

## O SABER FAZER DO QUEIJO COALHO DE JAGUARIBE-CEARÁ: SITUANDO O OBJETO, DEFINIÇÕES, NOÇÕES E PERSPECTIVAS

ULISSES, Ivaneide Barbosa\*

### Resumo:

O presente texto trata de como entendemos o processo no qual produtores de queijo artesanal do município de Jaguaribe-CE, passaram/passam, desde as últimas décadas do século XX, em busca de adaptar suas produções às chamadas “Boas Práticas de Fabricação”, e como utilizaram/utilizam a perspectiva da “patrimonialização” do “saber-fazer” como elemento distintivo no mercado dos produtos artesanais. Ressaltamos como agentes públicos de diferentes áreas do conhecimento investiram para além das suas funções técnicas, interferindo na elaboração de significados e interpretações sobre “preservação e memória”, “tradição e o fazer local”. Procuramos compreender e apresentar a existência dialogal entre os sujeitos da cadeia produtiva do queijo artesanal por meio de uma narrativa prévia de tradição, memória, artesanal e cultural, com elementos passíveis para “patrimonializar” os bens culturais, dentre eles o saber fazer do queijo como um alimento-monumento. Procuramos perceber como os agentes públicos se imbuíram de uma configuração narrativa de intelectuais do começo do século XX, narrativa reapropriada em diferentes marcos temporais como nos anos 1970 e nos tempos atuais.

**Palavras-chave:** Patrimônio, narrativa, saber fazer.

### Abstract:

This text deals with the process that producers of artisanal cheese from the municipality of Jaguaribe – Ceará -, since the last decades of the 20th century, spent/spend to adapt their products to the so-called "Good Manufacturing Practices", and how they use the prospect of "PATRIMONIALIZATION" of "know-how" as a distinguishing element in the market for handmade products. We observed as public agents from different areas of knowledge invested beyond their technical functions, interfering with the development of meanings and interpretations on "preservation and memory", "tradition and the local know-how". We sought to understand and presenting the communicative existence between the subjects of the productive chain of artisanal cheese through a narrative in which ideas as of tradition, memory, craft, culture are perceived as having elements capable to present goods as having a local contribution. We investigated how public agents engaged in a narrative configuration of scholars on Brazilian History starting from the beginning of the Twentieth Century, being appropriated in different temporal landmarks, as the years 1970 to 1979 and the current times.

**Keywords:** Patrimonialization, narrative, know-how.

**Recebido:** 28/09/2017

**Aprovado:** 03/01/2018

\* Docente do curso de História da Universidade Estadual do Ceará – Faculdade de Filosofia Dom Aureliano –UECE/FAFIDAM.

O presente texto tem como objetivo apresentar a proposta teórico metodológica que norteou as investigações da nossa pesquisa de doutorado, desenvolvida no Programa de Pós-Graduação do Departamento de História da Universidade Federal de Minas Gerais (FAFICH/UFMG), na linha de pesquisa História Social da Cultura, sob orientação do Professor José Newton Coelho Meneses. Seguem algumas das diretrizes teórico-metodológicas que assumimos no trabalho de pesquisa que resultaram no texto da tese.

O título da tese, **“Consumo da tradição: a inserção do Queijo Coalho de Jaguaribe (Ceará) no mercado de produtos artesanais (1970-2010)”**, resume quais foram as nossas intenções investigativas. Ou seja, os conceitos de “consumo”, “tradição” e “mercado artesanal” dirigiram a análise das fontes a respeito das contemporâneas representações dos sujeitos envolvidos na produção queijeira do município supracitado.

Coube-nos pensar em “consumo” como um “conjunto de práticas”, quando o “dito” é também o ato, no caso o “ato de dizer”. No sentido de que a recepção não aparece como algo passivo, ao contrário, leva-nos a considerar o “consumo da tradição” enquanto ato de reinvenção da prática e significação. Porque existe a impossibilidade dos sujeitos da cadeia produtiva do queijo artesanal apreenderem palavras, significados e exercerem atividades do cotidiano do trabalho sem se implicarem no processo de “reinventar” gestos, palavras, atos.

