualmente às noções de sabor e de significado.

Temos então que as noções de sabor e saber são mais íntimas do que supúnhamos, da alimentação à estética, aqui entendida ainda não como a

⁶ Todas as citações de originais estrangeiros ao longo deste ensaio foram traduzidas pelo seu autor.

ciência ou teoria do belo, mas como a percepção da medida e do tipo de prazer que as coisas podem nos despertar, que é aliás a definição de Montesquieu (2005) para o gosto.

Nesse ponto surge uma pergunta: por que se tornou “natural” que se conceba sabor e saber como níveis distintos e até antagônicos da experiência vital? Por que se deu esta cisão, que carrega o gosto de uma significação aparentemente tão nebulosa?

De acordo com Agamben, o gosto pode ser pensado:

[...] como lugar privilegiado onde emerge a fratura do objeto do conhecimento em verdade e beleza e do *telos* ético do homem [...] em conhecimento e prazer, que caracteriza essencialmente a metafísica ocidental. Na formulação platônica, esta fratura é antes tão original que se pode dizer que ela mesma constitui o pensamento ocidental, não como *sophia*, mas como *philosophia*. Só porque verdade e beleza se acham originalmente cindidas, só porque o pensamento não pode possuir integralmente o seu objeto, este deve tornar-se amor da sabedoria, isto é, filosofia. (AGAMBEN, 1992, p. 140).

Pouco antes, porém, alerta o mesmo autor:

Em oposição ao estatuto privilegiado atribuído à vista e ao ouvido, na tradição da cultura ocidental, o gosto é classificado como o sentido mais baixo, cujos prazeres o homem partilha com os outros animais [Aristóteles, *Ética a Nicômaco*, 1118a] e a cujas impressões não se mistura “nada de moral” [Rousseau 1761, cap. XV]. Ainda nas *Lições sobre a Estética*, de Hegel [1817-1829], o gosto é oposto aos dois sentidos ‘teoréticos’, vista e ouvido, porque ‘não se pode degustar uma obra de arte como tal, porque o gosto não deixa o objeto livre para si, mas tem que ver com ele de modo realmente prático, dissolve-o e consome-o’ (1992, p. 139).

Ou seja, o gosto seria de algum modo um sentido inferior, portanto inadequado como metáfora para o juízo estético e moral, embora, por alguma razão misteriosa, tenha se consagrado como tal, segundo Voltaire, “em todas as línguas conhecidas”:

O gosto, este sentido, este dom de discernir nossos alimentos, produziu em todas as línguas conhecidas a metáfora que exprime, pela palavra gosto, o sentimento das belezas e dos defeitos em todas as artes: é um discernimento rápido, como o da língua e do palato, e que como ele antecede a reflexão; como ele, é sensível e voluptuoso em face do bom; como ele, rejeita o ruim com repulsa; como ele, é frequentemente incerto e fugidio, ignorando mesmo se o que se lhe apresenta deverá agradá-lo, e

tendo às vezes necessidade de hábito para formar-se. [...] Não basta, para o gosto, ver, conhecer a beleza de uma obra; é necessário senti-la, ser tocado. Não basta sentir, ser tocado de uma maneira confusa; é necessário desvendar as diferentes nuances. Nada deve escapar à prontidão do discernimento, e trata-se ainda de uma semelhança deste gosto intelectual, deste gosto pelas artes, com o gosto sensual: pois o gastrônomo sente e reconhece rapidamente a mistura de dois licores; o homem de gosto, o especialista, verá num lance de vista veloz a mistura de dois estilos; ele verá uma falha ao lado de um acerto.⁷

Enquanto Voltaire propõe nesta passagem uma espécie de síntese entre sensibilidade e discernimento intelectual encarnada na figura do *conaisseur*, Kant, na *Crítica da Faculdade de Juízo*, distingue duas formas de prazer: o desinteressado e o agradável, sendo o primeiro superior ao segundo. Embora afaste-se da estética do classicismo ao rejeitar a possibilidade de uma conceituação do belo, Kant postula a superioridade de uma faculdade de juízo universal e desinteressada, isto é, imune à satisfação imediata dos sentidos pelo objeto estético, aproximando-se neste ponto de Aristóteles, Rousseau e Hegel.

De onde advém a repulsa de alguns filósofos ao gosto? Do fato de a satisfação do gosto nos aproximar dos animais, isto é, do nosso próprio corpo? Do fato de a satisfação do gosto do filósofo requerer trabalho braçal de outrem, com o qual ele não pretende se identificar?

A este respeito, Bourdieu denuncia o caráter ideológico da crítica kantiana:

O princípio do gosto puro, de Kant, não é nada além de uma recusa, de uma aversão – uma aversão por objetos que impõem o gozo e uma aversão pelo gosto bruto, vulgar, que festeja este gozo imposto. [...] O objeto que ‘insiste em ser gozado’, como uma imagem na realidade, em carne e osso, neutraliza tanto a resistência ética quanto a neutralização estética; aniquila o poder de distanciamento da representação, o poder essencialmente humano de suspender o imediato, a conexão animal com o sensível [...] Diante deste duplo desafio à liberdade humana e à cultura (a antinatureza), a aversão é a experiência ambivalente da horrível sedução do odioso e do gozo, que efetuam uma certa redução à animalidade, à corporeidade, à barriga e ao sexo, isto é, ao que é comum e portanto vulgar, removendo qualquer diferença entre os que resistem com toda a sua força e os que chafurdam no prazer, que gozam o gozo [...]

⁷ Cf. Voltaire, *Dictionnaire philosophique*, verbete *goût*, em [<http://www.voltaire-integral.com/19/goût.htm>]

no texto de Kant, a aversão descobre com horror a animalidade comum, na qual e contra a qual a distinção moral é construída [...] Reconhecemos aqui o mecanismo ideológico que atua através da descrição dos termos de oposição [que alguém estabelece] entre as classes sociais como estágios de uma evolução (aqui, o progresso da natureza à cultura). [...] A antítese entre cultura e prazer corporal (ou natureza) está ancorada na oposição entre a burguesia cultivada e o povo, o local imaginário da natureza não cultivada, barbaramente chafurdando no puro gozo: demanda um outro elemento de encantamento e emoção para o seu deleite, para não falar na adoção deste como a medida para a sua aprovação [...]. (BOURDIEU, 2000, p. 488-90).

Nietzsche, a seu modo, também percebe o caráter classista dos juízos hegemônicos:

O Bem e o Belo. – Os artistas glorificam sem cessar – não fazem senão isto –: glorificam todas as situações, todos os objetos que têm a reputação de levar o homem a sentir-se bom, ou grande, ou ébrio, ou alegre, ou são e sábio. Estas situações, estes objetos de eleição, que possuem para a felicidade humana um valor estimado como certo e estabelecido, constituem o objeto da obra dos artistas: os artistas estão sempre vigilantes para encontrá-los afim de convertê-los em matéria para a arte. Eu penso, não que eles próprios definam o que é felicidade ou evento feliz, mas que sempre se apressam em se aproximar dos definidores com a maior curiosidade e com o desejo vivo de desfrutar de suas definições. Assim, possuindo, além de sua impaciência, pulmões de pregadores e pés de corredores, eles aparecem sempre como os primeiros a glorificar os novos valores, passando com frequência por serem quem os descobriu e definiu. Mas, eu o repito, isto é um erro: eles são somente mais rápidos e barulhentos que os verdadeiros definidores. E quem são estes afinal? Os ricos e os ociosos. (NIETZSCHE, 1950, p. 124).

Conforme Luc Ferry, Nietzsche também se opõe à condenação moral do corpo e dos sentidos, que atravessa toda a história da metafísica ocidental. Nas palavras de Ferry:

[...] por temor da sensualidade (sempre 'imoral') é que se chega a depreciar a sensibilidade (sempre 'falaciosa'). Aos olhos do 'genealogista' (como mais tarde aos olhos do psicanalista), as teses filosóficas são sempre 'racionalizações', 'sintomas', como já diz Nietzsche, são a expressão fetichizada de certo pathos, ou até de uma patologia. (FERRY, 1994, p. 214)²¹

Numa linha de raciocínio em certo sentido parecida, dizia o abade Dubos, em 1719, nas suas "Reflexões Críticas Sobre a Poesia e a Pintura":

Será que, depois de termos assentado os princípios geométricos do sabor e de termos definido as qualidades de cada ingrediente que entra na composição do prato, resolveríamos discutir a proporção usada na mistura deles para concluirmos se a comida está boa? Não fazemos nada disso (...) provamos a comida e mesmo sem conhecermos essas regras saberemos se está boa. O mesmo acontece, de algum modo, com as obras de espírito e com as pinturas, feitas para nos agradarem e nos comoverem. (apud FERRY, op. cit., p. 68)⁸

É verdade. Por outro lado, se gostarmos de um prato sem sabermos o que contém e descobriremos, após tê-lo comido, que se tratava, por exemplo, de baratas, haverá uma repulsa violenta resultante do conflito entre o nosso paladar e o nojo coletivo que sentimos pelas baratas, mesmo na hipótese – improvável – de serem saborosas e inofensivas à saúde. Pior que isso: se soubermos que alguém aprecia tal iguaria, provavelmente iremos julgar essa pessoa, no mínimo, extravagante.

No caso dos Ojibwa, que dispõem de um sistema de relações com o mundo sobrenatural que encerra proibições alimentícias referentes a certas espécies animais, “as enguias, lacustres e marinhas [...] são objeto de uma proibição alimentar tão estrita que sua simples visão provoca às vezes o vômito”. (LÉVI-STRAUSS, 1965, p. 50). Os japoneses, por sua vez, apreciam as enguias. Mas por que esses paladares variam de cultura para cultura?

A resposta não pode estar em uma pura fisiologia do paladar, mas nas mediações culturais que em parte o formam.

Há, pois, uma transcendência do gosto para além da sensibilidade individual; tal caráter transcendente, que de certo modo compõe e às vezes se opõe à sensibilidade, merece ser investigado. Isso, porém, não justifica que se pretenda discutir o valor de certos produtos da criatividade humana, cuja própria razão de ser consiste em afetar nossa sensibilidade de alguma forma, sem considerá-la, ao contrário do que acreditava Adorno: “O próprio conceito de gosto está ultrapassado. A arte responsável orienta-se por critérios que se

⁸ Esta obra de Dubos era tida por Voltaire, segundo Ferry, como a mais importante existente sobre a matéria.

aproximam muito dos do conhecimento: o lógico e o ilógico, o verdadeiro e o falso”. (1975, p. 173)⁹⁹

É aceitável reduzir o julgamento estético a esse racionalismo extremo? Se é certo que nem a própria gastronomia reduz seus juízos à sensação de prazer que um prato proporciona ao paladar, considerando também sua aparência, o contexto no qual é servido, a convivialidade, eventuais parâmetros nutricionais etc., por outro lado eliminar a sensação de prazer ou desprazer de sua posição privilegiada no rol desses elementos constituintes do juízo de gosto seria, para o gastrônomo, uma heresia. Julgo que ele vale para o juízo estético. Não posso crer que Adorno, ao apreciar a estrutura arquitetônica de uma obra de Haydn, o fizesse sofrendo. A oposição entre gosto e conhecimento postulada por Adorno denota uma interpretação limitada do primeiro e uma fetichização do último. Não é razoável, enfim, excluir o prazer do juízo estético, como parecem pretender as diversas escolas que postulam uma racionalidade qualquer (pretensamente universal) para a crítica, conduzindo inevitavelmente à conclusão de que se trata mais (quando não exclusivamente) de uma questão de significação do que de sensibilidade, ou, em outras palavras, mais de uma questão de verdade do que de prazer. Nos termos de Della Volpe: “Precisamente por consistir em uma tal plenitude de pensamento indizível, a música (...) é cultivo, ou cultura e humanidade, antes e bem mais do que gozo”. (1991, p. 219).

O que nos interessa agora destacar é o caráter contraditório da presença renitente da ideia da verdade ou do cultivo em oposição (e em posição de superioridade) ao “agradável”, ao gozo, mesmo em pensadores marxistas, como Adorno e Della Volpe. A oposição é falsa e esnobe, assim como a do discurso recorrente de porta vozes da indústria cultural, que alegam simplesmente veicular o que o povo gosta, avesso à crítica, é falsa e populista. Se é verdade que ninguém pode emitir um juízo aceitável sobre o que não conhece ou conhece mal, por outro lado como pode alguém apreciar o que apraz ou não apraz, desconsiderando o fato da apreciação partir precisamente do efeito mais ou

⁹⁹ A este propósito, é ilustrativo mencionar aqui a explicação dada por Freud para a sua indiferença em relação à música: “Uma disposição racionalista ou talvez analítica se rebela em mim contra a possibilidade de emocionar-me sem saber por quê e o que é que me emociona”. Cf. Freud, El “Moisés” de Miguel Angel. In: *Psicoanálisis del Arte*, p. 75.

menos aprazível do objeto apreciado? O reconhecimento de fatores como maestria na execução, inventividade na composição, desenvolvimento de novas possibilidades estruturais etc. pode, de fato, se dar junto a uma ausência de prazer, assim como uma peça musical evidentemente ordinária do ponto de vista destes critérios, ou de outros, pode despertar prazer. Mas a sensação de prazer ou desprazer que uma música desperta no crítico deve ser excluída da crítica? Ou, pelo contrário, essa exclusão reflete um dispositivo ideológico, de contornos nitidamente classistas, em toda e qualquer formulação estética? A exclusão do prazer desta problemática não indica uma forma de idealismo pequeno-burguês, conforme sugeriu Bourdieu em relação a Kant, ou um racionalismo de teor positivista, que exclui da fruição estética a própria ação fruitiva, subordinando-a a uma pseudocientificidade supraclassista denominada teoria X ou Y? A tentativa de excluir o gosto da crítica da “arte responsável”, como propôs Adorno, não seria uma forma de escamotear o difícil problema do desacordo subjetivo entre sensibilidade e discursos de legitimação? No fundo, não seria toda e qualquer teoria estética uma racionalização mal ou bem elaborada do gosto do crítico?

Não temos a ambição de formular uma resposta definitiva para essas questões, mas apresentá-las como matéria relevante de reflexão. Nosso problema agora é discutir a insistência que encontramos por toda parte – seja no classicismo, seja no empirismo, seja na crítica romântica, seja na marxista, seja na ideologia neoliberal disfarçada de porta-voz da “natureza humana” e que ecoa na defesa pós-moderna do idiossincrático mercantil – nesta cisão entre razão e sensibilidade, privilegiando ou uma verdade última do objeto à luz de uma teoria que se pretende universal (racionalismo), ou a verdade última do sujeito à luz da pura percepção singular ou particular (irracionalismo).

Ao que parece, Marx não foi aprisionado por esta dicotomia, tendo enxergado que, sendo a prática dos sujeitos o que atribui ao objeto uma dimensão humana, é a sua verdade, tanto sensível quanto intelectual, que lhe atribui um, não o sentido; ou seja, a não ser que aceitemos a hipótese da legitimidade de um juízo estético transcendental, e não aceitemos esta hipótese, é na interação entre um objeto específico e um sujeito específico – sujeito

histórico, munido de sensibilidade e razão, ocupando um determinado *locus* social em um dado espaço geopolítico e em um dado momento histórico – que se estabelece não a, mas uma verdade. Bourdieu bem demonstrou em sua *Distinction* o caráter classista dos gostos e juízos de gosto. Em Marx lemos que, do ponto de vista subjetivo,

[...] o sentido musical do homem só é despertado pela música; a mais bela canção não possui nenhum sentido para uma orelha não musical, não é um objeto, porque meu objeto só pode ser a manifestação de uma das forças do meu ser; a força do meu ser é em si uma disposição subjetiva, porque o sentido de um objeto para mim só possui um sentido para um sentido correspondente e vai tão longe quanto meu sentido; é por isto que os sentidos do homem social são diferentes dos do homem que não vive em sociedade; é somente através do desdobramento objetivo da riqueza do ser humano que a riqueza dos sentidos humanos subjetivos, que um ouvido musical, um olho sensível à beleza das formas, em uma palavra, os sentidos capazes de gozos humanos tornam-se os sentidos que se manifestam como força do ser humano e são ou desenvolvidos ou produzidos. Pois não se trata apenas dos cinco sentidos, mas também daqueles ditos espirituais (vontade, amor etc.), em uma palavra, os sentidos humanos, o caráter humano dos sentidos, que só se formam graças à existência de um objeto, através da natureza tornada humana. A formação dos cinco sentidos é o trabalho de toda a história do mundo até o dia de hoje. [...] então, é necessária a objetivação do ser humano, ao mesmo tempo do ponto de vista teórico e prático, para tornar humanos os sentidos do homem e também para criar um sentido humano correspondente a toda a riqueza do ser humano e natural. (MARX, 1954, p. 171-2).

