

# ALIMENTOS IDENTITÁRIOS: UMA REFLEXÃO PARA ALÉM DA CULTURA

## FOOD IDENTITY: A REFLECTION BEYOND CULTURE

### ALIMENTOS DE IDENTIDAD: UNA REFLEXIÓN MÁS ALLÁ DE LA CULTURA

Sônia de Souza Mendonça Menezes  
Professora do Departamento de Geografia e do NPGeo/UFS  
Líder do Grupo de Estudos e Pesquisas GRUPAM/CNPq/UFS  
End: Av. Marechal Rondon, s/n Jardim Rosa Elze,  
DGE, CEP 49100-000 São Cristóvão-SE  
soniamendoncamenezes@gmail.com

#### RESUMO

A proposta do artigo consiste em construir uma reflexão a respeito da produção de alimentos identitários como produtos elaborados por agricultores, valorizados e demandados nos territórios rurais e urbanos. Tomamos como recorte espacial o Estado de Sergipe a partir dos dados das pesquisas<sup>1</sup> realizadas nos diferentes territórios. Temos como objetivo analisar a temática da produção dos alimentos identitários como uma cultura enraizada transformada em uma territorialidade que alicerça na contemporaneidade a reprodução social e econômica de grupos familiares. Esses alimentos são demandados não só por consumidores que buscam reforçar ou alimentar a sua identidade, como também por outros que procuram os citados produtos tradicionais sem uso de condimentos e aditivos comuns aos produtos industrializados. Estudar a permanência da produção desses alimentos e a expansão da demanda significa descortinar o sentido do consumo para homens e mulheres e interpretar o valor cultural, social e econômico a eles agregados.

**Palavras chave:** alimentos identitários, renda, reprodução social

#### ABSTRACT

The purpose of this article is to reflect on the production of food identity as products elaborated by farmers, valued and demanded in rural and urban areas. The spatial cutout chosen was Sergipe according to the data collected in researches in different territories. The goal is to analyse the theme of production of food identity as a deeply rooted culture transformed into territoriality that supports, in contemporary life, the economical and social reproduction of family groups. These foods are demanded not only by consumers trying to strengthen and feed their identity, but also by other people who look for these traditional products without the use of condiments and additives commonly used in industrialized products. Studying the permanence of the production of these foods and their demand means to reveal the sense of consumption for men and women, and to interpret the social, economical and cultural value attached to them.

---

<sup>1</sup> Projetos de pesquisas:

01-Queijo de coalho caseiro: o saber-fazer tradicional das mulheres camponesas e a geração de renda no território do Alto Sertão Sergipano, financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico– CNPq. Edital MCT/CNPq/SPM-PR/MDA nº 20/2010 - Relações de Gênero, Mulheres e Feminismo. Processo 402492/2010-2.  
02-A resistência da produção de iguarias derivadas da mandioca: a tradição como estratégia na geração de renda de grupos rurais e urbanos nos territórios da Grande Aracaju, Médio Sertão e Agreste Sergipano. Financiado pelo CNPq Número do processo: 478748/2011-6, Edital/Chamada: Universal 14/2011.



**Keywords:** food identity, income, social reproduction.

## RESUMEN

La propuesta del artículo consiste en construir una reflexión a respecto de la producción de alimentos de identidad como productos elaborados por agricultores, valorados y demandados en las zonas rurales y urbanas. Tomamos como superficie espacial el Estado de Sergipe a partir de los datos de las pesquisas realizadas en las diferentes zonas. Tenemos como objetivo analizar la temática de la producción de los alimentos de identidad como una cultura enraizada transformada en una territorialidad que se sustenta en la contemporaneidad a reproducción social y económica de grupos familiares. Esos alimentos son demandados no solamente por consumidores que buscan reforzar o alimentar su identidad, como también por otros que procuran los citados productos tradicionales sin uso de condimentos y adictivos comunes a los productos industrializados. Estudiar la permanencia de la producción de esos alimentos y la expansión de la demanda significa comprender el sentido del consumo a hombres y mujeres como también interpretar el valor cultural, social e económico a ellos agregados.

**Palabras Claves:** Alimentos de identidad, renta, reproducción social.

## 1 INTRODUÇÃO

Refletir a produção dos alimentos identitários implica considerar as possíveis dimensões e abrangência da temática em foco. Significa não só atentar para processos culturais que envolvem diferentes temporalidades e que têm seus reflexos no tecido social/cultural dos lugares, mas também discutir uma territorialidade criada como estratégia de reprodução dos grupos familiares. Este artigo foi elaborado a partir das pesquisas realizadas no Estado de Sergipe, mediante visitas a agricultores familiares nas regiões do Sertão, Agreste e Zona da Mata, nas quais identificamos a elaboração dos citados alimentos, e na capital do Estado tendo em vista esta constituir o principal mercado consumidor. Diante da expansão da produção e consumo dos citados alimentos, surgem várias indagações. O que define a produção e a expansão dos alimentos identitários? Em que medida o saber-fazer associado à elaboração e ao consumo desses alimentos está imbricado na identidade cultural dos consumidores? Qual a importância social, cultural e econômica da manutenção da produção e consumo de alimentos identitários no Estado de Sergipe?