Tratamos a tradição no contexto do debate das “invenção da tradição”, tendo o clássico trabalho de Eric Hobsbawm e Terence Ranger (1984) como referencial clássico.<sup>1</sup> Essa perspectiva serve bem para pensarmos o modelo de “mercado artesanal” dos tempos presentes, atrelado à concepção do típico e às concepções de turismo que valoram o tradicional enquanto tipicidade.<sup>2</sup>

Mediados pelas ideias apresentadas, objetivou-se perceber e analisar o que os produtores de queijo e os agentes públicos entendem por artesanal e tradicional. Em diálogo com essas concepções, interessou-nos examinar um léxico que “inventa”, ou melhor, “reinventa” significados a partir de uma narrativa consagrada na área da cultura, pelo menos desde o início do século XX, para definir, compor e expor o que seja tradição.

Ao nos referirmos a uma narrativa consagrada, estamos nos situando em estudos de vários autores a respeito de mudanças no Brasil, entre o final do século XIX e início do século XX. Esse período diz respeito à implementação do Estado Republicano, que trouxe modificações estruturais para a sociedade do País, inclusive nas representações a respeito da(s) identidade(s) brasileira(s).

<sup>1</sup> HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence (Orgs.) *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984. A obra, já considerada um clássico das discussões sobre tradição, foi nosso guia no trabalho e imbricou-se com outros autores ao longo da tese.

<sup>2</sup> DE CERTEAU, Michel. *A Invenção do Cotidiano. Artes de Fazer*. 14 ed., Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2008.

Trabalhamos com a hipótese de que as representações oriundas dessas mudanças se prolongaram e se atualizaram na contemporaneidade, configurando-se como base de uma construção narrativa do Cultural no tempo presente, vivamente utilizadas por agentes públicos, produtores e mídia a respeito da produção artesanal.

Neste aspecto, dialogamos com uma literatura especializada que discute conceitos de autores como Gustavo Barroso que, segundo Afonsina Moreira<sup>3</sup> aprimora uma ideia de “vocação nacional” em uma reflexão entre o popular e o nacional ou entre a cultura popular e a cultura nacional. Durval Albuquerque Júnior, em *A feira dos mitos*<sup>4</sup> e em *A invenção do Nordeste e outras artes*<sup>5</sup>, citando autores como José de Alencar, Mário de Andrade, Pereira da Costa, Câmara Cascudo, Leonardo Mota e Juvenal Galeno, traz, também, um panorama analítico dos conceitos de popular e cultura em relação ao nacional e ao regional. O mesmo acontece, ainda, como Oswald Barroso<sup>6</sup>, presente em várias discussões no Estado do Ceará no que se refere aos debates em torno de “cultura popular e/ou tradicional”.<sup>7</sup>

Nas últimas décadas do século XX, convencionou-se chamar de cultura popular um conjunto de representações, práticas, manifestações do âmbito do cultural, tais como o forró, o cordel, as festas, a exemplo dos reisados, dentre outros, como fixas, cristalizadas e em risco de perda. Pareceu-nos que muito do que se apresenta como características do objeto queijo artesanal, com seu saber-fazer, associa-se a essas ideias, e é sobre esse inter-relacionamento que discorreremos na tese.

Essa base narrativa consagrada resultou do debate promovido por um conjunto de teóricos da cultura, do chamado folclore que “inventaram”, definiram o que deveria ser ditado, visto como tradicional, popular, erudito. Atualmente, estudiosos, dentre eles Durval Albuquerque Júnior<sup>8</sup>, afirmam que produtores culturais contemporâneos não têm conseguido escapar dessas definições. Em concordância com esse raciocínio, percebemos os sujeitos da cadeia produtiva queijeira do Jaguaribe, objeto de nossa pesquisa, com uma “discursividade” baseada nos parâmetros folcloristas aprendidos e reaprendidos ao lado de uma conjuntura de variações de mercado.

Passa a existir uma narrativa que traz, ao mesmo tempo, uma ligação estreita da noção de tradição com a de cultura popular, e esta, por sua vez, é percebida como portadora de elementos da cultura dos pobres. Toda essa lógica argumentativa envolve os atos discursivos, mas também os atos cotidianos dos sujeitos que lidam direta ou indiretamente com o “saber-fazer” do denominado campo do artesanal.

<sup>3</sup> MOREIRA, Afonsina Maria Augusto. *Do Norte da saudade: esquecimento e memória em Gustavo Barroso*. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em História da Pontifícia Universidade Católica. São Paulo, 2006.

<sup>4</sup> DURVAL ALBUQUERQUE JÚNIOR, Muniz de. *A feira dos mitos: a fabricação do folclore e da cultura popular (Nordeste 1920-1950)*. São Paulo: Intermeios, 2013.