Ao invés de reencontrarmos em Marx a insistente cisão entre razão e sensibilidade, ou entre objetividade teórica e subjetividade sensível, deparamo-nos com a tensão dialética da objetividade sócio-histórica na formação das subjetividades humanas e da faculdade humana de ajuizar sobre objetos sensíveis para os sentidos humanos historicamente objetivados. O que isso nos diz a respeito dos juízos de gosto? Revela-nos logo de cara o absurdo tanto de se pretender a verdade particular de um juízo universal, ainda que racional, quanto a verdade universal de um juízo singular, ainda que autêntico. Portanto, por mais que a sensibilidade não esgote a questão da verdade de um objeto estético, e já vimos que não esgota, desconsiderá-la, desconsiderar a questão da quantidade (intensidade) e da qualidade (tipo) de prazer ou desprazer provocados pela afecção de um objeto que possua ainda que seja a mínima

pretensão estética, é desconsiderar sua especificidade e sua própria teleologia em relação aos demais produtos simbólicos – ciência, religião, filosofia, jornalismo etc. –, cujo *telos* pertence a ordens distintas. É igualmente desconsiderar os determinantes sociais de sua conformação distintiva e das variadas formas de fruição e crítica a que o objeto estético, ou o bem simbólico em questão, está sujeito. O que põe tudo no mesmo saco é seu valor de troca no mercado capitalista, junto com sabonetes, geladeiras, mísseis e cocaína.

Por outro lado, considerar somente a sensação de prazer ou desprazer como o único critério determinante do gosto seria comparar música, pornografia, exorcismo e chikabon, por exemplo, o que seria igualmente inútil.

Do lado dos sensorialistas, Hume tentou, embora com êxito duvidoso, superar a dicotomia sensorialismo/racionalismo afirmando que, embora o belo não esteja nas coisas, mas em nossa percepção, isto não significa que todos os juízos de gosto sejam igualmente válidos, porque assim como há pessoas que enxergam melhor que outras, há pessoas que possuem uma sensibilidade (ou aparelho perceptivo) mais refinada; esta sensibilidade mais refinada é não só inata mas também adquirida através do cultivo; tal cultivo capacitaria o sujeito a diferenciar, não só sensivelmente mas intelectualmente, o que é de bom ou de mau gosto; potencialmente, tais dispositivos inatos e adquiridos emergem em todas as partes do mundo e em todos os tempos da história.

Se agregarmos aos fatores adquiridos, que refinam ou embrutecem a sensibilidade, as condições de vida, o estado de saúde, o massacre do trabalho, o tédio do ócio, a formação, os costumes, o repertório simbólico disponível, os estados alterados de consciência etc., veremos que a ideia de uma hierarquia dos gostos baseada no refinamento da percepção não é de todo absurda, desde que não conduza à armadilha de um elitismo fisiologista reducionista, que seria o revés do elitismo intelectualista. Para evitar esses riscos, tal hierarquia teria, hoje, que levar em consideração antes de mais nada as contradições e mediações dialéticas entre os valores de uso e os valores de troca – ou seja, entre os imperativos do gosto e os imperativos econômicos, o que inclui as trocas simbólicas (pertencimento ou rejeição, status etc.) – dos bens simbólicos produzidos e/ou consumidos pelos diversos extratos sociais em um período

histórico dado, e julgar cada juízo somente segundo as prerrogativas que são próprias a cada um destes extratos. Em outras palavras, não se pode postular a superioridade de uma sinfonia sobre um samba-canção ou um blues a partir de critérios arquitetônicos; ou melhor, só se pode postular esta superioridade se for claramente estabelecido que os critérios de valor empregados no julgamento são os arquitetônicos, e que a relevância desses critérios seja justificada, assim como se pode postular a superioridade de uma canção sobre outra sob os mais diversos critérios, desde que sejam claramente estabelecidos e tenham sua relevância igualmente justificada: é boa para dançar, para dirigir, relaxa, é criativa, serve para *épater la bourgeoisie*. Ou esse caráter evasivo, utilitário, ideológico da arte deve ser descartado? Talvez, mas não aprioristicamente. Deve ser descartado em nome do quê?

Como dizia acertadamente Hume:

[...] na discussão entre dois juízos de gosto, o julgamento de um homem havia sido mais bem aceito que o de outro; mas não teria sido tão fácil silenciar o mau crítico, que pode sempre insistir em seu sentimento particular e recusar-se a se submeter ao seu antagonista. Mas quando lhe mostramos um princípio de arte avalizado; quando ilustramos este princípio através de exemplos, cuja operação, segundo seu próprio gosto particular, ele reconhece estar de acordo com o princípio; quando provamos que o mesmo princípio pode ser aplicado ao caso presente, onde ele não percebeu ou sentiu sua influência: Ele tem que concluir, por fim, que a falha reside nele mesmo [...]¹⁰

Em estética, esta dicotomia entre racionalismo e empirismo ou sensualismo poderia ser resumida, para o racionalista, na necessidade de a sensibilidade justificar-se perante a razão; para o empirista, na necessidade de a razão justificar-se perante a sensibilidade. O fato é que homens do porte de Platão, Montesquieu, Voltaire, Hume, Kant, Hegel, Nietzsche e Adorno, entre outros, se dedicaram mais ou menos detidamente à questão, o que atesta no mínimo a sua relevância filosófica. Até onde pude pesquisar, porém, nenhuma de suas análises adquiriu um estatuto que merecesse, ainda que por aproximação, o título de conclusivo ou paradigmático sobre o problema do

¹⁰ Hume, *Of the Standard of Taste*. Documento eletrônico: <http://www.bartleby.com/27/15.html>. Acesso em: abr. 2010.

gosto, o que atesta a sua dificuldade. Entretanto, pode-se facilmente verificar que o que sempre atravessa todas essas análises é um conflito entre razão (pretensamente universal) e sensibilidade (pretensamente singular ou particular). Se não se desse este conflito, não haveria necessidade de justificação de espécie alguma.

Porém, só há uma única condição para que não se dê o conflito: que o gosto individual esteja de acordo com determinado padrão coletivo e que nenhum dos dois seja confrontado com outro padrão. Quando o conflito se dá, o que não é nada raro, a atitude mais comum tem sido o recurso ao lugar comum “gosto não se discute”, ao qual acrescenta-se com frequência o “se lamenta”. Mas a questão posta desta maneira não é resolvida, somente recalcada.

Por outro lado, quando, enfim, o gosto é discutido por não especialistas, abunda a mera adjetivação, a qual, sem uma análise ulterior, permanece estéril; quando é discutido por especialistas – artistas, críticos de arte e, sobretudo, pelos filósofos –, o é em termos exaustivamente retóricos e abusivamente etnocêntricos, na busca da definição de um bom gosto normativo de um juízo racionalista que o legitime, com a forte tendência a desprezar ou a minimizar a racionalidade própria de outros cânones, para não falar das determinações da história, da divisão da sociedade em classes, dos sentimentos particulares de prazer ou desprazer; ou, ao contrário, a sobrevalorizar estes últimos em detrimento dos fatores anteriores.

O fato é que quando surge o conflito – ao descobrirmos que o que comemos sem saber do que se tratava consistia em algo cuja ideia (dado sociocultural particular que transcende uma inexistente fisiologia pura do paladar singular) nos provoca repulsa, ou quando nos comunicamos com alguém a respeito de nossa aprovação ou desaprovação por uma música, por exemplo, e a pessoa discorda do nosso gosto –, surge também a necessidade de o gosto se justificar através de um discurso. Não perante a razão universal, mas perante a razão do outro, seja o funkeiro, seja o colecionador de discos do Roberto Carlos, seja o musicólogo alemão. O apelo exclusivo a uma racionalidade universal representa, neste caso, nada mais que um artifício retórico de cunho nitidamente etnocêntrico, idealista e classista. O que não

significa que a racionalidade mereça a priori menos crédito que a tradição, a sensibilidade etc.; muito pelo contrário, mas desde que se livre da miopia de se pretender universal ou transcendental, não identificando sua própria historicidade e posição classista.

Seja como for, esse desejo de acordo intersubjetivo, mediado pela elaboração discursiva torna-se, em face ao conflito, imperativo, e advém tanto da eventual discrepância entre a experiência sensível e os juízos de valor consagrados (seja nas tradições populares, na mídia ou na academia) quanto da simples constatação de que os gostos variam e do eventual desconforto provocado por ela.

O conflito intersubjetivo em torno do gosto adquire especial relevância se analisado em uma chave psicanalítica. Para Lacan, inspirado em Hegel (2014), o desconforto proveniente do conflito resultaria da frustração do desejo de ser reconhecido pelo outro: “[...] o desejo do homem encontra seu sentido no desejo do outro, não tanto porque o outro detém as chaves do objeto desejado, quanto porque seu primeiro objeto é de ser reconhecido pelo outro”. (LACAN, 1978, p. 132)

Talvez esta reflexão nos auxilie a compreender o incômodo provocado pela sentença “gosto não se discute”, que sugere a impossibilidade da comunicação sobre juízos de valor. Ora, no terreno da intersubjetividade, ou campo comunicacional, se meu gosto é uma expressão de um sentimento indiscutivelmente verdadeiro para mim em relação a alguma coisa, inevitavelmente é muito desagradável a ideia de que há quem não goste do que eu gosto, pelo simples fato de que a minha verdade sensível é automaticamente posta em questão pela verdade do outro. Se a minha solução para esse desconforto não for simplesmente desprezar ou desconsiderar o outro, para que haja acordo e/ou convencimento é necessária a elaboração discursiva. Se ela não é possível, o desconforto e o desacordo persistem de modo recalcado. A “tolerância”, embora moralmente defensável, não resolve a questão. Mas todos sabemos o quanto é difícil traduzir sentimentos em palavras. Por isso, como dizia Freud, admiramos certos pensadores e poetas:

E bem podemos suspirar aliviados ante o pensamento de que, apesar de tudo, a alguns é concedido salvar, sem esforço, do

torvelinho de seus próprios sentimentos as mais profundas verdades, em cuja direção o resto de nós tem de encontrar o caminho por meio de uma incerteza atormentadora e com um intranquilo tatear. (FREUD, 1974, p. 95)

Se não é fácil descrever sentimentos e sensações, e muito menos justificá-los, isso só aumenta o desconforto e o embaraço que nos provoca o fato de alguém não gostar de algo que gostamos, e vice-versa, incômodo que talvez provenha também da impressão, despertada por esta discordância, de uma relatividade excessivamente radical do que é ou não real, como se uma pessoa chamasse de amarelo uma cor, por exemplo, que eu chamo de vermelho; no caso, ou a pessoa mente ou nossas percepções óticas são distintas, suposto que dominemos a língua e estejamos observando a cor sob as mesmas condições de apreensão (a mesma luz, o mesmo ponto de vista).

No que se refere à variedade dos gostos, excetuando-se a hipótese da mentira, a solução empirista sugere que os fatores que a determinam possam ser identificados nas percepções superiores ou inferiores. De Hume podemos inferir que o gosto para a música varia segundo varie a capacidade auditiva, fisiologicamente falando, acrescida do cultivo dos sujeitos. Isto é verdade e não é. No extremo, diante da surdez e da ignorância crassa, o postulado se justifica. Mas é perfeitamente razoável imaginarmos dois sujeitos cultivados, que dispõem de um aparelho auditivo igualmente bem formado, divergirem em seu gosto musical. A solução de Hume para este dilema poderia ser traduzida na expressão a nata da nata, isto é, no fundo, apesar de tudo o que tenha sido dito ou que se possa dizer, há algumas obras artísticas inquestionavelmente superiores às outras, o que pode ser atestado por sua longevidade histórica e pelo consenso de todos os povos (europeus) a respeito; e há raríssimos indivíduos que, estejam onde estiverem, seja em que época for, possuem um aparelho perceptivo e um grau de cultivo inatingível aos demais mortais. Porém, tais postulados, provavelmente, são empiricamente inverificáveis e, mesmo que o fossem, só diriam respeito à teratologia.

Assim, voltemos à questão de como algo que desperta prazer em uma pessoa menos agraciada pelos deuses desperta desprazer ou indiferença em outra igualmente cultivada e capacitada fisiologicamente. Mais do que nas

percepções em si, a resposta talvez se encontre na rede valorativa que cada um estabelece através delas, rede tecida principalmente com dois materiais: 1) maior ou menor acesso do sujeito a um repertório simbólico comum e aos cânones da classe e/ou da fração de classe à qual ele pertence, bem como aos das classes ou frações de classe às quais ele não pertence, ambos os graus de acesso determinados pela sua posição de classe; 2) as condições objetivas de apreensão (contexto da afecção) e reapreensão (novos contextos de apreensão), que têm como referência de afecção prazerosa – ou desprazerosa – o primeiro, apreensão esta que busca reproduzir-se – ou não –, no esforço de carregar os novos contextos de significação reflexa do primeiro. Assim, o sujeito pode reproduzir o cânone – se o prazer que legitima lhe satisfizer e se não houver conflito entre sensibilidade e razão –, abandoná-lo ou se opor a ele.

Cumpriria, portanto, para uma análise crítica da produção, da reprodução e da circulação social dos gostos, isto é, de sua economia política, partir de uma investigação destas redes valorativas individuais, destes repertórios simbólicos particulares, comuns, destes cânones e destas condições de apreensão e reapreensão. Para tanto, é importante levar também em conta as mediações que complexificam a divisão desigual de um repertório simbólico coletivo disponível e das condições objetivas de apreensão: formação, gênero, idade etc.

Um dos fatores que dificultam a tarefa é que esses “cânones”, sobretudo nas grandes concentrações urbanas contemporâneas, e ainda mais no mundo globalizado, nem sempre possuem contornos nítidos e muitas vezes não existem de modo formalizado ou mesmo verbalizado, o que impõe o esforço teórico suplementar de recortá-los e decifrá-los semiologicamente. Para que isto seja possível, há que se identificar sua gramática, pragmática e semântica distintivas, o que requer uma observação atenta e minuciosa, e/ou o recurso à tradução verbal pelos próprios sujeitos. Meras estatísticas de consumo afastam-se muito pouco da tautologia: gosta-se do que se conhece porque se conhece o que se gosta, isto é, porque sim. Por outro lado, identificar o que não se gosta do que se conhece, e por quê, contribuiria para a composição desse quadro socio semântico.

Não interessa propriamente descobrir, ou melhor, inventar, o que seria O bom gosto, quimera que só existe do ponto de vista idealista, etnocêntrico ou narcísico, mas defender a validade de uma investigação séria sobre a dinâmica histórica concreta de produção, reprodução, circulação, consumo, transformação, oposição e síntese dos gostos.

Bom gosto é somente o gosto de quem postula o bom gosto. Quem postula? Em que termos? Por quê?

Mau gosto é sempre o dos outros.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. O Fetichismo na música e a regressão da audição. In: **Os Pensadores**. XLVIII. São Paulo: Abril Cultural, 1975.

AGAMBEN, Giorgio. Gosto. In: **Enciclopédia Einaudi**. 25. Criatividade – Visão. Portugal: Imprensa Nacional-Casa da Moeda: 1992. Pp. 139-157.

BOURDIEU, Pierre. **Distinction**; a social critique of the judgement of taste. Cambridge, Massachussets: Harvard University Press, 2000.

DELLA VOLPE, Galvano. **Critique of taste**. London, New York: Verso, 1991.

FERRY, Luc. **Homo Aestheticus**. A invenção do gosto na era democrática. São Paulo: Ensaio, 1994.

FREUD, Sigmund. El “Moisés” de Miguel Angel. In: **Psicoanálisis del Arte**. Madrid: Alianza Editorial, 1970.