Tais proposições conduzem ao fato de que esses alimentos estão fundamentados em uma lógica díspar da produção convencional, industrial, em grande escala. Com este artigo, pretendemos contribuir para a ampliação do conhecimento geográfico da produção e consumo de alimentos tradicionais fundamentados nas categorias território, identidade cultural e apoio das redes sociais. Ainda buscamos proporcionar um cabedal de informações que versam sobre as distintas dimensões,

diante da inserção de paradigmas externos que erodem a cultura do lugar fomentado pelo capital por meio da introdução de novos alimentos e modo de fazer, sustentado pelo meio técnico científico informacional e pela mídia. Espera-se, por fim, ampliar o conhecimento dessas representações culturais e alternativas de trabalho e suscitar novas pesquisas sobre a temática em foco.

## **2 DO VALOR DE USO AO VALOR DE TROCA, DA MESA AO MERCADO**

A multiplicação de pesquisas sobre a temática dos alimentos tradicionais é ampla e promissora no sentido de apontar a relevância dessa territorialidade, fundamentada na cultura, nos saberes locais e na identidade. O debate sobre o processo de produção de alimentos identitários apresenta-se como um dos mais relevantes entre os promovidos pelas diversas ciências na contemporaneidade. No bojo das discussões, a temática tem sido abordada com uma visão culturalista preocupada com a preservação do alimento. Alguns autores fazem uma leitura da dimensão espacial do produto e da relevância na reprodução social de vários atores. Por fim, ainda há também quem ignore as referidas dimensões vinculando-as exclusivamente à qualidade técnica com o objetivo de enquadrar o alimento aos padrões especificados pelas legislações criadas para atender ao setor industrializado. Entender a lógica da produção dos referidos alimentos aparece como um dissenso quando estes avançam sobre o segmento produtivo industrializado, com uma variedade de produtos padronizados, certificados. Entretanto, diante da expansão dos alimentos processados pelo setor secundário, contraditoriamente, verificamos o incremento da procura por alimentos tradicionais, locais, da terra, ou identitários. Essa demanda impulsiona a produção dos citados alimentos transformando-os em uma alternativa criada por grupos familiares no espaço rural e urbano nas diferentes regiões brasileiras e confirmam a busca de soluções para as adversidades e problemáticas enfrentadas no dia a dia. Conforme enfatiza Claval (1995), é pela cultura ou por meio de atributos culturais que as populações fazem a sua mediação com o mundo e constroem um modo de vida particular, além de se enraizarem no território. Corroborando com essa discussão, Menezes (2009) ressalta que essas soluções/alternativas norteiam a vida de homens e mulheres que buscam no resgate de tais atividades a transformação de produtos com valor de uso para valor de troca. Esses produtos anteriormente eram elaborados exclusivamente para o autoconsumo e, a partir da década de 1980, passaram a ser demandados pela população residente nos centros urbanos

conquistando, assim, o valor de troca e mercado. Todavia, apesar de tais produtos terem conquistado o mercado, não perdem a sua essência e continuam sendo elaborados a partir do resgate do saber-fazer e da tradição arraigada nos grupos familiares.

Desmistificar essa lógica artesanal significa atentar para os processos de territorialização nas diferentes escalas, com as suas singularidades e/ou heterogeneidades dos produtos em determinados territórios.

Nos últimos anos, os estudos mostram que a alimentação constitui um dos traços identitários enraizados e a preservação dos alimentos é buscada incessantemente pelos migrantes deslocados ou descolados do seu território, que buscam no consumo dos produtos uma aproximação do seu território; ao alimentar o corpo, alimentam também a alma Cruz (2012), Menezes (2009) Menasche (2003). Destarte, o registro familiar dessa comida é memória de aromas e gostos da infância, responsável pela transmissão, através de gerações, do saber-fazer e das técnicas de preparação. Conforme Mintz (1997), os alimentos estão associados com o passado daqueles que os consomem e as técnicas utilizadas para elaborar, servir e consumir os alimentos são variadas, indicadoras de suas próprias histórias. Nessas histórias, estão presentes os valores culturais, as representações em torno das práticas de obtenção, preparação e consumo de alimentos, os quais auxiliam na construção e na manutenção de identidade dos grupos sociais.

Embora tenham sido constatadas mudanças que, inseridas na dinâmica espacial do campo relacionadas à inserção do meio técnico-científico, interferem nos hábitos e convívio dos agricultores familiares e provocam modificações nos seus padrões de trabalho, produção agrícola e inclusive na alimentação diária, essas transformações, consideradas por alguns como características do desenvolvimento, estão alicerçadas pela lógica produtivista e provocam a subordinação do agricultor ao capital. Contudo, contraditoriamente, observamos a busca incessante de alternativas por grupos familiares, práticas não agrícolas que contribuem para a reprodução social e econômica desses grupos familiares. Essas territorialidades estão alicerçadas pela identidade construída historicamente pelas relações cotidianas, essencial para os atores sociais do campo e da cidade, como evidencia Woortmann (1995), uma estratégia carregada de valores que expressa um modo de vida, as especificidades, os significados, algo que supera a lógica produtivista e o lucro, fundamentada na cultura, na qual o trabalho, mais do que a produtividade, representa uma vivência.