<sup>5</sup> DURVAL ALBUQUERQUE JÚNIOR, Muniz de. *A Invenção do Nordeste e Outras Falas*. Recife: Massagana, 1999.

<sup>6</sup> BARROSO, Oswald. *Reis do Congo*. Fortaleza: Ministério da Cultura/Faculdade Latino Americana de Ciências Sociais/Museu da Imagem e do Som, 1996.

<sup>7</sup> Salientamos que a bibliografia em questão percorreu o conjunto da tese.

<sup>8</sup> DURVAL ALBUQUERQUE JÚNIOR, Muniz de. *A feira dos mitos: a fabricação do folclore e da cultura popular (Nordeste 1920-1950)*. Op. Cit.

Em razão disso, buscou-se entender a operacionalidade das leituras, ou seja, essa narrativa consagrada, e a apropriação realizada pelos agentes públicos por meio dos eventos/documentos voltados para os fabricantes de queijo, assim como pela imprensa, quando esses agentes utilizam os meios de comunicação e conseguem um diálogo com o público consumidor, alcançando também as expectativas do consumidor da iguaria.

Para entendermos as noções guiadoras como o conceito de “consumo”, problematizamos a iguaria como alimento-monumento. Para tanto, o diálogo se fez com autores como Michel de Certeau<sup>9</sup>, para quem o “consumo” é “fabricação” de representações, pois os atores sociais se apropriam (consomem) e produzem novas representações diante dos “objetos” e situações experimentadas por eles. Esse raciocínio se soma à contribuição de Jacques Le Goff (1996)<sup>10</sup>, quando elabora a ideia de “monumento” com o poder de perpetuar, legar, como testemunho da memória coletiva.

Do queijo jaguaribano como alimento-monumento surge à ideia de “tradição”, que nos situou na ligação entre o artesanal e o industrial. Ou melhor, “tradição” foi associada a um compósito de nomenclaturas articuladas, refletidas por noções em pares como “mudança e não mudança”, “passado e presente”, “lembança e esquecimento” e “popular e erudito”.

Partimos da ideia da “invenção” positivada de um mercado distintivo (mercado para produtos artesanais) com a valoração de uma possível insistência/permanência de uma prática tradicional agregada e “imutável” em torno da ideia de conservação de dado passado. Esse passado posto pelos processos seletivos que os sujeitos praticantes realizam “transmutando” ação em experiência ativa, atualizada. Coube-nos, então, lembrar-nos de “tradição inventada”:

Por tradição inventada entende-se um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente: uma continuidade em relação ao passado. Aliás, sempre que possível, tenta-se estabelecer continuidade com um passado histórico apropriado.<sup>11</sup>

Pareceu-nos que mercado artesanal, consumo e tradição são ideias inseparáveis do velho debate do “popular” e “erudito”, e passam a compor também o vocabulário “estratégico” dos produtores e demais sujeitos situados nas práticas/saberes/fazer. Nas mudanças postas reelaboraram a própria significação do produto (do saber-fazer), não apenas daqueles que trabalham com a atividade, mas também em relação à ligação “identitária” do queijo de coalho com o lugar, ou seja, com o município de Jaguaribe.

<sup>9</sup> DE CERTEAU, Michel; GIARD, Luce; MAYOL, Pierre. *A Invenção do Cotidiano. Artes de Fazer*. Op. Cit.

<sup>10</sup> GOFF, Jacques Le. *História e Memória*. Campinas, São Paulo: Editora da Unicamp, 1996.

<sup>11</sup> HOBSBAWM, Eric; RANGER, Terence (Orgs.). *A invenção das tradições*. Op. Cit, p. 9.

Os produtores de queijo jaguaribanos, ao lidarem com as expectativas do “mercado” e com as suas próprias, reelaboraram suas definições e vocábulos, expressando outras estratégias diante das novidades sempre em diálogo com o que é proposto pelos agentes públicos. Assim, foram-nos caras as análises de Nestor Canclini, ao nos alertar que o “tradicional/popular” vai além do “saber-fazer”, quando existe um processo de “tradução” da sua representação pelo grupo detentor desse saber em relação aos outros grupos e vice-versa. Um diálogo entre grupos sociais ao promover a representação do tradicional, do popular, o que é dito como tradicional, popular, monumental é uma “invenção” dialógica:

[...] o **popular** não se define por uma essência *a priori*, mas pelas **estratégias** instáveis, diversas, com que os próprios setores subalternos constroem suas posições, e também pelo modo como folcloristas e antropólogos levam à cena a cultura popular para museu, academia ou sociólogos, políticos, mídias [...].<sup>12</sup> [grifos nossos]

Para Paul Ricoeur<sup>13</sup>, ao narrarmos, rememoramos e predizemos ao mesmo tempo, ou seja, lembramos e prognosticamos acontecimentos que são antecipados pela linguagem, e é na linguagem que a experiência e a ação se articulam. Ao falarem, os sujeitos misturam dados imediatos com suas experiências passadas, e essas, com as intenções, desejos postos no hoje do narrador, que se distende para além do presente.