FREUD, Sigmund. **O Mal-estar na civilização**. Rio de Janeiro: Imago, 1974.

HEGEL, G.W.F. **Fenomenologia do espírito**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2014.

HUME, David. **Of the Standard of taste**. Documento eletrônico: <http://www.bartleby.com/27/15.html>. Acesso em: abr. 2010.

KANT, Immanuel. **Crítica da faculdade de juízo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

LACAN, Jacques. **Escritos**. São Paulo: Perspectiva, 1978.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **El Totemismo en la actualidad**. México: Breviarios del Fondo de Cultura Económica, 1965.

MARX, Karl. **Manuscritos Econômico-filosóficos**. São Paulo: Boitempo, 2004.

MONTESQUIEU, Charles de Secondar, Baron de. **O Gosto**. São Paulo: Iluminuras, 2005.

NIETZCHE, Friedrich. **Le gai savoir**. Paris: Gallimard, 1950.

OUAKININ, Marc-Alain e Dory Rotnemer. **A Bíblia do humor judaico**. Lisboa: Contexto, 1996.

VOLTAIRE. **Dictionnaire Philosophique**. Documento eletrônico: <http://www.voltaireintegral.com/Html/19/gout.htm>. Acesso em: 21 abr. 2010.

CAPÍTULO 6
TRADIÇÃO E SOCIABILIDADE EM BARES CARIOCAS E CAFÉS
PORTENHOS





TRADIÇÃO E SOCIABILIDADE EM BARES CARIOCAS E CAFÉS PORTENHOS

Amanda Danelli Costa

Introdução – os caminhos da pesquisa

O início dessa investigação remonta ao ano de 2012, quando um grupo de pesquisadores de diferentes campos de conhecimento, coordenados pelo historiador Antonio Edmilson Martins Rodrigues, foram contratados para apresentarem um relatório à Prefeitura do Rio de Janeiro a fim de justificar o registro de doze bares cariocas como bens culturais. A pesquisa contou com visitas aos bares e entrevistas com aplicação de questionários aos donos, gerentes, garçons e clientes dos bares e cafés, todas elas gravadas em vídeo e áudio.

Naquele mesmo período, 2012 e 2013, tive a oportunidade de participar do grupo de pesquisa sobre Institucionalização das Práticas de Preservação do Patrimônio Cultural na América do Sul junto das professoras Márcia Chuva e Leila Bianchi, o que me estimulou a olhar comparativamente algumas ações que se desenrolavam de modo assemelhado nas cidades do Rio de Janeiro e de Buenos Aires – especificamente as ações de patrimonialização de bares e cafés nessas duas metrópoles. A primeira versão deste ensaio, que ora se lê com poucos acréscimos, foi originalmente apresentada no I Congresso Internacional – Nuevos Horizontes de Iberoamerica, em novembro de 2013, visando apresentar os primeiros movimentos desse exercício de comparação entre essas duas experiências de valorização de bares e cafés como bens culturais.

A fim de produzir as aproximações iniciais entre as recentes ações de patrimonialização no Rio de Janeiro e as ações mais antigas e robustas realizadas desde os anos 1990 em Buenos Aires, realizei uma viagem de campo em maio de 2013, quando apliquei a um conjunto de bares e cafés portenhos um

questionário (aproximado ao que já havíamos aplicado aos doze bares cariocas), buscando produzir um levantamento de informações que me permitisse a comparação entre essas duas experiências. Visitei quatorze cafés notáveis, tendo colhido informações de todos eles, mas obtive entrevistas gravadas em áudio em apenas sete deles. Além da entrevista aos donos ou responsáveis pelos cafés, tive a chance de entrevistar também o representante da Prefeitura de Buenos Aires na Comissão Permanente dos Notáveis, o artista plástico, arquiteto e historiador da cidade de Buenos Aires, Horacio J. Spinetto.

Tanto no Rio de Janeiro como em Buenos Aires, realizamos entrevistas presenciais, semiestruturadas, gravadas em áudio e/ou vídeo. As entrevistas eram orientadas por um questionário, mas também se considerava uma dinâmica espontânea, aproximando-se de uma conversa, sem previsão antecipada de cada passo, o que era fundamental para observar as especificidades de cada fala sobre os bares ou cafés. O questionário estava organizado em três eixos (história, sociabilidades e comida), contendo de oito a dez perguntas em cada eixo. Em linhas gerais, buscávamos obter informações sobre: a fundação do estabelecimento e as mudanças vividas até os atuais proprietários (societárias, de endereço, eventuais ampliações); eventos relevantes que tenham ocorrido nos estabelecimentos ou mesmo eventos históricos que tenham tocado a rotina dos estabelecimentos; citações desses estabelecimentos em livros, músicas e outros registros; características da clientela no passado e no presente (Quem são os frequentadores? Quais as duas preferências? Se estabelecem laços com garçons? Quando se aplica, quais outras atividades realizam no bar/café? Tempo de permanência no estabelecimento?); se o cardápio permanece o mesmo desde a fundação ou quais alterações sofreu; as formas de cocção e apresentação dos pratos do cardápio; quais bebidas e comidas são mais consumidas nos estabelecimentos pesquisados.

Bares cariocas e cafés portenhos – primeiras aproximações

Em dezembro de 2011 se realizou na Estudantina, Rio de Janeiro, o 1º Seminário Internacional do Bar Tradicional, que abrigou discussões acerca da possibilidade de alguns bares se tornarem patrimônio cultural da cidade. A

iniciativa contou com o apoio da Prefeitura do Rio, que, naquela ocasião, publicou o decreto que estabeleceu o Cadastro dos Bares Tradicionais como Patrimônio Cultural da Cidade¹¹. O primeiro momento do cadastro listou, então, doze bares, sendo dez deles no Centro na cidade e dois na zona sul, sendo essas duas zonas os limites mais conhecidos como área turística da cidade. Sabia-se que com o tempo a lista poderia ser acrescida de outros estabelecimentos, como de fato ocorreu um ano após com o registro de mais quatorze bares¹². Na ocasião da criação do cadastro a Prefeitura da cidade se dizia preocupada com o fato de que vários bares centenários fecharam suas portas nos últimos anos. A partir do reconhecimento e do apoio institucional, esperava-se que ao menos os bares presentes na lista não tivessem o mesmo destino. O então secretário de Turismo, Antônio Pedro Figueira de Mello, que também participou do 1º Seminário Internacional do Bar Tradicional, relacionou o decreto, a cultura urbana carioca e o contexto mais amplo que envolvia a realização dos megaeventos na cidade na seguinte afirmação: “Os turistas que chegam ao Rio têm a obrigação de conhecer nossos bares e botequins. Por isso, é fundamental que se trabalhe por sua preservação. A assinatura desse decreto reflete esse momento maravilhoso que o Rio vive”¹³. Tanto para o secretário quanto para o senso comum é simples compreender a visita obrigatória aos bares da cidade, afinal eles são entes vivos e dinâmicos que apresentam e representam traços da cultura carioca, e que muitas vezes simbolizam junto de alguns outros elementos as principais referências dos bairros onde se localizam.

Pedro de Lamare, presidente do SindRio, também presente no seminário comentou a importância desses estabelecimentos e destacou o risco latente de se perder junto do fechamento de alguns estabelecimentos, em razão da crescente especulação imobiliária, a memória local da cidade: “temos hoje cerca

¹¹ Para a leitura do primeiro decreto integralmente: http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4368015/4108326/15DECRETO34869CadastrodeBares_eBotequinsTradicionais.pdf Acesso em: 24 mai. 2021.

¹² Para a leitura do segundo decreto integralmente: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4368015/4108339/26DECRETO36605BareseBotequinsTradicionais.pdf> Acesso em: 24 mai. 2021.

¹³ Para ler as declarações integralmente: <http://www.rio.rj.gov.br/web/guest/exibeconteudo?article-id=2358915>. Acesso em: 24 mai. 2021.

de 9 mil bares e botequins na cidade, o que movimentava 4,6% de empregos diretos. Por esse motivo, nesses tempos de especulação imobiliária, devemos manter viva a característica do comércio de bairro do Rio”. Esta fala, no entanto, nos oferece pistas pelo avesso para pensar as ações da Prefeitura diante do contexto que a cidade vive. Nos anos que antecederam a realização dos Jogos Olímpicos de 2016, o carioca observou uma intensa transformação do espaço urbano, que não se revelava exclusivamente pela ineficaz ampliação da rede de metrô, da retirada e construção de viadutos e vias expressas para a passagem de carros e ônibus, mas também na substituição do comércio e das atividades locais por novas marcas e formas de consumo. As últimas casas, construídas antes dos anos quarenta, que ainda resistiam na orla de Copacabana foram vendidas para que nos seus terrenos se construíssem hotéis. Por volta dos anos 2010, encontrava-se apartamentos de um quarto no Leblon, o bairro mais caro da cidade, à venda por 1 milhão de reais ou mais. O mesmo apartamento, em meados dos anos 1990, seria vendido por cerca de 60 mil reais. Embora a economia brasileira tenha se desenvolvido nesses anos 2000, os salários dos brasileiros não aumentaram tanto quanto o valor dos imóveis em cidades como o Rio de Janeiro. Esses e outros indícios fazem crer a muita gente de que vivíamos uma bolha imobiliária. O “momento maravilhoso” do qual falava o secretário de Turismo, em 2011, não inclui os prejuízos econômicos, sociais e simbólicos que o carioca tem enfrentado, mas observa tão somente que a euforia em torno da cidade-sede dos Jogos Olímpicos de 2016 se traduz para a Prefeitura na possibilidade de atrair investimentos que contribuam para a promoção de um projeto de modernização que, não apenas assegure a realização do evento, mas que reordene o lugar da cidade no concerto mundial de cidades que devem abrigar eventos assemelhados, tornando-se um destino obrigatório. As exigências em torno da realização do evento conferem à cidade a imagem de um produto seguro dentro e, principalmente, fora do país. Esse contexto, entretanto, recrudescer as iniciativas ligadas à engenharia civil e anima ainda mais a especulação imobiliária, que se tornou um tema recorrente nos periódicos do país que anunciavam, sem pesar, que o metro quadrado mais caro do Brasil estava no Rio de Janeiro e que a cidade era, naquele momento, uma

das quinze mais caras do mundo para se viver. É justamente em razão desse contexto que o Rio experimentou diversas transformações que envolvem investimentos da iniciativa privada, projetos de políticas públicas e de organizações sociais que se refletem na paisagem urbana e cultural da cidade, onde dezenas de lugares tem visto suas especificidades, valores simbólicos, relações de sociabilidade se alterando e se ressignificando.

Em Buenos Aires, a iniciativa que denominou e conferiu proteção aos cafés, bares, bilhares e confeitarias notáveis da cidade é mais antiga em relação à recente iniciativa carioca. A lei nº 35 que registra esses estabelecimentos como bens culturais foi publicada em julho de 1998¹⁴ e previa em seus principais artigos: a criação de uma comissão de proteção e promoção dos notáveis; a definição do que se considera notável – *“aquel bar, billar ó confitería relacionado con hechos ó actividades culturales de significación; aquel cuya antigüedad, diseño arquitectónico o relevancia local le otorguen un valor propio.”* –; e já anunciava os compromissos que a comissão deveria assumir, que vão desde a criação de um catálogo até a apresentação de metas anuais de investimentos a serem realizados nesses estabelecimentos. Já na letra da lei se observa uma primeira coincidência em relação ao caso carioca: ambos destacam os critérios de antiguidade ou continuidade histórica, bem como o de relevância local como características de distinção dos bares e cafés identificados como tradicionais ou notáveis.

Dentre os objetivos permanentes da Comissão responsável pela atenção aos cafés notáveis em Buenos Aires previstas em lei, além da preocupação com a reabilitação ou restauração de alguns desses bens, recomendam-se ainda duas ações diretamente ligadas à atividade turística: *“la elaboración y actualización de un catálogo de cafés, bares, billares y Confiterías notables en el ámbito de la ciudad y su difusión en los centros de actividad turística”*; e ainda *“promover la participación de los locales catalogados en la actividad cultural y turística de la ciudad, impulsando en estos actividades artísticas acorde a sus características.”* Nas primeiras páginas do 1º volume dos catálogos (SPINETTO,

¹⁴ Para a leitura da lei integralmente: <http://www2.cedom.gob.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley35.html> Acesso em: 24 mai. 2021.

2012, p. 9), escreve Hernán Lombardi, ministro da cultura: “*Tomar um café en Buenos Aires es un ritual obligado para quien nos visite y quiera conocernos*”. Essa consideração aparece antes mesmo da observação de que a ida ao café é um hábito cotidiano para o portenho. O termo obrigatório aqui me remeteu à frase dita pelo secretário de Turismo do Rio de Janeiro: “Os turistas que chegam ao Rio têm a obrigação de conhecer nossos bares e botequins.” As falas revelam que era desejável que o registro como patrimônio cultural, em ambas as cidades, organizasse atrativos para o turismo cultural que se alimenta, principalmente, do patrimônio material e imaterial para promover encontros de descoberta e experimentação dos traços mais pitorescos constituintes daquelas identidades culturais.

Na entrevista realizadas nos bares e cafés, três perguntas consideravam de diferentes formas a questão do turismo e uma delas questionava diretamente se houve um acréscimo de turistas nos bares cariocas ou nos cafés portenhos depois do registro como bem cultural; de um lado e de outro a resposta mais comum era que não. Ao contrário do que se pode pensar de imediato, isso não significa que os visitantes não se interessam pelos bens culturais das cidades que visitam; significa antes que o simples registro como bem cultural por mais que confira maior valor simbólico ao estabelecimento não confere apenas com este ato um valor turístico ainda maior.

Outra semelhança observada nas duas cidades diz respeito aos discursos que veem no fechamento de muitos desses estabelecimentos o despertar para a proteção dos bares e cafés restantes via registro como patrimônio cultural. José Maria Peña, no prólogo para a segunda edição do catálogo de notáveis de Buenos Aires (SPINETTO, 2012), mais do que se debruçar sobre o caráter que torna os cafés de hoje notáveis, sente a necessidade de rememorar “*los Cafés que habiendo sido notórios en su momento, hoy desaparecieron*”, e neles concentra a maior parte dos seus argumentos. A hipótese da “retórica da perda”, tal como apresentada por José Reginaldo Gonçalves (2002), acendeu a necessidade de se identificar, registrar, preservar esses estabelecimentos genericamente conhecidos por bares e cafés, e que são marcas culturais muito significativas no Rio de Janeiro e em Buenos Aires. Como disse o subsecretario

de Patrimônio Cultural, Washington Fajardo, os bares da cidade representam uma espécie de “acervo cultural” do Rio de Janeiro.

No Rio de Janeiro, a padronização do consumo, a sensação de insegurança, a concentração das iniciativas culturais no centro e na zona sul, somadas à especulação imobiliária fragilizaram a existência desses estabelecimentos que são, cada um, exemplares únicos que compõem a cena de uma sociabilidade carioca para a qual seus donos, gerentes, cozinheiros, garçons e clientes são os personagens principais. Já em Buenos Aires, é preciso que a pesquisa avance para que se averiguem os motivos que levaram ao fechamento de vários desses estabelecimentos, como é o caso da confeitaria Paris, La Meca, Augustus, Petit Café, La Paz, La Victoria, El Ciervo, para citar apenas alguns. Pode parecer paradoxal que as cidades em situação de transformações radicais assim como os tempos históricos de mudanças mais rápidas sejam justamente aqueles em que se evidencia uma preocupação memorialística com a manutenção ou “invenção das tradições”, tal como explicou Eric Hobsbawm (2012). A tentativa de organizar quase imutavelmente alguns aspectos da vida social – ou reestruturá-los, reformá-los, reinventá-los – para Hobsbawm, se deve a uma insegurança em relação ao futuro, sensação bastante típica do século XX (e, por que não do XXI?). No caso do Rio de Janeiro foi justamente essa noção da tradição associada à “retórica da perda” que animou a Prefeitura a elevar alguns dos bares cariocas ao registro de bem cultural sob o epíteto de bares tradicionais, que, para o senso comum, levou à associação equivocada com a antiguidade desses estabelecimentos. A Prefeitura de Buenos Aires ao registrar seus cafés, bares, bilhares e confeitarias como “notáveis” dirimiu essa confusão. Mais recentemente, via decreto, a Prefeitura do Rio de Janeiro mudou a denominação para bares tradicionais e notáveis, a exemplo do que fizera a cidade de Buenos Aires.