Tais territorialidades, criadas por esses atores ao apropriarem os recursos nos seus territórios, transformam estes em alternativas geradoras de renda e trabalho, a exemplo da produção de alimentos artesanais, culturais, identitários. Trata-se, portanto, de sujeitos que, coletivamente,

criam uma “economia territorializada, uma cultura territorializada” (SANTOS, 2010, p.144), fortalecida e mantida pelas redes de sociabilidade e convivência, ou seja, de uma construção cultural endógena, independente das premissas políticas institucionalizadas por discursos unificados e verticalizados.

A produção está entrelaçada pelas relações de proximidade entre os produtores e os consumidores em relação ao produto, fruto de apreciação e valorização baseadas no reconhecimento da qualidade e do significado subjacente ao alimento, o que permite as diferentes formas de diálogo na cadeia produtiva à montante e à jusante. Segundo Muchnick e Sautier (1998), [...] o meio, os produtos, as pessoas, suas instituições, seu saber-fazer, seus comportamentos alimentícios, suas redes de relações se combinam em um território para produzir uma forma de organização agroalimentar em uma escala espacial dada.

Essas práticas espaço/temporais construídas historicamente promovem a apropriação simbólica e subjetiva do território (HAESBAERT, 2009), que se torna esse palco de resistência em meio às continuidades e discontinuidades que se efetivam e renovam cotidianamente. Tais movimentos são reafirmados pelos atores que resistem e defendem a integridade de seu território, condicionam a permanência do cerne identitário, visto que conservam a essência cultural e histórica apesar da inegável intensificação dos processos territorializantes, desterritorializantes e reterritorializantes que acometem a atual dinâmica do mundo globalizado. Assim, é perceptível a resistência de representações materiais e imateriais evidenciadas na preservação de valores, saberes, conhecimentos, modo de viver, culinária.

Menezes (2001; 2009), Krone (2009), Cruz e Menasche (2011) e Santilli, (2009), nas suas pesquisas referentes aos sistemas de produção dos alimentos tradicionais, mencionam a importância da preservação do modo de elaboração artesanal desses alimentos e ressaltam ainda a confiança fixada entre os produtores e consumidores, sustentados pela reputação e reconhecimento da qualidade do produto. Logo, o saber-fazer em discussão inclui-se nos parâmetros de bens imateriais por abranger aprendizados, técnicas e inovações vinculadas a agricultores tradicionais, mantenedores de práticas que outrora foram protagonizadas por seus antepassados (SANTILLI, 2009). Os conhecimentos embutidos nos meios de produção são reconhecidos por parte da sociedade civil e das instituições de patrimonialização, conforme assevera a autora, fato esse que justifica a crescente demanda dos alimentos com histórias na contemporaneidade.

Tais territórios, ao conformar a produção desses alimentos, consistem em espaço apropriado pela ação do trabalho investido pelo sentimento de pertencimento entremeado pelas redes de

sociabilidade e, por meio da territorialidade, propiciam o acontecer solidário abordado por Milton Santos (1996). Essas estratégias remetem à discussão de territorialidade feita por Corrêa (1996, p. 251-252) “[...] que se refere ao conjunto de práticas e suas expressões materiais e simbólicas capazes de garantir a apropriação e permanência de um dado território por um determinado agente social, Estado, os diferentes grupos sociais e as empresas”. Essas articulações informais organizadas visam a aproveitar recursos como o leite e a mandioca produzida nos estabelecimentos rurais. Nessa direção, apresentaremos reflexões a respeito da produção desses alimentos nos espaços rurais, com suas representações simbólicas atreladas à identidade mantida e transmitida por gerações.

### **3 QUEIJOS ARTESANAIS E OS DERIVADOS DA MANDIOCA - A DEMANDA DOS ALIMENTOS IDENTITÁRIOS**

Evidenciaremos as articulações informais organizadas para aproveitar os recursos territoriais, como o leite e/ou a mandioca produzida nos estabelecimentos rurais. Inicialmente, comprovamos o resgate do saber-fazer transmitido por diferentes gerações, na elaboração dos produtos, sob a supervisão das mulheres. Para tanto, são utilizados instrumentos tradicionais, rústicos elaborados com recursos locais com o predomínio do uso das fôrmas de madeira para o queijo artesanal e para alguns derivados da mandioca.

A divisão de trabalho nos municípios sertanejos e agrestinos sempre foi definida pelo homem, cabendo à mulher a tarefa de transformar os produtos do roçado ou os mantimentos em alimentos comestíveis. Woortmann & Woortmann (1997, p. 37) afirmam que, contrapondo-se à posição masculina, a mulher ocupa um lugar determinado: “a casa, núcleo simbólico da família”. Essa assertiva encontra respaldo também na leitura da dominação masculina discutida por Bourdieu (1999, p. 18), que afirma: “a estrutura do espaço opondo o lugar da assembleia ou de mercados, reservados aos homens, e a casa, reservada às mulheres”. Ao subtrair do sexo feminino o valor de seu trabalho de forma quase exclusiva e ao destinar-lhe os espaços do lar e de suas cercanias para o exercício de suas atividades, cercearam-lhe também a possibilidade de envolver-se em atividades que não sejam apenas consideradas de ajuda, vinculadas às tarefas domésticas pouco valorizadas. Diniz (1996), ao analisar o trabalho das sociedades camponesas em Sergipe, ressaltou:

Ao homem, geralmente o cabeça do casal, cabem o trabalho braçal mais penoso e a gerência da unidade camponesa. À mulher cabem os serviços domésticos, a atividade artesanal e algumas lidas do campo, sobretudo na colheita, enquanto aos filhos menores são reservadas tarefas agrícolas mais leves e, às vezes, participação nos trabalhos artesanais (DINIZ, 1996, p. 42)

As mulheres, com raras exceções, estiveram geralmente reclusas ao lar, expandindo o seu domínio, em alguns períodos no campo, sobretudo até a década de 1970/1980. Responsáveis pela alimentação da família, aproveitavam as potencialidades existentes no meio para elaborar iguarias, até a década de 1970, em virtude da (quase) inexistência de produtos industrializados no meio rural.

Dentre as iguarias, destaca-se o queijo de coalho e os alimentos derivados da mandioca elaborados no interior das residências por mãos femininas. Esses produtos destinavam-se ao consumo diário da família, mas também eram oferecidos aos visitantes - parentes, compadres e amigos no meio rural-, que eram presenteados com um queijo ou com os beijos produzidos somente nos períodos das farinhadas. Constituíam uma prática comum, nas idas dos sertanejos a outras regiões, levar uma lembrança de sua terra para o anfitrião, uma lembrança da sua terra e, o queijo de coalho era sempre recebido com euforia pelos anfitriões. Esse alimento era embalado na farinha e guardado, inicialmente, nos alforjes de couro e, posteriormente, em outros recipientes. Embora tenham sido constatadas inúmeras transformações no meio rural, as práticas alinhavadas por relações de reciprocidade, sociabilidade e proximidade entre os agricultores e a produção de alimentos tradicionais perduram, resistem na contemporaneidade. Mas, como esses alimentos são produzidos? Quais suas similaridades e diferenças?

Os processos de elaboração dos citados alimentos assemelham-se. Homens e mulheres iniciam o trabalho a partir das cinco horas da manhã. Existe uma divisão etária e sexual do trabalho; o sexo masculino, além de ficar responsável pelos espaços produtivos externos a residência, é encarregado de providenciar a matéria-prima utilizada, como também realizar atividades que requerem o uso da força física.

Às mulheres cabem controlar o ponto de preparo e medidas dos ingredientes e supervisionar a elaboração dos alimentos. Enquanto isso, os mais jovens exercem uma função de auxílio no processo de preparação dos queijos e das iguarias derivadas da mandioca. No processo de produção foram inseridas algumas mudanças, mas, continuam preservados os sabores e a transmissão oral do saber-fazer não existindo a utilização de livros com receitas. Emergem nos processos de elaboração novos elementos, uma forma evolutiva que implica o acréscimo de novos padrões, não ocorrendo à eliminação de modo totalitário dos padrões então existentes. Desse modo, devem ser considerados os atores e suas ações na elaboração das culturas, assim como as novas alterações impostas ou

construídas por eles, com a reinvenção de produtos, de receitas, das formas de abastecimento, as quais promovem articulações, mas não perdem a essência das formas originais.

Elas elaboram os derivados do leite e da mandioca no interior da residência ou em um espaço localizado ao lado destinado às referidas atividades, como o quarto dos queijos ou a casa de farinha.

As matérias-primas leite e mandioca são aproveitadas na sua totalidade, fato esse que denota uma relação intrínseca com o meio ambiente e uma organização econômica na qual todos os elementos são aproveitados, não provocando poluição no espaço.

Após a elaboração dos queijos artesanais, o soro resíduo descartável é utilizado prioritariamente na alimentação dos suínos, mas ainda identificamos aquelas mulheres produtoras de queijo de coalho caseiro que aproveitam a nata obtida na parte superior do soro e elaboram a denominada manteiga de garrafa. Para tanto, reservam, durante vários dias, a citada nata em um refrigerador e, posteriormente, com quinze dias ou após um mês, elaboram a manteiga líquida conformando mais um subproduto do queijo.

Diariamente, após a retirada da nata, o soro é utilizado para a alimentação e engorda dos suínos, o que constitui uma renda importante nesse sistema de produção leite-queijo-suíno, tendo em vista que, nos períodos secos, é com o recurso obtido por meio da comercialização desses animais que se adquirem os complementos para alimentar os bovinos. Entretanto, nos períodos de inverno regular, essa é a denominada poupança feminina (Menezes, 2001), utilizada para a compra de vestuário, calçados e utensílios domésticos para a casa.

Enquanto isso, no beneficiamento da mandioca, aproveita-se tudo, inclusive a casca do tubérculo, como ração para alimentar o gado bovino, principalmente nos períodos de estiagem ou secas prolongadas. Constatamos relações de reciprocidade nos grupos familiares que trabalham com os derivados da mandioca, pois, quando eles não possuem animais (gado bovino), doam esse restolho da produção aos vizinhos. Igualmente, vários produtores de queijo, proprietários das pequenas fabriquetas ou queijarias, doam o soro aos agricultores familiares fornecedores de leite, como uma recompensa, contribuindo para a criação dos suínos.

Esses alimentos (queijo e beijos) são elaborados fundamentados no saber-fazer transmitido durante gerações, ocorrendo a inserção de pequenas mudanças como a do uso do coalho químico na produção do queijo e a da inclusão de formas diversificadas na elaboração dos manauês e malcasadas. Todavia, os utensílios utilizados, como as fôrmas de madeira para enformagem do queijo e os instrumentos para elaborar os derivados da mandioca, assim como os ingredientes,

continuam os mesmos, o que também se verifica quanto ao modo de fazer, que permanece sob domínio do sexo feminino. Porém, em determinadas comunidades, quando se avoluma a produção, ou melhor, quando se expande a produção o sexo masculino passa a comandar o sistema produtivo, fato identificado com os derivados do leite e da mandioca nas pesquisas realizadas por Menezes (2009, 2012 e 2013).

A comercialização desses alimentos está baseada no dinheiro líquido, em pequenas quantidades de mercadorias similares àquelas abordadas no circuito inferior da economia urbana ilustrado por Santos (2004). Entretanto, devemos considerar que a produção desses alimentos reflete as necessidades de consumo das cidades, “o próprio crescimento urbano recente aumenta a demanda por novos produtos e novos serviços vindos do meio rural” (ABRAMOVAY, 2003, p. 98), ou seja, a produção, antes para o autoconsumo com valor de uso, passa a ser demandada não só por migrantes que buscam, no consumo desses alimentos, preservar sua identidade como também por outros consumidores que buscam, produtos com procedência, fato ressaltado por Cruz e Menasche (2011) nas suas pesquisas.

Com o expressivo movimento migratório vinculado às mudanças no uso da terra, a crise da cotonicultura e o incentivo à pecuária, aliados ao crescimento vegetativo da população, resultaram no acelerado aumento da população da capital do Estado de Sergipe – Aracaju. Os migrantes, impelidos para fora do seu território em decorrência da escassez de terra e trabalho no meio rural, deslocam-se para os centros urbanos em busca de melhores condições de vida. Eles carregam consigo seus hábitos, costumes e necessidades alimentares. Impossibilitados de preparar o seu roçado e de criar seus animais no seu novo habitat, demandam os produtos que constituíam a sua dieta alimentar. Conseqüentemente, emerge um mercado para os queijos artesanais e derivados da mandioca.

Os citados produtos artesanais apresentavam valor de uso resultante da apropriação tanto do saber-fazer, mormente transmitidas pelas mulheres, por gerações, nos estabelecimentos rurais, quanto do domínio dos bens essenciais para a sua produção. Logo, com o incremento do êxodo rural, os migrantes, ainda que permaneçam com o saber-fazer, entretanto, não dispõem de terra, animais e, conseqüentemente, as matérias-primas para produzir o queijo e as iguarias. Enquanto isso, os grupos familiares, que continuam no meio rural, dedicam-se à essa produção e seus filhos passam a comercializar esses derivados constituindo redes informais imbuídas de relações de sociabilidade e proximidade.

No caso dos derivados da mandioca, anteriormente eram elaborados exclusivamente no período das farinhadas, nos últimos anos, passaram a ser elaborados diariamente, reflexo da acentuada demanda do mercado. Por conseguinte, a produção de queijos e beijos é direcionada ao maior mercado consumidor intraestadual – a capital – Aracaju avoluma-se a produção tendo em vista o deslocamento para suprir o mercado em ascensão. Esses produtos apresentam demanda crescente e proporcionam o surgimento de alternativas de trabalho para grupos familiares no espaço rural e urbano. Com a alteração valorativa desses produtos, os homens apropriam-se do saber-fazer, e essa atividade antes de domínio feminino, passa a ser dividida com o domínio masculino.

Esses alimentos portam histórias de vidas individuais e coletivas e estão interligados à forma como o indivíduo se identifica, ou seja, à sua identidade. A partir dessa realidade, o agricultor familiar, diante das dificuldades enfrentadas no seu dia-a-dia, transforma alimentos alicerçados pela procura ascendente do consumidor tendo em vista a garantia da reprodução econômica e social do grupo familiar.

A comercialização do queijo e dos derivados da mandioca transcorre principalmente nas feiras realizadas semanalmente, que atraem comerciantes de outras cidades interioranas do Estado de Sergipe, da capital Aracaju e de outros Estados.

As feiras na região Nordeste do Brasil são instituições econômico-culturais tradicionais, constituindo-se em forma de inserção na economia. Sua periodicidade depende da organização de cada localidade, geralmente acontecendo em dias alternados nos espaços circunvizinhos. As comunidades mais distantes deslocam-se para comercializar o fruto de sua produção, bem como para adquirir produtos de suas necessidades. Assim, as feiras continuam a desempenhar papel relevante- não só econômico, mas também sociocultural- na medida em que unem pessoas de localidades diferentes, tornando-se espaço de diversidades culturais e de sociabilidades. Na capital Aracaju, ocorrem feiras livres nos bairros de terça-feira a domingo, fato que evidencia a força da identidade da população.