No Rio de Janeiro de hoje, os bares são (ao lado do samba e da praia) a principal referência para compreender o que é a sociabilidade carioca. No entanto, nem sempre foi assim. Danilo Gomes (1989), autor de “Antigos Cafés do Rio de Janeiro”, teve como motivação principal para a escrita do livro justamente o fluxo contínuo e acelerado de esquecimento dos cafés e a perda

dessas referências do passado. Ele informa que a época áurea dos cafés na cidade no Rio de Janeiro se deu entre os anos de 1880 e 1940, quando houve expansão no número de estabelecimentos e elevada frequência nos mesmos. Em 1875 havia cerca de 140 cafés e dez anos depois o número já alcançava quase o dobro. Vale saber que desde o século XIX se deu uma confusão entre cafés e botequins, talvez porque os botequins também servissem cafés. Assim como o século XX viu dezenas de cervejarias sendo chamadas de café-concerto ou café-cantante, o que provavelmente acontecia em razão de uma influência francesa na valorização dos cafés. Alguns deles eram redutos de grupos de escritores, o que punha muitos desses estabelecimentos na órbita dos debates políticos e das conversas literárias. A ambiência dos cafés fundamentava o epíteto de república das letras, demonstração da acalorada vida cultural carioca no início do século XX. Com a influência norte-americana e as mudanças de hábito daí decorrentes, o café se tornou lugar de passagem mais rápida, deixando de abrigar mesas onde era possível demorar-se por algumas horas, adotando os balcões compridos que possibilitavam o atendimento do cliente em pé. Para alguns cronistas, a decadência do café se dá justamente nesse momento, quando as antigas sociabilidades se veem completamente alteradas. De certa forma, os bares passaram a ocupar esse lugar dos antigos cafés em que a permanência dos clientes por horas em uma mesa não é controlada, o que convida os frequentadores a uma outra relação com a passagem do tempo, na qual o tempo gasto é encarado com tempo investido. Daqueles cafés que já faziam fama na época áurea, poucos sobreviveram até hoje e possivelmente o principal exemplo entre os resistentes seja o Lamas. Para os portenhos, as mudanças dos anos 1940 aconteceram especialmente no âmbito da decoração dos cafés, sem que isso ameaçasse o seu caráter, muito menos a sua sobrevivência, como aconteceu no Rio de Janeiro. Lá, os balcões não se impuseram às mesas, que resistem nos ambientes fechados e frequentemente também nas calçadas, nem o tempo de permanência no café fora afetado pelos módicos preços dos cafezinhos. É plenamente possível demorar-se em um café portenho, consumindo pouquíssimo, sem que isso pareça mal.

Outro aspecto igualmente presente entre as duas cidades é o fato de esses estabelecimentos possuírem uma forte herança ibérica, sendo mais evidentemente portuguesa no Rio de Janeiro e espanhola em Buenos Aires. No Rio de Janeiro, os bares azulejados e em Buenos Aires os presuntos pendurados no teto dizem mais sobre uma herança que se quer evidenciar do que propriamente da decoração dos estabelecimentos. No Rio de Janeiro, os bares herdeiros das tascas e em Buenos Aires os cafés herdeiros de pulperías assinalam a presença da cultura ibérica para além das nossas línguas. Em Buenos Aires se percebe uma real preocupação com essa relação de parentesco através dos textos presentes nos dois catálogos sobre os notáveis, sendo Bar de Cao e El Federal dois exemplares dessa tradição. No Rio de Janeiro, por outro lado, não se observa por parte da Prefeitura a mesma preocupação histórica. Tanto numa cidade quanto na outra, além da influência ibérica, o café parisiense inspirou e ainda inspira muitos traços da sociabilidade nos cafés e bares. O principal deles é o fato de muitos estabelecimentos colocarem mesas na calçada, permitindo que a rua invada em certa medida a intimidade desses lugares de parada. A passagem do tempo nos cafés e bares também sofre alguma influência de Paris na medida em que para ir até eles basta deixar-se estar. Aliás, esse é um forte traço comum: não é preciso ter motivos para ir ao café ou ao bar – quando portenhos e cariocas querem ir a algum lugar é invariavelmente lá onde eles vão parar.

Dentre as curiosas coincidências entre os bares tradicionais do Rio e os cafés notáveis de Buenos Aires, temos a imperiosa mudança de nomes que se fez necessária para alguns estabelecimentos durante momentos de guerra. No Rio, durante a Segunda Guerra Mundial, o Bar Adolph, fundado em 1887, se rebatizou com o nome Bar Luiz depois de ser atacado por estudantes do Colégio Pedro II, que achavam que o bar homenageava Adolf Hitler, quando na realidade era uma alusão ao nome do seu segundo proprietário. Já o Bar Zepellin, fundado em 1907 e conhecido como “o alemão da Lapa”, em razão de seu primeiro dono e gastronomia especializada, teve seu nome trocado para Bar Brasil, o que contribuíra para aquietar os ânimos exaltados. Por fim, o Bar Berlim, à beira da Lagoa Rodrigo de Freitas, fundado em 1934, foi apedrejado em 1942 quando do

bombardeamento de navios brasileiros por alemães. Fechado por curto período, reabriu com o nome Shangrilá e em 1948 assumiu o nome que tem até hoje, Bar Lagoa. Em Buenos Aires, de acordo com o relato de Spinetto (2012, p.25), o café Britânico mudou de nome duas vezes por motivações ligadas a conflitos bélicos. Fundado em 1930, chamou-se inicialmente La Cosechera, alterando-se o nome para Britânico porque havia se tornado reduto de muitos ex-combatentes ingleses da Primeira Guerra Mundial, que residiam na Av. Garay, próximo ao café. A segunda mudança de nome, esta temporária, se deu durante a Guerra das Malvinas, em 1982, quando tiraram suas três primeiras letras e por pouco tempo fora chamado de Tánico.

As principais diferenças entre os cafés portenhos e os bares cariocas residem em duas características: o que se bebe e a companhia. No Rio, o chope e a cerveja são as bebidas mais consumidas e em Buenos Aires, em geral, se bebe café nos Cafés. Quanto à companhia, tanto numa quanto noutra cidade é comum ver gente sozinha e acompanhada. Entretanto, o carioca, mesmo quando está sozinho em um bar, conta com a companhia velada do garçom ou do gerente, com quem frequentemente acaba criando uma relação de camaradagem. Em Buenos Aires, apesar dos portenhos serem conversadores, se alguém se senta sozinho em um café é incomum que essa solidão seja perturbada; nesses casos, as companhias escolhidas de um modo geral são os livros, os jornais – que muitas vezes ficam passeando de mesa em mesa – e o próprio café.

Por mais que os cafés, bares, armazéns estejam em funcionamento e se mantenham organismos vivos dentro da cidade, é possível que eles se vejam ameaçados pelas lanchonetes, *fast-foods*, restaurantes de comida a quilo e grandes redes de botequins, que se espalham pela cidade padronizando os fazeres e os usos. É da reflexão sobre a cultura, como forma simbólica de uma sociedade se ver a si mesma e se interpretar, que surge a possibilidade de pensarmos sobre o caráter atávico que esses lugares exercem no ambiente onde eles sobrevivem. Quando um elemento da identidade cultural de uma sociedade se torna um bem ele é imediatamente investido de um acréscimo de valor porque seguramente ele se torna um ícone através do qual se acessa um universo mais

complexo e difuso da cultura. Aquele elemento, além de identificar um determinado grupo, permite que aquele grupo se diferencie dos demais. Entre os bares cariocas há muitas coisas em comum: como já foi dito, a maior parte dos donos ou da família dos proprietários dos bares registrados é de origem portuguesa ou espanhola; há muitas histórias de donos atuais que eram décadas atrás garçons, cozinheiros ou gerentes do mesmo bar; da mesma forma, a maioria dos proprietários sempre trabalhou em algum ramo da restauração; de maneira geral, tem por hábito manter seus empregados, sobretudo, os garçons, bem como a sua clientela; preservam o cardápio e dezenas de hábitos, que se repetem religiosamente. É interessante observar como essas particularidades agregam valor ao caráter comum que se encontra nesses estabelecimentos, sendo precisamente o cuidado com a continuidade desse perfil que faz de cada um deles o conteúdo e a forma, simultaneamente, dessa que é, dentre as formas de sociabilidade carioca, uma das mais marcantes.

O que se vê ao visitar esses bares e cafés únicos, tradicionais e notáveis – inclusive os que não estão registrados ainda – é que a rotina deles não depende desses artifícios, mas sim da clareza, por parte dos donos e dos clientes, das especificidades da personalidade desses bares e cafés, que são a sua maior valia: a tônica do valor da continuidade e as sociabilidades. A preocupação com a continuidade, tal como foi exemplificada anteriormente, é provavelmente o que oferece a qualidade de “tradicional” ao bar e ao café, e não necessariamente a sua antiguidade. É preciso compreender que tradicional não é necessariamente aquilo que é antigo e que não se transformou com o tempo, mas aquilo que é simbolicamente significativo para a comunhão e identificação de um aspecto social e que consegue se ressignificar ou se reinventar, apesar da passagem do tempo. A sociabilidade, segundo Georg Simmel (2006), é a “forma lúdica de sociação”, vinculada à concretude da realidade apenas superficialmente, como inspiração, mas dela necessariamente independente e livre porque existe, sobretudo, enquanto forma; ou seja, não há qualquer finalidade na sociabilidade que não seja ela mesma. Não é por coincidência que em uma mesa de bar a conversa vai de um assunto a outro de modo fácil e rápido, sem qualquer ordenamento ou controle. Basta que haja a conversa e que

ela paira no ar, sem que se precise definir, decidir, apontar, resolver e realizar materialmente os seus assuntos. Não raro os grupos que sempre se encontram nas mesas de bar voltam aos mesmos temas recorrentes e imaginam e planejam uma infinidade de coisas que apenas viverão ali, na conversa. Esse tipo de relação, entretanto, não é exclusiva dos clientes, mas se dá muito comumente entre clientes e garçons, que reconhecem o clima informal e de camaradagem. Desse modo, o bar tradicional e o café notável não são únicos tão somente porque não possuem filiais, mas porque as relações que ali se estabelecem e se desenrolam são também únicas: as pessoas se conhecem pelo nome, conhecem os gostos uma das outras, tem suas preferências respeitadas, são mais tolerantes com os garçons, simplesmente porque o mais importante é estarem ali. Essa ambiência nos aponta para relações que não são, portanto, exclusivamente de consumo, motivadas por interesses e saciedades imediatas; pelo contrário, nos aponta um clima de solidariedade.

O bar é um desses elementos que contribuiu para que o carioca se perceba e se identifique como tal, ou seja, ele não apenas é parte da cultura urbana carioca como possui atributos específicos da cultura – alimenta um imaginário que é a forma como a sociedade se vê e se compreende. Em Buenos Aires, com os cafés, não é diferente. Os bares e os cafés, no Rio e em Buenos Aires, portanto, são um elemento da personalidade do carioca e do portenho, sendo eles mesmos as principais referências para a compreensão de como essa forma de sociabilidade que valoriza as longas pausas no tempo e no espaço, onde simplesmente se deixar estar, sobreviveu ao próprio tempo contemporâneo.

Para (não) chegarmos ao fim – bares e cafés em crise

Dedes 2016 e 2017, se colocou a necessidade de, passados os megaeventos na cidade do Rio de Janeiro, retornar aos bares cariocas, refazendo entrevistas a fim de perceber os efeitos dos certames e do clima entusiástico que os cercavam nos anos anteriores naqueles estabelecimentos que tivessem resistido às transformações que a cidade viveu. Falo em resistência porque soubemos do fechamento de pelo menos um estabelecimento tradicional – Bar e Restaurante Pastoria, mais conhecido como

28 – e da mudança de proprietários em outros dois emblemáticos bares da zona sul carioca, o Bar Lagoa e o Adegua da Velha. No entanto, por diversas razões, dentre elas a grave crise que se abateu sobre o funcionalismo público do estado do Rio de Janeiro no segundo semestre de 2016 e ao longo de todo o ano de 2017, não consegui realizar tal empreitada naquele momento.

A crise financeira já nos sinalizava que nem a cidade, tampouco o estado do Rio de Janeiro, havia conquistado os resultados projetados com a realização dos megaeventos. Muito embora a crise que impactava o funcionalismo público tenha sido contornada com acordos que prejudicaram o próprio funcionalismo, ainda vemos as classes médias e as classes menos abastadas sofrerem com uma crise financeira que se estende desde então e se aprofundou nos últimos dois anos, não só no Rio de Janeiro, mas em todo o país. Para persistirmos provocando comparações, tanto aqui, como na Argentina, ao longo dos últimos anos, nossas moedas têm se desvalorizado cada vez mais frente ao dólar.

Somada à pré-existente crise financeira, temos, desde março de 2020, a crise sanitária com a pandemia da Covid-19 que afetou, com mais ou menos intensidade, todos os cantos do globo. Brasil e Argentina, guardadas as proporções de suas populações e as diferentes condutas a fim de conter a disseminação da doença, amargam graves índices de contágio e mortalidade. Tanto lá, como aqui, os cafés notáveis e os bares tradicionais têm enfrentado as mais diversas dificuldades para seguirem sobrevivendo. Nesse percurso tortuoso, alguns deles não resistiram.

Nas duas cidades os bares e cafés tiveram de se adaptar aos serviços de *take away* e *delivery*, antes incomum entre esses estabelecimentos tradicionais. Outra adaptação comum às duas cidades foi a obtenção de licenças especiais para que os bares e cafés dispusessem mesas e cadeiras nas calçadas a fim de garantir lugares ao ar livre, buscando com isso atrair seus públicos de volta, com um pouco mais de segurança. Entre as medidas que se aplicam à Buenos Aires, mas não se aplicam ao Rio de Janeiro, temos a ajuda governamental que se comprometeu ao longo de nove meses pandêmicos de 2020 com o pagamento de parte dos salários dos empregados desses estabelecimentos, além da isenção de alguns impostos. Ainda assim, foram cerca de dois mil bares, cafés

e restaurantes que fecharam as portas entre março e dezembro na cidade de Buenos Aires. Dentre esses, os notáveis El Café de la Esquina, La Flor de Barracas, La Confitería del Hotel Castelar e La Buena Medida. No Rio de Janeiro, desde o início da pandemia, temos notícia do fechamento do bar e restaurante A Flor de Coimbra, da Casa Villarino e do restaurante La Fiorentina, elevado à bem cultural da cidade às vésperas do seu leilão. São exemplos dos cerca de um mil e duzentos bares e restaurantes que fecharam as portas em toda a cidade entre março e dezembro de 2020.

Os eventos recentes, desde os megaeventos, passando pela crise financeira e mais recentemente pela crise sanitária, nos mostram que, muito embora sejam louváveis as ações de valorização da cultura urbana dessas metrópoles através do reconhecimento de seus bens culturais – como os bares e cafés tradicionais e notáveis –, essa medida, isoladamente, não foi e não será capaz de preservar esses estabelecimentos, as especificidades culturais e as sociabilidades nessas cidades, tampouco estimular a ressignificação desses ambientes frente às mudanças comuns à vida urbana e às sociedades modernas. Ressalta-se, assim, a importância de planejar e executar políticas públicas integradas, transversais, que coloquem em diálogo diferentes setores da sociedade e da agenda política a fim de garantir a efetiva preservação desses estabelecimentos, símbolos das culturas carioca e portenha.

REFERÊNCIAS

BUENOS AIRES. Lei nº 35, de 13 de julho de 1998. **Comisión de Protección y Promoción de los Cafés, Bares, Billares y Confiterías Notables**. Buenos Aires, jul. 1998.

BOSSIO, Jorge. **Los Cafés de Buenos Aires**. Buenos Aires: Schapire, 1968.

COSTA, Amanda Danelli; AUGUSTO, Leonardo de Carvalho; RODRIGUES, Thaís Alves Corrêa. Bares tradicionais no Rio de Janeiro: a herança portuguesa no patrimônio cultural carioca. **Ambivalência**, v. 7, n. 14, p. 101-124, jul-dez/2019.

GOMES, Danilo. **Cafés do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Kosmos, 1989.

GONÇALVES, José Reginaldo Santos. **A retórica da perda: os discursos do patrimônio cultural no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2002.

HOBBSAWN, Eric. **A Invenção das Tradições**. São Paulo: Paz e Terra, 2012.

MENEZES, Wagner Chagas de. O punha saiu do entulho: o pequeno comércio do Rio de Janeiro às vésperas da reforma Pereira Passos. **Revista Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, n. 10, p. 77-109, 2003.

RIO DE JANEIRO. Decreto no 34.869, de 5 de dezembro de 2011. **Cria o cadastro dos Bares e Botequins Tradicionais – Patrimônio Cultural Carioca**. Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro, Poder Executivo, 2011.

_____. Decreto no 36.605, de 11 de dezembro de 2012. **Declara Patrimônio Cultural Carioca bares e botequins tradicionais que menciona**. Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro, Poder Executivo, 2012.

SENNA, Ernesto. **O velho commercio do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Garnier, 1908.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia**: indivíduo e sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

SPINETTO, Horacio J. **Cafés Notables de Buenos Aires I**. Buenos Aires, Dirección General Patrimonio e Instituto Histórico, 2012.

SPINETTO, Horacio J. **Cafés Notables de Buenos Aires II**. Buenos Aires, Dirección General Patrimonio e Instituto Histórico, 2011.

CAPÍTULO 7

**“FEITO À MÃO E COM AMOR”:
O CARURU DE DONA ROSA, DAS PRAIAS ÀS FESTAS DE ANIVERSÁRIO NA
CAPITAL DO MENOR ESTADO DO NORDESTE BRASILEIRO**



[Esta Foto](#) de Autor Desconhecido está licenciado em [CC BY-SA-NC](#)



**“FEITO À MÃO E COM AMOR”:
O CARURU DE DONA ROSA, DAS PRAIAS ÀS FESTAS DE ANIVERSÁRIO NA
CAPITAL DO MENOR ESTADO DO NORDESTE BRASILEIRO**

João Mouzart de Oliveira Junior

Palavras Iniciais

No dia 03 de maio de 1966, em uma tarde chuvosa, encontrava-se sentada na porta, embaixo de uma árvore de amendoeira, a senhorita de nome Rosa, em sua residência na Rua da Direita depois denominada de rua da Conceição, nome colocado em homenagem à sua mãe, território esse pertencente a ilha de Santa Luzia em Sergipe. Triste e de cabeça baixa, chorava por não saber como se alimentar e sustentar sua família¹⁵. Suas lágrimas misturavam-se com a chuva, lavava a sua alma que se encontrava atormentada com os problemas financeiros oscilantes em sua vida, pois, quem a conheceu sabe que sua marca sempre foi o sorriso e a positividade de encarar a vida com leveza e fé.

Oriunda do Baixo São Francisco, da cidade de Ilha das Flores em Sergipe, se deslocou para capital de Aracaju para tentar melhorar suas condições de vida e acabou se deparando com uma cidade cara, como ela definiu em suas palavras, levando em consideração o seu orçamento na época, por isso, salientou que: “morar nesta cidade, mesmo nos espaços mais pobres, não era fácil, levando em consideração que tudo era muito caro, até hoje!”¹⁶.

Antes de chegar à Aracaju, várias tentativas foram feitas para residir na nova capital. A última experiência deu certo, quando conseguiu chegar à Barra dos Coqueiros para trabalhar em casa de família, como muitas mulheres

¹⁵ Entrevista de Dona Rosa concedida ao pesquisador João Mouzart de Oliveira Junior. Realizada em 03 de maio de 2007.

¹⁶ Entrevista de Dona Rosa concedida ao pesquisador João Mouzart de Oliveira Junior. Realizada em 03 de maio de 2007.

oriundas do interior¹⁷. Sua juventude foi marcada pelo trabalho e para aumentar a sua renda aprendeu outros ofícios, como o de costureira e vendedora de rua, atuando em diferentes serviços por fora das atividades domésticas, conseguindo assim, ter um dinheiro extra através dos conhecimentos utilizados em seu cotidiano, que foram adaptados às suas necessidades pessoais, seja para a elaboração de suas próprias roupas, ou para suprir suas necessidades básicas.

Tentou várias vezes residir em Aracaju e não conseguiu, assim, vislumbrou como opção à moradia na cidade mais próxima desta capital, se deslocando para os arrabaldes da ilha, por coincidência, em seus pensamentos e percepções sensoriais, a ilha era algo particular, mais próximo de suas vivências e memórias, pois da Ilha das Flores se deslocou e na Ilha de Santa Luzia criou seus mecanismos de sobrevivência, longe dos referenciais de sua terra natal, sendo que tempo depois, ganhou sua primeira residência da senhora que prestava serviço, ambas nascidas na mesma região.

E nessa nova terra, foi onde começou suas primeiras empreitadas de trabalho, ao olhar de forma futurista para as praias, como espaço fundamental de empreendimento dos seus saberes em torno da produção de alimentos (acarajé, caruru, vatapá), nos espaços de entretenimento e lazer, pois o mar lava, leva, toca e interage com todos que se encontram envolvidos em suas adjacências.

O mar está conectado a outros espaços, magias, seres que habitam o seu interior. O mar é ancestralidade, deslocamento de corpos escravizados, mas também é o espaço que possibilita pensar no retorno, refletir e ganhar energias para lidar com as dificuldades potencializadas e evidenciadas em nossas experiências de existir e resistir, ou seja, o mar está conectado com o movimento de ir e vir e recomeçar constantemente tudo que se encontra a nossa volta. Dona Rosa resume salientando que, “o mar é como os dias que se repetem de formas diferentes, com coisas diferentes, ele sempre muda e cria novas formas de

¹⁷ O termo interior é utilizado para diferenciar as pessoas que não nasce na capital do estado. Além disso, pode também ser utilizado de forma pejorativa para falar sobre: as maneiras, os comportamentos, os costumes e os hábitos antigos, dependendo do contexto que são utilizados.

aparecer perante aqueles que o admira”¹⁸, e o “respeito é o primeiro passo, para empreender nesta localidade. O mar é a vida que sopra, age e guia minha existência”¹⁹.

Em suas memórias de vida, ressaltou que sua protetora inicial a lhe guiar, depois de Jesus Cristo, foi Nossa Senhora dos Mares, articulada com Santa Luzia, as quais clamou durante muitos anos sob sua proteção, dialogando com a sua ancestralidade religiosa negra, seus protetores de presença africana. Desta forma, se encontrava em um ato de ir e vir, entre o estar lá e o aqui, na mistura dessas variáveis é que crescia a jovem Rosa.

O contexto apresentado oportuniza, a partir de uma experiência etnográfica, em cinco espaços: o residencial, à praia, às festas, o espaço educacional e as ruas que fazem parte da formação de uma territorialidade que demarca as dinâmicas produzidas e evidenciam as táticas de resistência através das experiências negras materializadas em atuações e nas atividades informais executadas pelas comunidades negras no exercício de melhoria das suas condições de vida.

Nesse sentido, a pesquisa em foco objetivou analisar a trajetória de vida e as práticas de trabalho de dona Rosa, especificamente a venda do caruru, articulando através da interseccionalidade de gênero e raça, em vista de captar as suas estratégias de sobrevivência produzidas entre 1970- 2010. Além de fazer um pequeno recorte dos fenômenos que podem ser observados na cidade. Destarte, foi imprescindível observar o trabalho de rua como locus privilegiado para pensar as iniciativas de empreendimento das mulheres negras, perante as diferentes frentes de atuação das práticas que adentram nas reflexões de trabalhos informais, visto que, as experiências de dona Rosa se deram através das táticas elaboradas para angariar os recursos financeiros que desse suporte a sua sobrevivência e de seu núcleo familiar.

¹⁸ Entrevista de Dona Rosa concedida ao pesquisador João Mouzart de Oliveira Junior. Realizada em 03 de maio de 2007.

¹⁹ Entrevista de Dona Rosa concedida ao pesquisador João Mouzart de Oliveira Junior. Realizada em 03 de maio de 2007.

Práticas de rua, resistências e sobrevivência das comunidades negras no Brasil

Eu amo a rua. Esse sentimento de natureza toda íntima não vos seria revelado por mim se não julgasse, e razões não tivesse para julgar, que este amor assim absoluto e assim exagerado é partilhado por todos vós. Nós somos irmãos, nós nos sentimos parecidos e iguais; nas cidades, nas aldeias, nos povoados, não porque soframos, com a dor e os desprazeres, a lei e a polícia, mas porque nos une, nivela e agremia o amor da rua. É este mesmo o sentimento imperturbável e indissolúvel, o único que, como a própria vida, resiste às idades e às épocas. Tudo se transforma, tudo varia – o amor, o ódio, o egoísmo. Hoje é mais amargo o riso, mais dolorosa a ironia, os séculos passam, deslizam, levando as coisas fúteis e os acontecimentos notáveis. Só persiste e fica, legado das gerações cada vez maior, o amor da rua. A rua! Que é a rua? (RIO 1908/2008, p.1)

A alma encantadora da rua, nas palavras de João do Rio, direcionada ao sergipano João Ribeiro, reflete a admiração, a liberdade e a vivência intensa da revelação do mundo, que fica guarda em nosso íntimo, memória e cristalizado em nossos corpos, alma ao fazer parte das nossas histórias. Nesse sentido, o espaço da rua se constitui como um ambiente dinâmico das relações de sociabilidades, lazeres, disputas, sobrevivências, competições, alianças, boemias, superstições, festas. Ele é a entrada principal para o mundo das experiências, da invenção dos atores sociais que circulam na relação de interação com o outro, lugar sagrado para alguns e profano para outros, é assim, que acirram as disputas pelas ruas, território extremamente vigiado por aqueles que se encontram no poder. Nessa ótica, uma espécie de repositório da continuidade é estabelecida nas paisagens que constituem o cenário da efervescência das relações humanas.

Assim, ao caminhar no passado, pelas suas ruas, curvas, vielas e becos é possível rastrear as dimensões de particularidades das sociedades, suas escolhas de vida, as práticas de trabalho e observar as diferenças estabelecidas em um processo dinâmico e contínuo que ressalta as posições ocupadas dos relegados de uma história oficial (OLIVEIRA JUNIOR, 2012). Isso inclui pensar a classe, a raça, o gênero e as múltiplas formas identitárias, transpassadas aos limites estabelecidos dos costumes, dos usos e da vida cotidiana em busca de seus significados, pelas quais os processos de redes, solidariedades, alianças e conflitos são estabelecidos, evidenciando diferentes particularidades

vivenciadas nos processos sociais, diante dos circuitos de interlocuções com diferentes sujeitos e instituições que fazem parte desse cenário.

A rua foi vivida pelas comunidades negras com diferentes finalidades, sentidos e interesses ao se apresentar como espaços de materialização de suas práticas saberes deslocados do outro lado do atlântico, espaço da violência, do sonho de alcançar sua alforria, da sobrevivência e de arquitetar as fugas e rebeliões. Neste caso, a rua é compreendida a partir das múltiplas leituras e interpretações que podem ser apreendidas e destaca as peculiaridades das experiências negras, consonante com as normas e regras estabelecidas que impactam de forma direta na fabricação e organização da paisagem e do território ocupado, bem como as representações e os valores culturais que atuam nessa sociedade, isto é, ela faz parte de um projeto social de escolhas definidas em um determinado momento.

A prática de rua, dito assim no singular, foi frequentemente evidenciada por acadêmicos, juristas, médicos, cronistas, higienistas, fotógrafos e intelectuais para falar dos aspectos peculiares da sociedade brasileira ora, com o interesse de combater o fenômeno, ora para demonstrar a luta, a garra, as táticas de resistência e de sobrevivência das comunidades negras espalhadas por diferentes realidades e contextos sociais. Oportunamente, foram utilizados como objeto de observação dos fenômenos sociais, como se pode visualizar nas ações realizadas por Silvio Romero, que em seus estudos, evidenciou as ruas como lugar privilegiado dos saberes dos povos negros e registrou os contos, histórias e observou as experiências produzidas do outro lado do atlântico, chamando a atenção para a elaboração de pesquisas com viés nos estudos étnico-raciais e para a ausência de análise mais precisa, sobre os diferentes grupos que se encontravam no Brasil. Tornando-se pioneiro nas reflexões e motivando os pesquisadores para ampliar os repertórios existentes sobre as experiências negras nas diferentes territorialidades do país. Assim, enfatizou a necessidade do estudo na seguinte frase:

“E' uma vergonha para a sciencia do Brazil que nada tenhamos consagrado de nossos trabalhos ao estudo das linguas e das religiões africanas”. Quando vemos homens, como Bleek, refugiarem-se. dezenas e dezenas de annos nos centros da África somente para estudar uma lingua e colligir uns mythos,

nós que temos o material em casa, que temos a África em nossas cozinhas, como a América em nossas selvas, e a Europa em nossos salões (ROMERO, 1888, p.10-11)

Além disso, lançou a semente para olhar para os africanos como objeto de ciência e da necessidade de estudar suas práticas com mais densidade nas diferentes áreas do saber, não se pode esquecer que Antropologia e a Sociologia encontrava-se entrelaçadas com diferentes campos e áreas de atuações, sendo refletida na Literatura, Direito, Medicina, Linguística, Psicologia e no campo educacional que se desenhava no Brasil.

Também não é por acaso que Sívio Romero vai afirmar que foi a geração de 1870, especificamente ele e Tobias Barreto, que trouxeram e alimentaram os debates das ciências sociais no campo acadêmico brasileiro, demarcando seu lugar frente ao debate das questões sociais no Brasil, ao refinar seu olhar para as singularidades presentes (ROMERO, 1895).

A formação da linha de pesquisa que enfatiza os estudos étnicos e africanos como destacou Edison Carneiro 1968, no texto *O negro como objeto de ciência* corrobora para pensar como o questionamento e provocação de Sívio Romero foi fundamental para o desenvolvimento das pesquisas sobre as comunidades negras no país, atrelado ao seu projeto de entender o brasileiro fruto da mestiçagem que potencializava a criação de uma cultura extremamente diferenciada e peculiar se comparada a outras sociedades, oportunizando observar as contradições de Romero, entre o amor às práticas e saberes e a projeção da aniquilação dos elementos culturais negros pelo processo de branqueamento (CARNEIRO, 1968).

Tanto Sívio Romero tratou das práticas de ruas, saberes negros, contos, poesias e experiências, como Tobias Barreto evidenciou reflexões referente ao trabalho de rua e aguçou o debate sobre a situação do negro e da criança pobre, em *Menores e Loucos e fundamento do direito de punir* de 1889, que tocava questões acerca do trabalho nas ruas e destacou a importância do trabalho remunerado ao negro (BARRETO, 1889); como se pode ver no Jornal abolicionista de Sergipe que fala da importância de Tobias Barreto para pensar o trabalho do negro no Brasil (JORNAL DO ARACAJU, 1886).

O outro intelectual que se destaca na reflexão das ruas foi João Ribeiro no livro *O elemento negro* de 1906, ao elucidar as experiências de trabalho árduo das comunidades negras e na preocupação em catalogar as línguas africanas em diferentes contextos brasileiros, assim, a rua tornava-se o seu campo de pesquisa e de catalogação da diversidade negra, ampliando o debate da filologia africana no Brasil (RIBEIRO,1906). Seus registros foram utilizados por Nina Rodrigues em '*Os africanos no Brasil*' em 1906 (RODRIGUES, 1906/1935).

Retornando as contribuições de Tobias Barreto não se pode esquecer que ele foi o primeiro a levar debate de Karl Marx para o campo acadêmico no Brasil, como sinalizou Romero, o que faz Nina Rodrigues refutar as ideias de Tobias Barreto e lançar diferentes questionamentos do pensamento que rompe com a inferioridade das comunidades negras e de olhar para os fenômenos sociais a partir de outros ângulos (RODRIGUES, 1906/1935).