Há outras formas de comercialização do queijo que envolvem membros da rede comercial que operam nas feiras da capital do Estado, os quais percorrem determinados estabelecimentos rurais e asseguram a compra *in loco*.

Constatamos, em todas as feiras de bairros de Aracaju, os derivados do leite e da mandioca produzidos artesanalmente. A demanda desses produtos ocorre durante todo o ano e acentua-se nos períodos festivos como os do ciclo junino e natalino. Nesses períodos, esses alimentos são demandados não só pela população local, como também por turistas e migrantes que visitam o seu

território de origem e que, para além do consumo, adquirem tais produtos para doar aos amigos e parentes que ficaram em outras terras, fato esse comum em décadas passadas, o que denota a força e a resistência da tradição.

Entretanto, não se deve esquecer o consumidor que busca, por meio da preservação do consumo de certos alimentos, uma das variáveis possíveis enlaçadas à sua identidade.

Eles, (os consumidores) têm perfil extremamente variado, pertencendo às mais diferentes classes sociais; constatamos, nas visitas aos principais pontos de vendas, que a prova do alimento é essencial na escolha do produto, fato enfatizado por esses atores como um diferencial para a obtenção do queijo e evidenciado como um dos fatores negativos dos queijos industrializados. Ao provarem esse alimento, os consumidores revelam lembranças de fatos passados e traços da sua identidade. Esses produtos são elaborados fundamentados no saber-fazer e conquistam os consumidores por qualidades subjetivas, expressas no sabor, no aroma ou como uma referência da região de produção. Nessa direção, Muchnick (2004) considera que o valor simbólico dos alimentos está relacionado à construção de identidades coletivas e individuais que, diante da globalização, representam o pertencimento a uma família, comunidade ou país. Destarte, o registro familiar da comida é memória de aromas e gostos da infância, responsável pela transmissão, através de gerações, do saber-fazer e das técnicas de preparação.

De acordo com a fala dos consumidores, o queijo artesanal apresenta singularidades não identificadas nos produtos industrializados, que é visto como sem vida. Tais evidências corroboram com a discussão a respeito da industrialização dos alimentos abordada por Poulain (2006, p. 51), quando este ressalta que o referido produto “é visto por eles como sem identidade e sem qualidade simbólica, como anônimo, sem alma”. Esses alimentos massificados não expressam uma relação com o cotidiano, com o modo de fazer, não remetem a recordações uma vez que o consumidor não se inclui nas diversas etapas do processo de produção. Dessa forma, tais alimentos estão isentos das marcas, dos significados inerentes ao processo de interação na produção.

Por outro lado, os alimentos industrializados apresentam sempre sabor, textura e forma regulares, padronizados. A esse respeito, Delfosse (1995) argumenta que o domínio da tecnologia no modelo industrial induz à padronização, independentemente do local e época de fabricação, o que resultará na preconização da neutralidade dos gostos e na universalidade da produção e do consumo. Em pesquisas realizadas por Menasche (2003) Cruz e Menasche (2011, p. 104), as autoras evidenciam as percepções dos moradores entrevistados na cidade de Porto Alegre, e ressaltavam que “o natural e o rural são atributos valorizados nas demandas de consumidores,

colocando-se em oposição às características dos alimentos processados industrialmente, cuja composição é para eles desconhecida e cujos processos de produção lhes são distantes”. Tal análise igualmente foi feita por consumidores nas feiras livres em Aracaju.

O consumo dos derivados artesanais de leite e mandioca não se prende exclusivamente à necessidade, mas à sociabilidade, à cultura, às crenças, às histórias e aos hábitos arraigados nos grupos sociais. Conforme Mintz (1997), os alimentos estão associados com o passado de quem os consome, e as técnicas utilizadas para elaborar, servir e consumir os alimentos são variadas, indicadoras de suas próprias histórias. Nessas histórias, estão presentes os valores culturais, as representações em torno das práticas de obtenção, preparação e consumo de alimentos, os quais auxiliam na construção e na manutenção da identidade dos grupos sociais.

Em todas as feiras de bairros existentes na capital Aracaju, foram constatados consumidores, que, no momento das compras, faziam comparações com os produtos de sua infância/adolescência vivida no interior, no meio rural. A referida recordação e o modo comparativo impulsionam a reportar às discussões que Raffestin (2003) faz sobre o território, que o nomeará de “território de referência”, aquela área em que o indivíduo viveu e da qual está distante, ao adquirir produtos desse território, a sua identidade estará nutrida, fortalecida.

Os frequentadores das feiras de Aracaju expressaram uma multiplicidade de lembranças nas quais destacaram diversos sentimentos relacionados ao produto e ao meio em que viviam ou conviviam e buscavam, na aquisição do derivado a volta de um tempo que estava vivo em sua memória.

Desvelar essas trajetórias de vida, os vínculos construídos com o apoio das redes de sociabilidade e proximidade e a geração de postos de trabalho e renda no meio rural e urbano com a produção e a circulação desses produtos conflui para analisar esses processos nas diferentes temporalidades. Identificar e analisar a configuração das atividades nos territórios consiste na busca dos saberes e práticas da alimentação fundamentadas na demanda de um mercado consumidor que opta por tais produtos, alimentados como componente nas trajetórias em que descartes e incorporações têm forte significância na construção de vínculos, entre pessoas e espaços, ainda que, por vezes, sejam considerados “invisíveis” pelas redes institucionalizadas.