Desta maneira, a Universidade do Recife tornou-se a porta de entrada dessa confluência. O abandono aos dogmas religiosos foi utilizado como meio de determinação analítica, sobretudo com o impacto das obras de Darwin, Kant, August Comte, Marx, entre outros. No caso de Tobias Barreto, e em alguns momentos Sílvio Romero, a aproximação da escola alemã fez com que eles se diferenciasssem do debate da escola francesa que fortemente exerceu o papel nas reflexões produzidas sobre os fenômenos sociais e culturais alimentados no íntimo da sociedade brasileira. As iniciativas de solidificação das ciências sociais, pautadas em diferentes linhas de pensamento, impulsionaram o desenvolvimento de diferentes processos metodológicos de análise que se imbricavam entre si e produziam algumas controversas que navegam em torno de uma produção epistemológica e ontológica totalmente singular, que no decorrer de sua fabricação começou a ser utilizadas na compreensão de nossa realidade social.

Além disso, os questionamentos de Tobias Barreto à trilogia *Igualdade, Fraternidade e Liberdade* no século XIX, materializada no livro *Um discurso em mangas de camisa*²⁰, com uma escrita metafórica e lírica denunciava esses princípios, ao interrogar sua funcionalidade no contexto latino americano e

²⁰ Texto publicado pela primeira vez no *Jornal do Recife*, em 1877; depois, em brochura em 1879.

assim, criticava esse modelo descontextualizado no Brasil, ao ironizar com as seguintes palavras “ a liberdade, este néctar espumoso dos sonhadores políticos, que aliás agrada mais pelo cheiro, do que pelo sabor, a república esse fruto do paraíso, mais preciso por fora, do que por dentro, que tem casca de ouro e miolo de prata, o povo soberano, os direitos do homem, a revolução e todas as mais tolices sacramentais da retórica tribunícia já perderam ao meus olhos, como frases natas para arranjar uma figura e arredondar um período, o seu antigo e celebrado encanto” (BARRETO, 1877/1970, p.187).

Portanto resume que o interligamento das noções de Liberdade, fraternidade e igualdade é uma tríade inarmonizável, exemplo disso é que “a fraternidade é um simples conceito religioso” (BARRETO,1877/1970, p.49).

Gostaria de chamar atenção para o papel da escola alemã no século XIX que auxiliou a crítica para as questões de inferioridade do negro e o papel dos intelectuais sergipanos no cenário nacional. Entre eles, o próprio debate de Manoel Bonfim em *América Latina: Males de origem*, aqui quero chamar atenção que poucos leitores de Bonfim observam em sua produção as questões étnico-raciais no que se refere aos dados produzidos sobre as comunidades negras, ao enfatizar o estudo sobre: (1) o continente africano, (2) ao refutar a própria noção de inferioridade do negro, (3) quando destaca a noção de experiência negra; (4) ao chamar a atenção para compreensão de exploração do corpo negro e (5) quando viabiliza o debate referente ao papel social do negro e a valorização do negro no contexto intelectual.

Ou seja, o ponto de partida foi a chamada de Sílvio Romero que oportunizou o interesse pelos estudos de africanos, e nessa corrida é que se destaca o maranhense Nina Rodrigues ao catalogar as experiências dos africanos na Bahia e seus descendentes, o que possibilitou registrar os trabalhos de rua e as atividades de vendas administradas por mulheres negras, a exemplo pode-se destacar o exercício comercial do azeite de dendê (nagô) e o milho de angola atrelado a sua ancestralidade (RODRIGUES, 1906/1935).

De modo notável, a preocupação com as ruas, seus processos de higienização e modernização pouco significaram seus aparatos em termo de mudanças nas práticas sociais informais, que ia ganhando forma conforme a

delineação dos espaços urbanos. Consonantemente foi que Manoel Querino positivou as práticas de ruas de mulheres e negros, ao observar, mediante aos debates sobre as práticas viciosas pelas ações higienistas por um outro ângulo que o fenômeno se apresentava, tudo isso, atravessado pelos saberes negros, que Manoel Querino via a necessidade de catalogar o máximo possível, além de destacar o papel social de tais experiências. Assim, o quadro que se delineava era bastante sugestivo para pensar a prática da venda de comida de rua.

Em *Bahia de outrora e arte culinária na Bahia*, destacou a prática de fazer caruru e descreve que:

Em seu preparo observa-se o mesmo processo do efó, podendo ser feito de quiabos, mostarda ou de taioba, ou de oió, ou de outras gramíneas que a isso se prestem, como sejam as folhas dos arbustos conhecidos nesta Capital, por unha de gato, bertália, bredo de Santo Antônio, Capéba, etc. (*) às quais se adicionam a garoupa, o peixe assado ou a carne de charque e um pouco d'água que se não deixa secar ao fogo. [...]O caruru é ingerido com acaçá ou farinha de mandioca. (QUERINO,1957, p.33)

E ressalta que o prato de caruru poderia ser composto por,

bolas de inhame despido da casca, lava-se o inhame com limão e coze-se com pouco sal. Em seguida é pisado em pilão e da massa se formam bolas grandes que são servidas com caruru ou efó (QUERINO,1957, p.35).

Ao longo do tempo o preparo do caruru se alterou, possuindo uma dinamicidade em sua produção e na inserção das práticas dentro e fora dos rituais religiosos por diferentes espacialidades do território brasileiro.

Na mesma linha de descrição, das práticas de mulheres negras nas ruas, Gilberto Freire, em *casa grande senzala*, relata que:

“encontram pelas ruas da Bahia negras de doce com os seus compridos xales de pano-da-costa. Por cima das muitas saias de baixo, de linho alvo, a saia nobre, adamascada, de cores vivas. Os peitos gordos, em pé, parecendo querer pular das rendas do cabeção. Tetéias. Figas. Pulseiras. Rodilha ou turbante muçulmano. Chinelinha na ponta do pé. Estrelas marinhas de prata. Braceletes de ouro (FREIRE,1933/2003, p.206)

Ao mesmo tempo que traz a descrição das mulheres negras em atuação, no trabalho informal nas ruas, que eram sexualizadas e seus corpos são evidenciados como um objeto analítico a ser registrado. Logo após, fala do trabalho do Nina Rodrigues e do trabalho de rua, executados por mulheres em

três principais espaços: Maranhão, Pernambuco e Bahia, enfatizando que as doceiras de rua, neste último, desenvolveram-se como em nenhuma cidade brasileira, estabelecendo-se verdadeira guerra civil entre o bolo de tabuleiro e o doce feito em casa. Aquele, o das negras forras, algumas tão boas doceiras que conseguiram juntar dinheiro vendendo bolo.

Mestre Vilhena fala desses doces e dessas iguarias - quitutes feitos em casa e vendidos na rua em cabeça de negras mas em proveito das senhoras - mocotós, vatapás, mingaus, pamonhas, canjicas, acaçás, abarás, arroz-de-coco, feijão-de-coco, angus, pão-de-ló de arroz, pão-de-ló-de-milho, rolete de cana, queimados, isto é, rebuçados etc. chama-as Vilhena; "e o que mais escandaliza he huma agoa suja feita com mel e certas misturas a que chamão o aloá que faz vezes de limonada para os negros." Nostalgias de reinol. Saudades do caldo verde (FREIRE, 1933/2003, p.287).

Sobre a prática de rua e alimentação existente, enfatiza que:

o legítimo doce ou quitute: de tabuleiro foi o das negras forras. O das negras doceiras. Doce feito ou preparado por elas. Por elas próprias enfeitado com flor de papel azul ou encarnado. E recortado em forma de corações, de cavalinhos, de passarinhos, de peixes, de galinhas - às vezes com reminiscências de velhos cultos fálicos ou totêmicos (FREIRE, 1933/2003, p. 287).

Em Freire (1933/2003) Os dois pratos de origem africana como maior triunfo na mesa patriarcal brasileira foram o caruru e o vatapá, feitos com íntima e especial perícia na Bahia. Narra o processo de sua produção:

Prepara-se o caruru com quiabo ou folha de capeba, taioba, oió, que se deita ao fogo com pouca água. Escoa-se depois a água, espreme-se a massa que novamente se deita na vasilha com cebola, sal, camarão, pimenta-malagueta seca, tudo ralado na pedra de ralar e lambuzado de azeite-de-cheiro. Juntase a isto a garoupa ou outro peixe assado. O mesmo processo do efô em que foi perita a grande preta Eva, descoberta na Bahia por Manuel Bandeira, poeta. Morreu essa boa Eva no ano fatídico de 1930, em que também morreu em Pernambuco o cozinheiro José Pedro, negro fulo, filho de mãe africana, sobrinho de macumbeiro e talvez o maior especialista do seu tempo em comidas de milho e de leite de coco: mungunzá, cuscuz, pamonha, canjica, bolo de milho (FREIRE, 1933/2003, p.288).

Do ponto de vista higienização, Freire elucida as críticas tecidas Antônio José de Sousa, que salientou o uso imoderado de condimentos, como o azeite-de-dendê, a pimenta e principalmente dos bredos (carurus, quibebes), que era associado as causas de várias enfermidades generalizadas a senhores e

escravos no Brasil; reforçado o abuso desses "afrodisíacos do paladar". "Um tal gênero de alimentos" forçosamente concorria para as "indigestões, diarréias, disenterias, hemorróidas e todas as moléstias das vias digestivas" (FREIRE, 1933/2003 p.289).

Em 1850, José Luciano Pereira Júnior, salientou com grande satisfação o fato da cozinha brasileira se modificar pelos saberes estrangeiros trazidos para o outro lado do atlântico. O resultado de seu estudo, reafirma a importação do azeite da Costa d'África nas práticas culinárias no Brasil e o debate sobre esses alimentos, ao tocar em aspectos referente ao seu uso e abuso, sendo muito explorado pela Medicina e o Direito. Conforme Freire, o debate se deu no "abuso da pimenta e das substâncias oleosas que entram especialmente nas decantadas moquecas, carurus, vatapás, etc. reliqua, resquícios da ação funesta dos africanos introduzidos no país pelos nossos colonizadores" (FREIRE,1933/2003, p.290).

Eduardo de Magalhães no seu estudo Higiene de alimentação destaca que:

"a dispepsia, a úlcera no estômago, as moléstias do fígado, as desordens intestinais, as enfermidades dos rins, a síncope cardíaca, o aneurisma, a apoplexia e outros mais são o epílogo de tanto abuso e tanta sensualidade". Aplicou ao Brasil as palavras de Rasforil - a "indigestão dos ricos vinga a fome dos pobres". Poderia ter acrescentado que os escravos, preparando para a mesa dos senhores brancos carnes e peixes sobrecarregados de pimenta e de temperos alimentaram-se melhor nas suas senzalas, conservando no Brasil a saudável predileção africana pelos vegetais (FREIRE,1933/2003, p.290).

A pimenta foi vista pela medicina como uma prática viciante, mesmo assim, teve defensores de sua importância nos hábitos alimentares, especificamente associados aos vatapás e carurus. Freire destaca que "O príncipe Maximiliano a considerou *excellente pour la digestion*"; Burton "excelente *stomachic*" (FREIRE,1933/2003, p. 291). Por último, se posiciona acerca dos hábitos de higiene das vendedoras de ruas, assim "Não nos parece justo acusar a negra quituteira, cozinheira ou criada de copa, de suja ou descuidada, no preparo da comida ou na higiene doméstica. Um tabuleiro de bolo de negra quituteira chega a brilhar de limpeza e de alvura de toalhas".

Ruth Landes em *Cidade das Mulheres*, ressalta o papel das mulheres negras no trabalho de rua, trazendo-as na linha de frente da gerência de seus negócios, em diferentes frentes: açougues, quitandas, balcão de doces e frutas, barcas de especiarias, sabão, contas vindas de África (LANDES,1930/1967). Outro pesquisador que registrou foi Donald Pierson, em *Branco e Pretos na Bahia* de 1945, enfatiza que Embora a elite baianas “devido às suas cozinheiras negras, não desconheciam os pratos de origem africana tão comumente usados nas casas dos negros da classe baixa, não se encontram habitualmente em suas mesas petiscos africanos tais como: abará, aberém, acassá, acarajé, arroz de Aussá, bóbó de inhame, carurú, efó, xin- xin, etc.,” “cada um dos quais é temperado de acordo com receitas transmitidas por ancestrais da África, que também faziam largamente uso de temperos africanos como azeite de dendê, ataré, irú, pejcerecum, iêrê e egussí” (PIERSON, 1945, p. 312).

Além disso, registra um diálogo em que se encontra a prática do caruru: “Minha irmã 'tá preparando carurú. Ela tem dois fio gêmeo. Quando Deus dá gêmeos p'ra gente, é perciso dá presente de carurú p'ra Cosme e Damião. Si a gente não fizé isso, arguém na casa morre nesse ano” (PIERSON,1945, p.332).

Os saberes das práticas alimentares registradas trouxeram do fundo das cozinhas saberes que foram compartilhados e tecidos em seus processos relacionais, em alguns momentos ignorados por uma estrutura dominante que negava seus conhecimentos. Vale ainda ressaltar que apresenta as diferentes práticas de rua, a venda de alimentos de origem africana e sua relação com o terreiro:

“Nestas barracas podem ser comprados famosos pratos bahianos de origem africana, como aberém, carurú, vatapá, efó e acarajé, bem como bebidas e refrescos...Treze são vendedoras ambulantes de alimentos africanos, sete são costureiras, cinco lavadeiras, cinco empregadas domésticas e uma parteira. Uma delas, a segunda em idade, cuida, la casa de candomblé, uma é "zeladora de santo" e uma, sendo adolescente, ainda não tem profissão. Treze, ou seja, mais de um terço, moram nas imediações do terreiro, dezesseis moram de dois a dez quilômetros de distância do candomblé (PIERSON,1945, p. 365- 438).

Da mesma forma, Arthur Ramos, em *O Negro Brasileiro*, evidencia algumas passagens sobre venda de rua atrelada as questões religiosas e prática do

caruru, registra com as seguintes palavras “guisados exquisitos, os carurús, os acaragês, os aberens, o arroz d'Aussá, africanamente condimentados, e repartidos por todos os assistentes, deliciavam o paladar, opulentando o festim (RAMOS, 1940, p. 95). Em outras passagens também o caruru é destacado como elemento importante nas relações dentro e fora das práticas religiosas. Na mesma linha, Charle Wangle da Universidade de Columbia, chama atenção no prefácio *elite de cor* de Thales de Azevedo de 1955, para a inserção das mulheres negras no universo do trabalho em Salvador, por intermédio da realização de atividades no espaço da rua no pós- abolição (AZEVEDO,1955). Frazier (1942) também de forma tímida toca nas questões referentes à alimentação, ao enfatizar que era comum nas famílias comer alimentos africanos, transpassando para os espaços de lazer e turismo frequentados por intelectuais brasileiros, homens de negócios e estrangeiros.

Roger Bastide, fala da prática do caruru no candomblé e sua relação com as práticas do Candomblé na Bahia, associado a diferentes orixás, ao destacar que o “Caruru, feito com quiabos, hibiscus esculentus. Nome africano: Fetri. Embora o caruru seja o prato preferido de Xangô, em Pôrto Alegre é relacionado com Exú. Propriedades terapêuticas: emoliente, laxante” (BASTIDE, 1961, p. 164). Outra definição é que o Caruru é o “prato feito com quiabos, camarões secos e azeite de dendê” (BASTIDES 1961, p. 354). Tais definições demonstram como a noção de caruru vai sendo descrita nas pesquisas etnográficas sobre as comunidades negras, especificamente, o cenário de Salvador- Bahia.

Outra contribuição aparece nas reflexões de Édison Carneiro em 1968, ao enfatizar também no artigo sobre o *negro como objeto da ciência* o trabalho de rua, assim no desenrolar dos espaços de negócios cresciam “a famulagem - comadres, amas & leite, costureiras, doceiras, pajens, carregadores de cadeiras. domésticos e mucamas. Nas cidades o escravo era o negro de aluguel ou o negro de ganho, mas era também, cada vez mais, o negro liberto e o negro livre” (CARNEIRO, 1968, p.96). Desta maneira, acaba pontuando as diferentes atuações das comunidades negras no Brasil, uma vez que o transitar pelas ruas permitia que essas utilizassem desse espaço para sua sobrevivência.

Pierre Verger ao fotografar as mulheres no trabalho de rua, elucidou o movimento de suas atividades, destacou seus trajes e elucidou os produtos vendidos (mingau, acarajé, frutas entre outras atividades). A simetria e a regularidade da cidade iam se formando a partir dos corpos que transitam nas ruas, mas seu charme se consolidava na quebra dos padrões que produzia outro embalo, toque e sons que ressignificava a territorialidade consumida, visto que na quebra das simetrias surgiam os movimentos desordenados que ocupavam outros espaços, ou seja, o corpo que se move produz o organismo vivo que é, uma cidade africanizada e pulsante na resistência. Em uma carta para Verger, Bastide elucidava as práticas das vendedoras de acarajé e de caruru sentadas nos cantos das ruas, tanto em África como no Brasil, como bem ressaltou Peixoto (2010) no artigo intitulado entre *Bastide e Verger entre "áfricas" e "brasis": rotas entrelaçadas, imagens superpostas*. De forma comparada trazem a rua como um espaço importante para prática de atuação e sobrevivência das mulheres negras a partir do trabalho informal em diferentes realidades que estão presentes a circularidade dos saberes negros.

A relação entre as atividades de venda a rua e o recorte de gênero se apresenta como resquíio de táticas de resistência elaboradas pelas mulheres negras para se manterem vivas com seus familiares, poderia assim ser acionado uma série de razões que justificasse sua inserção nessas práticas. Nesse sentido, vale lembrar as suas estratégias transmitidas e adotadas para que conseguissem escapar das violências disseminadas para seus corpos. Por fim, as marcas expostas evidenciam a garra, a força e a perseverança por um tempo de libertação e de respeito a suas vidas.

De Rosa a Caruru de Dona Rosa: trocadilho da vida, Trabalho e resistência

Sou Rosa, a Dona Rosa da vida, da luta, da caridade e do amor. Sou Dona Rosa que todos dias lutei só, contra dores, mesmo casada, sempre defendi as pessoas só, e que até hoje vivo uma vida de guerra, que me ensinou a está na frente de tudo. É assim que me conhece aqui em Aracaju, a Dona Rosa do caruru que acorda cedo para vencer, vencer e vencer meu filho... os problemas que a vida me traz (ROSA, 2007)

Em 29 de abril de 1936, nascia Maria Rosa de Matos em Ilha das Flores, sendo registrada em Brejo Grande-Sergipe²¹, filha de Maria Conceição uma mulher preta, cozinheira de descendência da Costa da Mina e de João Bernardino de Matos, filho de escravos, que trabalhava como feirante e pedreiro. Rosa viveu, com seus familiares paternos, em virtude da morte de sua mãe, após o seu nascimento²². A vida difícil que enfrentou, desde a infância oscilava seu ciclo de vida e deixava marcas expostas em seu corpo, tanto social quanto demarcadas racialmente, mesmo com todo apoio teve que trabalhar, aos 8 anos de idade para garantir sua sobrevivência, ora na lavoura, ora nas ruas vendendo alimento e ajudando na feira. Sabe-se que ela teve 8 irmãos.

A pequena Rosa teve seu primeiro contato com as letras em sua terra natal, tentou várias vezes aprender a ler e escrever e não teve a oportunidade por não ter dinheiro para subsidiar seu sonho, restando apenas o trabalho árduo que, dinamicamente, se alterava a todo instante, ao executar múltiplas atividades inclusive adentrando-se o ramo da pescaria, da retirada de sururu, massunim, ostra e a captura de caranguejo.

Em 1948, já prestava serviço em casas de família da região e nas horas de descanso lavava e passava roupas para aumentar a renda da casa e garantir o alimento a todos os seus familiares. Era muito grata, por ter uma família que a acolheu, seus primos preenchem a lacuna familiar inexistente em sua vida, em virtude de não ter conhecidos seus irmãos, espaço que nunca foi preenchido totalmente em sua trajetória. Como facilmente se percebe, as emoções de não ter uma família nos moldes tradicionais aguçava sua sensibilidade pelo outro, ao defender com unhas e dentes aqueles que amava, era uma figura proeminente em seu ciclo de amizade. De personalidade forte, sonhadora, sabia tratar todos com carinho e zelo, como estratégia buscava falar bem e gostava de ter informações do que acontecia dentro e fora de sua cidade. Uma vez, falando com uma conterrânea que foi morar na nova capital de Sergipe em Aracaju, traçou metas para se aventurar na nova cidade, ao completar 16 anos em 1966

²¹ Entrevista de Dona Rosa concedida ao pesquisador João Mouzart de Oliveira Junior. Realizada em 03 de agosto de 2007.

²² Entrevista de Dona Rosa concedida ao pesquisador João Mouzart de Oliveira Junior. Realizada em 03 de agosto de 2007.

realizou três tentativas de sair da cidade e nenhuma deu certo e ao retornar à sua cidade, recebeu uma proposta para trabalhar na Ilha de Santa Luzia, oportunidade que esperava para sair da realidade que vivenciava²³.

Na Ilha de Santa Luzia trabalhou intensamente na casa de sua conterrânea, que lhe ajudou a ter sua primeira residência. Posteriormente, deu continuidade a finalidade de angariar mais recursos e ganhar mais autonomia, continuou com o trabalho de rua, vendendo alimentos: beiju doce e salgado, sarôio, pé de moleque, macasado e o doce de pimenta do reino comercializados do outro lado da ilha. Com uma cesta na cabeça aproveitava para vender seus alimentos dentro do tototó²⁴ ao atravessar para a cidade de Aracaju vendia principalmente nas ruas Laranjeiras, Siriri, São Cristóvão, na feira de rua e em frente de estabelecimentos de ensino da capital. Mesmo com esse exaustivo percurso de trabalho observa que os negócios não estavam indo tão bem como esperava e como alternativa buscou empreender nas praias da Ilha de Santa Luzia²⁵.

Nesse movimento de vida e de superação teve dois relacionamentos, do primeiro teve dois filhos e do segundo, José Vitório Santos, teve mais dois, totalizando quatro filhos que são: José Ramos de Matos, José Antônio de Matos e Jânio José de Matos Santos e Maria da Conceição Matos. A formação de um núcleo familiar a motivava as suas empreitadas em vim reside em Aracaju ao se fixar em território que hoje faz parte do bairro Coroa do Meio, sendo uma das primeiras moradoras dessa localidade²⁶.

Com muita garra e ousadia se tornou uma das primeiras mulheres negras a empreender nas praias de Aracaju, primeiro na venda de Acarajé e segundo ao dividir estrategicamente a praia, estabelecendo com seus filhos, inicialmente, a venda do caruru no copo nas ruas e pelas areias da praia da Coroa do Meio até a Atalaia e depois se estendendo às praias de Aruana e Barra dos Coqueiros.

²³ Entrevista de Dona Rosa concedida ao pesquisador João Mouzart de Oliveira Junior. Realizada em 03 de maio de 2007.

²⁴ Embarcações pequenas de madeira que faz a travessia de moradores da ilha para Aracaju.

²⁵ Entrevista de Dona Rosa concedida ao pesquisador João Mouzart de Oliveira Junior. Realizada em 03 de maio de 2007.

²⁶ Entrevista de Maria Conceição Matos concedida ao pesquisador João Mouzart de Oliveira Junior. Realizada em 13 de fevereiro de 2008.



Figura 01. O caruru da Dona Rosa. Acervo Familiar, 2008

Paralelamente às iniciativas de negócios, começou a cuidar de mais quatro pessoas que criou como filhos: Iolanda, Meire, Cida, Zé Augusto, Margarida e Normando. Este último, continuou com os saberes da ancestralidade de dona Rosa e até hoje nas praias de Aracaju e nas festas fornece o serviço do caruru.



Figura 02. O preparo do caruru. Acervo Familiar, 2008

Consonantemente, fez parte do movimento das mulheres negras palafitas da Coroa do Meio ao corroborar nesse território para o debate da violência contra mulheres e militou nos espaços educacionais para valorização dos saberes negros e da ancestralidade ao chamar a atenção para os respeitos de nossos corpos. Assim, entre 1977 até 1990 demarcou seu legado contra o racismo dentro dos espaços educacionais, especificamente na Escola Municipal de Ensino fundamental Juscelino Kubitschek, na qual sua filha foi uma das primeiras alunas e ao mesmo tempo exerceu na porta da escola a venda de

alimentos para subsidiar o estudo daqueles que amava. Deixando o seu exemplo para sua filha que também atuou na luta contra o racismo e representou os saberes no chão da escola.

Conseguiu ter um patrimônio considerável, dando casa para todos os seus filhos, criou netos, sobrinhos e fez do seu espaço de residência um lugar de resistência, ajudou moradores de rua, pessoas desamparadas no bairro e auxiliou na alimentação de muitas crianças no bairro em que residiu. Dialogou com prefeitos, deputados e vereadores acerca da melhoria do bairro e debateu sobre a saúde das mulheres negras no trabalho de rua em Aracaju, chamando atenção para o respeito às ambulantes da cidade que precisam ter qualidade de vida.

Militou pela educação de sua geração, formando netos em engenheiro, pedagogas, matemático e contador e em outras áreas. Como destaca a entrevistada Luzinete,

Dona Rosa se fez conhecida, demarcou seu lugar no mundo, unificou relações e dinamizou vidas. Força, fé e generosidade resumem esta mulher negra de poder. Nunca teve vergonha de si, e sozinha, enfatizo, sozinha lutou na vida e pela vida, é uma das muitas mulheres que conseguiram vencer na vida (LUZINETE, 2017).

Outra depoente, Sônia, ressalta:

Não tenho como resumir dona Rosa, me ajudou muito precisei várias vezes e recorria a ela, uma vez pediu para ir até os fundos, onde fica seu espaço de trabalho e lá escondido de todos, tirou um dinheiro colocado no sutiã e me deu para alimentar meus filhos e disse quando precisar posso te ensinar a trabalhar... e com esse dinheiro comecei a vender bronzeador, óleo de bronzear e amoníaco na praia, orientada por ela (SÔNIA, 2017).

Dona Rosa, faleceu em 20 de dezembro de 2016 e deixou um legado muito importante para os seus entes, causando verdadeira comoção no bairro e nos espaços que transitava, mesmo de forma anônima para os registros oficiais, buscou se projetar dentro de uma sociedade racista e sexista, sendo admirada por todos e homenageadas por instituições locais, igrejas católicas, evangélicas, escolas, bares, casas e ruas. Suas memórias circundam as vidas dessa espacialidade.

Além disso, as suas estratégias de ajudar e de motivar outras mulheres negras a empreenderem, foi uma marca de sua atuação, a bondade,

generosidade e a capacidade de amparar seus semelhantes, demonstra a trajetória de luta de uma mulher sensível que acionam diferentes repertórios de resistências e sobrevivência para desmontar as estruturas de poder impostas e disseminadas aos seus semelhantes. Associado a isso, foi estipulada a organização e instituição desses espaços sociais de resistências, criando critérios para as comunidades negras traçarem suas fronteiras, repartir as terras entre os seus, tentando criar uma sintonia e harmonia e ao mesmo tempo, dando formas às espacialidades que se formavam e constantemente se reinventavam através de uma morfologia espacial dinâmica que se transformava a todo instante, sendo constituída na descontinuidades dos espaços, guardados em suas memórias e construídos em suas circulações por essa territorialidade.

Para não concluir

No movimento da vida, no embalo das emoções impulsionados pelo desejo de sobrevivência, de ter um espaço residencial próprio é que emerge a trajetória de Dona Rosa atrelada à população relegada de uma história oficial. As dinâmicas territoriais que se configuraram em sua vida, evidenciam experiências longe do perímetro 'urbano', delimitando vivências construídas nos arrabaldes que se materializam nas paisagens, produzindo uma explosão social das desigualdades, no qual emerge uma divisão demarcada do espaço que faz com que os atores sociais adentrem em outro mundo, constituído por novos códigos, asseios, regras, desejos e preocupação.

Nesse sentido, que se constituem os processos de configuração dos núcleos de fixação urbana dos descendentes de africanos na formação desses territórios, delimitados, espacialmente, por uma divisão imaginada que demarca poder, consumo, status social e contornos espaciais racializados dentro dos ambientes favoráveis para a formação de habitações. A relação da espacialidade negra se insere de forma relacional com as materialidades produzidas e associadas aos equipamentos dentro dos próprios núcleos. Com isso, é possível captar a importância das moradias, observando sua implementação e distribuição externa e interna nas paisagens e ambientes construídos socialmente, que nos conduz a entender o seu uso e as

representações de cada espaço que dinamicamente se transforma para atender as demandas que surgem ao longo do tempo.

Uma vez que não se pode olhar para o passado sem fazer um exercício de usar as lentes do presente, que ajudem a chegar próximo dos fragmentos de um fenômeno que aconteceu em um determinado contexto. Assim, ao pensar na constituição das práticas de rua, é possível captar as estratégias de sobrevivência e como tais espaços serviam como mecanismo de controle por parte dos representantes do Estado, e como herança da experiência do tráfico atlântico. Mesmo assim, as mulheres negras idealizaram táticas que auxiliaram a superar os processos de desigualdade e mais do que isso, elaboraram com suas ações a reivindicação da humanização para os seus corpos a partir da própria compreensão de proteção, aconchego seu, e de seus entes.

Os fragmentos da história de Dona Rosa, trazem os ecos do passado, sentidos em nossos corpos e almas no presente, delineiam as sensações sensoriais de sua existência, no refinamento do olhar, gosto apurado, na sensibilidade de sentir os aromas e no aprimoramento tático dos objetos que circundam nossa relação social, é um jogo das explosões sensoriais produzidos de maneira relacional com o outro que se encontra envolvido no processo de interação.

REFERÊNCIAS

JORNAL

JORNAL DO ARACAJU. **O abolicionismo**. 1886, p.3.

ENTREVISTAS

Entrevista de Dona Rosa concedida ao pesquisador João Mouzart de Oliveira Junior. Realizada em 03 de maio de 2007.

_____. Maria Conceição Matos concedida ao pesquisador João Mouzart de Oliveira Junior. Realizada em 13 de fevereiro de 2008.

_____. Sônia concedida ao pesquisador João Mouzart de Oliveira Junior. Realizada em 13 de fevereiro de 2008.

_____. Luzinete concedida ao pesquisador João Mouzart de Oliveira Junior. Realizada em 13 de fevereiro de 2008.

BIBLIOGRAFIAS

AZEVEDO, Thales. **As Elites de Cor: Um Estudo de Ascensão Social**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1955.

BASTIDE, Roger. **O candomblé da Bahia: rito nagô**. Tradução de Maria Isaura Pereira de Queiroz. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1961.

BOMFIM, Manoel. **A América Latina: males de origem**. 1ª ed. Rio de Janeiro, 1905.

CARNEIRO, Édison de Souza. O negro como objeto de ciência. In: **AfroÁsia**, Salvador, 6-7:91-100, jun/dez 1968.

PIERSON, Donald. **Branços e pretos na Bahia. Estudo de Contacto Racial**. Brasileira. Biblioteca Pedagógica Brasileira. Rio de Janeiro: Campanha Editora Nacional, 1945.

FREYRE, Gilberto. 1933. **Casa-grande e senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal**. São Paulo: Ed Global, 2003.

FRAZIER, E. Franklin. "The negro family in Bahia, Brazil". **American Sociological Review**, 7: 465-478, 1942 a.

_____. "Brazil has no race problems". **Common Sense**, 1942b, p. 363-365.

_____. "Some aspects of race relations in brazil". **Phylon**, (Third quarter), 1942c, p. 284-295.

LANDES, Ruth 1930. **A Cidade das mulheres**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967 (Col. Retratos do Brasil, vol. 61).

MENEZES, Tobias Barreto de. 1889. **Menores e Loucos e fundamento do direito de punir**. Obras Completas V. Sergipe: Ed. Estado de Sergipe, 1926.

_____. 1877. **Discurso em mangas de camisa**. Rio de Janeiro: Livraria São José, 1970.

PEIXOTO, Fernanda Arêas. Bastide e Verger entre "áfricas" e "brasis": rotas entrelaçadas, imagens superpostas. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, São Paulo, n. 51, p. 41-66, 2010.