#### **4 ALIMENTOS IDENTITÁRIOS UMA POTENCIALIDADE NO MEIO RURAL: (DES)CONHECIMENTO E NÃO RECONHECIMENTO**



Segundo 80% dos entrevistados, a venda do queijo artesanal ou a comercialização das iguarias derivadas da mandioca compõe o principal rendimento financeiro familiar. Há outros que declaram a comercialização dos derivados como única fonte de recursos. Logo, o recurso financeiro obtido com a comercialização desses produtos artesanais constitui de forma significativa, a renda familiar, por vezes não valorizada, mas, no cômputo final, essencial aos agricultores familiares.

Destarte, enveredar nesse caminho em busca da produção de alimentos identitários torna-se estimulador quando se depara, nos meios técnicos, com o preconceito, a prepotência e a arrogância que trata essa produção como uma (des)ordem nos espaços rurais. Para esses, a atividade não passa de uma rugosidade, isto é, aquilo que ficou do passado, “o que resta do processo de supressão acumulação, superposição [...] apresentadas de formas isoladas ou como arranjos” (SANTOS, 1996, p. 113). Essa rede de discursos institucionalizados considera as práticas artesanais uma desvantagem persistente com as suas deficiências múltiplas que emperram o “desenvolvimento” do mercado formal, das grandes e médias empresas fundamentadas na lógica da “reprodução ampliada do capital”.

Embora essa corrente esteja respaldada nos aparatos técnicos, na informalidade que permeia esse setor artesanal e seja amplamente difundida nos meios acadêmicos e nas redes institucionais, não significa que seja a única representação sobre essas atividades. Transversalmente, outras visões a respeito dos alimentos artesanais, pontilhadas nos espaços local, regional e global não só vêm se firmando e conseguindo visibilidade nos setores institucionais e políticos como também têm obtido o reconhecimento dos consumidores. Tais visões valoram essas estratégias construídas no espaço rural e buscam alternativas técnicas e políticas para elucidar problemáticas vivenciadas pela produção artesanal. Essas denominadas (re)conversões articulam as práticas culturais, o saber-fazer difundido localmente com a inserção e a construção de normativas direcionadas à pequena produção. Valorizar a produção artesanal significa endossar as estratégias criadas pelos agricultores a partir dos recursos locais, fundamentados na identidade e no saber-fazer transmitido por gerações e incentivar a circulação do capital no território tendo em vista que a renda obtida será mantida e fortalecerá a economia local. Logo, estimular a produção de alimentos artesanais deveria consistir em um fundamento essencial nas políticas de desenvolvimento rural, uma vez que os atores locais seriam privilegiados.

Diferentemente dos técnicos da rede institucional, entre os pesquisadores sobre a temática, um consenso aparece inquestionável: os produtos artesanais permanecem, a despeito das mais diferentes ações orquestradas pelo mercado formal e pelo próprio Estado em distintas escalas. A heterogeneidade apresentada com os diferentes tipos, aromas, sabores, associados a um *terroir* constituem um legado cultural inerente aos territórios. Soma-se a isso o fato de que continuam sendo produzidos por homens e mulheres, contribuindo para a sustentabilidade e a reprodução de numerosas famílias, o que denota a constituição de um “capital social”, de acordo com os postulados de Putnam (2005). Essa cultura enraizada constitui-se em produtos valorizados e questionados em episódios que interrogam a continuidade dessa prática cultural e têm sido alvo de profícuos estudos em outras ciências.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A (re)configuração dos estabelecimentos dos agricultores familiares e a demanda do mercado urbano repercutiram na expansão da produção de leite e da mandioca, assim como dos seus derivados, que anteriormente apresentavam exclusivamente valor de uso e que passaram a conquistar valor de troca. Retomam-se o saber-fazer, e o queijo e o beiju deixam de estar geograficamente limitados aos espaços circunscritos das residências, como no passado, constituindo, nas duas últimas décadas, uma territorialidade, estratégia de reprodução social, impressa em um gênero de vida autônomo. Desvelar essa prática implica a busca dos significados dessa atividade pelo grupo que não se deixou capturar pelos novos atores inseridos no território.

A continuidade dessa produção está intrinsecamente relacionada à cultura e à dimensão socioeconômica por meio das inter-relações das atividades agrícolas e não-agrícolas que proporcionam renda com a comercialização de produtos.

A (re)afirmação dos produtos artesanais ressurgem e estes devem ser valorizados como uma potencialidade a ser aproveitada nas políticas de desenvolvimento rural. A preservação do conhecimento tradicional conforma uma territorialidade alicerçada pela demanda ascendente do mercado consumidor que reconhece e legitima tal produção e proporciona renda essencial para a sustentabilidade dos grupos familiares. Portanto, o movimento ascendente da procura por esses alimentos identitários, comprovado por várias pesquisas nos países desenvolvidos e em

desenvolvimento, indicam a relevância do reconhecimento de saberes e fazeres enraizados como um patrimônio cultural a ser preservado na contemporaneidade.