OLIVEIRA JUNIOR, João Mouzart de. **Nos giros do parafuso: epistemologias e ontologias negras nos caminhos de liberdade e resistências**. Vozes alternativas, 2012.

_____. **Entre Painéis e Batuques: Arqueologia da Diáspora e Relações de Gênero e Poder em Laranjeiras/SE (século XX)**. 2012a. Monografia (Graduação) - Universidade Federal de Arqueologia, Bacharelado em Arqueologia.

RAMOS, Arthur. **O negro Brasileiro**. Companhia editora Nacional, São Paulo, 1940

RODRIGUES, Raimundo Nina. **Os africanos no Brasil**. São Paulo: Cia. Ed. Nacional, 1935, 409p.

ROMERO, Silvio. **Estudos sobre a poesia popular do Brazil (1879-1880)**. Rio de Janeiro: Typ. Laemmert & C.,1888.

_____.Ensaio de philosophia do direito. **Imprensa**, Rio de Janeiro: Cunha & Irmão, 1895.

RIBEIRO, João. **O elemento negro**. Rio de Janeiro, Editora Record, 1906.

RIO, J. A rua. In: **A alma encantadora das ruas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008

QUERINO, Manuel Raimundo. **A arte culinária na Bahia**. Salvador: Livraria Progresso, 1957.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Agricultura

10, 43, 51, 53, 54, 60, 69, 70, 73, 82, 89

Alimentos

7, 18, 20, 31, 36, 37, 38, 40, 42, 43, 46,
47, 53, 55, 56, 60, 65, 64, 70, 71, 72, 74,
75, 77, 87, 93, 94, 96, 97, 102, 103, 136,
144, 145, 146, 147, 149, 150, 151, 156,
158

B

Beber

10, 13, 31, 59, 88, 98

Bebidas

18, 27, 31, 40, 94, 120, 128, 146, 158

C

Café

7, 17, 18, 43, 45, 56, 72, 79, 94, 95, 119,
120, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129,
130, 131, 132, 133

Comer

7, 10, 13, 16, 18, 29, 31, 39, 40, 41, 46,
47, 48, 51, 54, 56, 57, 58, 61, 62, 63, 67,
68, 72, 73, 74, 75, 77, 79, 80, 86, 87, 88,
91, 93, 95, 98, 142, 147, 149

Comida

7, 10, 16, 18, 20, 26, 27, 40, 48, 50, 51,
58, 59, 60, 61, 64, 66, 67, 70, 75, 76, 77,
81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 93, 94, 95, 96,
97, 98, 106, 120, 128, 142, 144, 145

Cozinha

7, 10, 17, 28, 36, 37, 40, 44, 45, 46, 50,
51, 57, 58, 59, 61, 64, 77, 80, 81, 82, 92,
93, 95, 101, 139, 144, 146, 157

Cozinhar

50, 93

Culinária

16, 18, 19, 27, 28, 33, 39, 50, 51, 60, 63,
64, 65, 72, 77, 85, 90, 95, 96, 143, 145,
155, 157

Cultura Imaterial

16

D

Doce

17, 20, 23, 24, 27, 29, 31, 37, 38, 46, 50,
56, 65, 72, 73, 79, 89, 90, 91, 94, 95, 143,
144, 145, 147, 149, 157, 158

F

Feira

7, 10, 20, 31, 46, 60, 61, 62, 63, 65, 72,
74, 75, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 89,
90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 148, 149,
150

G

Gastronomia

10, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 23, 26, 27,
31, 32, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43,
44, 45, 46, 47, 60, 61, 64, 65, 67, 68, 69,
76, 80, 82, 98, 107, 127, 157, 158, 159

P

Patrimônio

14, 15, 17, 19, 22, 23, 24, 28, 29, 30, 31,
32, 40, 41, 60, 67, 81, 92,97, 119, 120,
121, 124, 132, 133, 151,157

R

Receita

10, 17, 29, 31, 64, 65, 67, 69, 76, 92, 94,
146

T

Turismo Cultural

15, 39, 41, 47, 124

SOBRE OS AUTORES

Janaina Cardoso de Mello

Graduada em História (UERJ), Especialista em História Contemporânea (UFF), Mestre em Memória Social (UNIRIO), Mestre em Turismo (IFS), Doutora em História (UFRJ). Professora da Universidade Federal de Sergipe (UFS), do Departamento de História (DHI), do Mestrado Profissional em Ensino de História (ProfHistória/UFS) e do Mestrado em História (PROHIS/UFS). Pesquisadora FAPITEC/SE. Pesquisadora da área de Ensino de História, Patrimônio Cultural e Tecnologias Digitais. E-mail: janainamello.ufs@gmail.com

Lhais Isla Dantas Leite

Graduanda em História pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). Foi Bolsista de PIBITI/CNPq em 2018-2019. E-mail: laih.leite@gmail.com

Danilo Nascimento de Jesus

Graduando em Museologia pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). Foi Bolsista de PIBITI/CNPq em 2018-2019. E-mail: danielodnj9@gmail.com

Alcyr Alves Viana Neto

Professor titular do Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia de Goiás. (IFG) Docente do programa de mestrado em Educação Profissional e Tecnológica (ProfEPT) e do Curso técnico em Cozinha do IFG. Pesquisador na área das PANC como possibilidades gastronômicas, econômicas e sociais. Doutor em Educação. Mestre em Ciências Agrícolas. Tecnólogo em Gastronomia. Autor do livro PANC NA COZINHA VEGANA. E-mail: alcyr.neto@ifg.edu.br

Rafael Bruno Pereira

Gastrólogo, pesquisador da culinária de raiz brasileira, Especialista em gastronomia e Cozinha Autoral, Pós-graduado em Docência do Ensino Superior, Mestre em Educação, chefe de cozinha, Embaixador da Gastronomia Brasileira. E-mail: rafaelbrunnop@hotmail.com

Valeria Martins Alves (In Memoriam)

Aluna do curso técnico em cozinha do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás – Campus Goiânia.

Isabelle Andrade Brito

Mestre em Turismo pelo Instituto Federal de Sergipe (IFS); Especialista em gestão de negócios pela Faculdade de Tecnologia empresarial (FTE), Bahia; Licenciada e Bacharel em Turismo pela Faculdade de Turismo da Bahia

(FACTOR). Atua na área acadêmica como docente nos cursos de graduação de gastronomia, nutrição e turismo desde 2003. Atualmente é coordenadora pedagógica dos cursos de gastronomia e nutrição da Universidade Tiradentes, Sergipe. Consultora autônoma de estabelecimentos na área de alimentos e bebidas da empresa MENU Consultoria. E-mail: isabelleandradebrito@gmail.com.

Letícia Bianca Barros de Moraes

Professora no Instituto Federal de Brasília e no Mestrado Profissional em Turismo no Instituto Federal de Sergipe. Pós-doutora em turismo acessível, Universidad Las Palmas de Gran Canaria, Espanha (Pesquisa Pós-doutoral, CAPES/BEX, 2016); doutora em Geografia pela Universidade Federal de Sergipe (2011); Mestre em Geografia pela Universidade Federal de Mato Grosso (2005); Bacharel em turismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1999). Líder do grupo de pesquisa (CNPq) Acessibilidade Para Todos. Avaliadora do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), do eixo turismo, hospitalidade e lazer. Tem experiência em educação, turismo, acessibilidade, mobilidade acadêmica internacional. Atualmente pesquisa acessibilidade, perspectivas em tecnologias assistivas e acessibilidade metodológica. E-mail: lemoraes@hotmail.com

Lício Valério Lima Vieira

Graduação em Geografia pela Universidade Federal de Sergipe (1996), Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente pela Universidade Federal de Sergipe (2000) e Doutorado em Geografia pela Universidade Federal de Sergipe (2010). Professor do Instituto Federal de Sergipe, vinculado à Coordenação de Gestão de Turismo. Foi Coordenador do Programa de Pós-graduação de Mestrado Profissional de Turismo do IFS. Membro do Conselho Editorial da Editora do IFS. Desenvolve pesquisas nas áreas de planejamento e gestão do Turismo, nos temas: turismo, meio ambiente, desenvolvimento, planejamento e gestão do turismo e sustentabilidade. Líder dos grupos de pesquisa: Academicus: Planejamento, Gestão e Inovação do Turismo e Turismo, Educação e Cultura - GPTEC. E-mail: liciovalerio@gmail.com.

José Almeida dos Santos

Graduação em Administração com Habilitação em Administração Hoteleira pela Faculdade de Alagoas - FAL (2004). Especialização em Fundamentos Científicos e Metodológicos em Docência e Pesquisa no Ensino Superior pela Faculdade de Alagoas - FAL (2007). Mestrado em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM). Doutorando do Programa de Pós-graduação em Turismo e Hospitalidade (PPGTURH) pela Universidade de Caxias do Sul (UCS) RS (2019), Temática: Turismo e Gastronomia: Comensalidade e suas Memórias nos Bares Tradicionais de Maceió/AL. Na linha de pesquisa: Turismo, Cultura e Educação. Pesquisador integrante do Amorcomtur! Grupo de Estudos em Turismo, Amorosidade e Autopoiese (UCS-CNPq). Pesquisador integrante do GEMPE Grupo de Pesquisa Multidisciplinar de Estudos e Pesquisa em Educação (IFAL-CNPq). Pesquisador integrante do EITHA Grupo de Estudos Interdisciplinares em

Turismo e Hospitalidade em Alagoas (IFAL-CNPq). E-mail: josealmeidasantos259@gmail.com

Susana de Araújo Gastal

Jornalista, mestra em Artes Visuais (UFRGS) e doutora em Comunicação Social (PUC/RS), fez estágio pós-doutoral na Universidade Católica Portuguesa, entre 2012 e 2013. Atualmente leciona, orienta e pesquisa no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado e Doutorado – da UCS, tendo linhas de pesquisa associadas aos temas Turismo, Cidade, Cultura e Gastronomia. Em sua larga carreira acadêmica, tem mais de 50 artigos publicados em periódicos, 81 capítulos e quatro livros publicados, 90 trabalhos em anais de eventos e proferiu cerca de 35 palestras, inclusive duas em Portugal. Doutora em Comunicação Social, Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, Universidade de Caxias do Sul. Bolsista CNPq Produtividade. E-mail: susanagastal@gmail.com

Marcos Scheider

Bolsista de Produtividade CNPq. Cientista do Nosso Estado Faperj. Pesquisador titular do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict). Professor associado do departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense (UFF-Niterói-RJ). Professor do quadro permanente do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação - PPGCI-Ibict/ECO-UFRJ e do Programa de Pós-Graduação Mídia e Cotidiano - PPGMC-UFF. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA-USP-2008). Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ-2003). Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Produção Editorial (ECO-UFRJ-1999). Possui estágio pós-doutoral em Estudos Culturais, pelo Programa Avançado de Cultura Contemporânea (PACC) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ-2012), onde atua como pesquisador associado, supervisionando estágios pós-doutorais. Autor do livro "A Dialética do Gosto: informação, música e política", publicado em 2015 pela Editora Circuito, com bolsa de auxílio a publicação, da Faperj. Publicou também um livro de poesia e dezenas de artigos científicos, em capítulos de livros, anais de congressos e periódicos científicos, nacionais e internacionais. Vencedor dos concursos de ensaio Pensar a Contracorrente (Cuba-2003) e Mário Pedrosa, sobre arte e cultura contemporâneas (Brasil-2010). Professor universitário desde 2003. Interesses atuais de pesquisa: ética; epistemologia; economia política da informação, da comunicação e da cultura; desinformação; competência crítica em informação; literacia midiática. Líder do grupo de pesquisa Perspectivas Filosóficas em Informação (Perfil-i). Representante da América Latina e Caribe no Conselho Consultivo do International Center for Information Ethics (ICIE). Membro da Rede de Intelectuais e Artistas Independentes em Defesa da Humanidade (Redh), da Rede Mussi (Rede Franco-Brasileira de Pesquisadores em Mediações e Usos Sociais de Saberes e Informação) e da Rede Coinfo-RJ. Integrante dos grupos de pesquisa Estudos críticos em informação e organização social (Escritos) e Centro de Pesquisas e Produção em

Comunicação e Emergência (Emerge), e do Laboratório em Rede de Humanidades Digitais (Larhud). Editor da Liinc em Revista. No biênio 2017-2018, foi Diretor Científico da União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura (Ulepicc), capítulo Brasil, e Coordenador do PPGCI-Ibict/ECO-UFRJ. Músico e escritor. E-mail: marcoschneider@ibict.br

Amanda Danelli Costa

Bacharela e licenciada em História pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Mestra e doutora em História Social da Cultural pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). É Professora Adjunta do Departamento de Turismo da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Dedicase a pesquisas sobre a História do Rio de Janeiro, História Intelectual e História do Turismo. E-mail: amandadanelli@hotmail.com

João Mouzart de Oliveira Junior

Doutor no Programa Multidisciplinar em Estudos Étnicos e Africanos, PÓS-AFRO da UFBA. Doutorando em Antropologia Social da USP. Mestre em Antropologia Social- PPGA- Programa de Pós-Graduação em Antropologia - Universidade Federal de Sergipe/UFS. Especialista em Didática e Metodologia do Ensino e em Gestão escolar com ênfase em Pedagogia Empresarial/ FLSF- Arqueólogo, Historiador e Pedagogo; Membro do GERTS- Grupo de Estudos Culturais, Identidades e relações Interétnica e do GPEEA- Grupo de pesquisa em Estudo Étnicos e Africanos– UFBA. E-mail: joaomouzart21@hotmail.com

Comer, Beber e Pesquisar - Olhares Multidisciplinares sobre a Cultura

«Comer, Beber e Pesquisar - Olhares Multidisciplinares sobre a Cultura» é um livro que convida não apenas à leitura da fortuna crítica da Gastronomia, do Turismo, da História e Antropologia Cultural, mas também seduz à leitura acompanhada da degustação de diversos sabores envolvidos em ideias, paisagens, sujeitos, práticas, tradições, memórias, identidades e tecnologias digitais aplicadas ao patrimônio cultural imaterial. As autorias de vários pesquisadores multidisciplinares buscam o sabor na filosofia do gosto e no paladar da geografia da capital e grande Aracaju pelo viés de um App para *smartphone*, perpassando a feira de Itabaiana e a rota do Cangaço, a culinária goiana, os cafés de Rio de Janeiro e Buenos Aires na Argentina para encerrar seu trajeto no menu da resistência e sobrevivência das comunidades negras no Brasil. A comida que nos sustenta, a comida que nos acolhe, a comida que nos conforta, seguida de bebidas que nos hidratam, regam as sociabilidades públicas e potenciam reflexões que nos integram como seres sociais e culturais que movimentam economias, deslocam-se por geografias e constituem redes digitais e humanas. É disso que se trata nesse cardápio de boas leituras.

A organizadora



COMER, BEBER E PESQUISAR – Olhares Multidisciplinares sobre a Cultura

Comer, Beber e Pesquisar - Olhares Multidisciplinares sobre a Cultura» é um livro que convida não apenas à leitura da fortuna crítica da Gastronomia, do Turismo, da História e Antropologia Cultural, mas também seduz à leitura acompanhada da degustação de diversos sabores envoltos em ideias, paisagens, sujeitos, práticas, tradições, memórias, identidades e tecnologias digitais aplicadas ao patrimônio cultural imaterial. As autorias de vários pesquisadores multidisciplinares buscam o sabor na filosofia do gosto e no paladar da geografia da capital e grande Aracaju pelo viés de um App para smartphone, perpassando a feira de Itabaiana e a rota do Cangaço, a culinária goiana, os cafés de Rio de Janeiro e Buenos Aires na Argentina para encerrar seu trajeto no menu da resistência e sobrevivência das comunidades negras no Brasil. A comida que nos sustenta, a comida que nos acolhe, a comida que nos conforta, seguida de bebidas que nos hidratam e regam as sociabilidades públicas.

Janaina Cardoso de Mello

RFB Editora
CNPJ: 39.242.488/0001-07
91985661194
www.rfbeditora.com
adm@rfbeditora.com
Belém, Pará, Brasil