## 6 REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. **O futuro das regiões rurais**. Porto Alegre. Ed. UFRGS, 2003.

BOURDIEU, P. **A dominação masculina**. Tradução Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil.1999.

CLAVAL, Paul. **La géographie culturelle**. Paris: Nathan. 1995.

CORRÊA, Roberto Lobato. Territorialidade e corporação: um exemplo. In: SANTOS, M. et al **Território**: globalização e fragmentação. 2ª Edição. São Paulo: Hucitec 1996, p. 251-256.

CRUZ, Fabiana Thomé da; MENASCHE, Renata. Do consumo à produção: produtos locais, olhares cruzados. **Revista IDEAS - Interfaces em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade**, v. 5, p. 91-114, 2011.

CRUZ, Fabiana Thomé da. **Produtores, consumidores e valorização de produtos tradicionais**: um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do Queijo Serrano dos Campos de Cima da Serra – RS. 2012. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.

DELFOSSÉ, C. L'émergence de deux conceptions de la qualité du fromage dans l'entre-deux-guerres. In: Nicolas, F., Valceschini, E. (Ed). **Agroalimentaire: une économie de la qualité**. Paris : INRA/Economica. p. 199-208. 1995.

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

HAESBAERT, Rogério. **O Mito da Desterritorialização**: do “Fim dos Territórios” à Multiterritorialidade. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009. B. E HAESBAERT. R. (Orgs) **Identities and territories: questions and contemporary views**. Rio de Janeiro: Access, 2007. 136p.



KRONE, Evander Eloí. **Identidade e cultura nos Campos de Cima da Serra (RS):** práticas, saberes e modos de vida de pecuaristas familiares produtores do Queijo Serrano. 2009. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

MENASCHE, Renata. **Os grãos da discórdia e o risco à mesa:** um estudo antropológico das representações sociais sobre cultivos e alimentos transgênicos no Rio Grande do Sul. 2003. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

MENEZES, Sônia de S. M. **As fabriquetas de queijo:** uma estratégia de reprodução camponesa no município de Itabi; Se. 2001. 161f. Dissertação. (Mestrado em Geografia). Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2001.

\_\_\_\_\_. **A força dos laços de proximidade na tradição e inovação no/do território sergipano das fabriquetas de queijo.** 2009. 359f. Tese. (Doutorado em Geografia). Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2009.

\_\_\_\_\_.; SILVA, José Natan Gonçalves da; SANTOS, Samuel dos. Queijo de Coalho Caseiro: a Tradição como Ativo Territorial no Município de Porto da Folha. **Revista Ateliê Geográfico**, Goiânia-GO, v. 6, n. 3 (Ed. Especial) Out/2012, p.52-71.

\_\_\_\_\_.; ALMEIDA, Maria Geralda de. Reorientações produtivas na divisão familiar do trabalho: papel das mulheres do sertão de São Francisco (Sergipe) na produção do queijo de coalho. In: NEVEZ, Delma Pessanha; MEDEIROS, Leonilde Servolo (Org.). **Mulheres camponesas:** trabalho produtivo e engajamentos políticos. Niterói: Alternativa, 2013, p.129-146.

MINTZ. Sidney W. Comida e Antropologia: Uma breve revisão. **Revista Brasileira de Ciências Sociais** vol.16 no. 47. São Paulo. Outubro 2001, p. 31-42.

MUCHNIK, J. Identidade territorial dos alimentos: alimentar o corpo humano e o corpo social. In: CONGRESSO INTERNACIONAL AGROINDÚSTRIA RURAL E TERRITÓRIO, 2004, México. **Anais...** México, 2004.

MUCHNIK, J.; SAUTIER, D. Sistemas agro-alimentares localizados e construção de territórios. Paris: **CIRAD**, 1998. 18p. Projeto de pesquisa.

POULAIN, Jean-Paul. **Sociologias da Alimentação**: Os comedores e o espaço social alimentar. Tradução Rossana P. da C. Proença. Carmen S. Riaal, Jaimier Conte. Florianópolis: Ed. UFSC. 2006.

PUTNAM, Robert D. **Comunidade e democracia**: a experiência da Itália moderna. Trad. Luiz Alberto Monjardim. 4ªed. Rio de Janeiro: Ed. FGV 2005.

RAFFESTIN, C. Immagini e identità territoriali. In: DEMATTEIS, G. e FERLAINO, F. **Il mondo e i luoghi**: geografie delle identità e del cambiamento. Torino: IRES, 2003. p.3-11.  
Santilli, (2009)

SANTOS, Milton, **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Hucitec.1996.

\_\_\_\_\_. **O espaço dividido**: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. 2ª Ed. São Paulo: Edusp. 2004.

\_\_\_\_\_. **Por uma outra globalização**. 19. ed. Rio de Janeiro: Record, 2010.

WOORTMANN, Ellen F. **Herdeiros, Parentes e Compadres**. São Paulo: Brasília: Hucitec/EDUNB, 1995.

WOORTMANN, Ellen F.; WOORTMANN, Klaas. **O Trabalho da Terra**: a Lógica e a Simbólica da Lavoura Camponesa. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1997.