A narrativa é uma ação do sujeito que narra. E, no caso das nossas fontes, são nas formulações das falas dos sujeitos entrevistados, nos documentos escritos e ordenados pelos agentes institucionais, nas palestras e discursos proferidos ou nas matérias construídas em conjunto com jornalistas, que reelaborações de memórias e expectativas dos produtores, consumidores e agentes públicos têm o ponto inicial e crucial para as novas ordenações da produção queijeira local.

Para os produtores artesanais de queijo, por exemplo, os espaços de eventos, cursos e orientações promovidos pelos técnicos são essenciais para leitura e releitura de normas a serem assimiladas. A narrativa dá-se pela sucessão ou pela necessidade de sucessão, que na verdade forma um todo. Esse todo, segundo Paul Ricoeur: “[...] é o começo, meio e fim [...] e o que define o começo não é a ausência de antecedência, mas ausência de necessidade na sucessão. [...] ao fim ele é de fato o que vem depois de outra coisa [...] apenas o meio parece definido pela simples sucessão [...]”.<sup>14</sup>

A narrativa se inicia pela escolha de quem narra. Quem narra marca “o lugar” na sucessão, o início da narrativa a ser desenvolvida. Quem marca a sucessão, o início da narrativa

<sup>12</sup> CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 1997, p. 23.

<sup>13</sup> RICOEUR, Paul. *Tempo e narrativa. A intriga e a narrativa histórica*. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2010, vol 1, vol 2, vol 3.

<sup>14</sup> Idem, p. 70

a respeito das noções centrais da produção artesanal são os agentes públicos. Em igual tempo, o argumento implica a introdução de mecanismos e organizações que tenham autoridade para garantir o discurso, aplicação e fiscalização. Marca, portanto o lugar social da autoridade de quem narra. Sobre tais laços e mecanismos de organização, o professor e pesquisador no campo da economia escreve,

Construção social endógena implica a introdução de instituições coletivas que estabelecem regras de qualidade e fornecem os meios para garantir o respeito a essas regras; da mesma forma, faz-se necessário o reconhecimento dos laços locais entre atores, que permitem a comunicação, a expressão de acordos e a negociação.<sup>15</sup>

Para o autor, o papel das instituições é programar e implementar a regra e, com isso, possibilitar a regularidade, os acordos na concordância, diminuindo ao máximo o papel da instabilidade, da insegurança. Entendemos que, ao ditarem os padrões, os agentes públicos, ao mesmo tempo que buscam homogeneizar, têm como principal intuito o de criar possibilidades voltadas para um mercado maior do que o habitual. Portanto, são os agentes públicos em seus discursos proferidos que reelaboram um “artefato verbal” que promove mudanças de significados em relação ao saber fazer e também em relação à demanda da iguaria que agrega um padrão associado às chamadas “boas práticas” de fabricação.

As ações voltadas para o grupo de produtos, as políticas e os discursos sobre a importância da assimilação do processo proposto pelos que fabricam, assim como o retorno dado pelos que são alvos das medidas dos agentes, é o estabelecimento da comunicação e dos acordos possíveis em dados momentos. Contudo, toda a construção do “artefato verbal” realizada pelos agentes públicos está submetida ao principal objetivo que é a inserção do artesanal, no caso o queijo, em posição mais favorável em um mercado específico.

Na lógica das boas práticas de fabricação, a produção queijeira do Jaguaribe participa do que a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA e suas instituições parceiras denominam de cadeia produtiva (no caso do leite), de um conjunto de atividades que se articulam progressivamente desde os insumos básicos até o produto final, incluindo distribuição e comercialização.<sup>16</sup>

O queijo artesanal é um elo da cadeia e o município de Jaguaribe se coloca como de forte relevância econômica nessa cadeia. O Estado do Ceará possui em torno de 83 mil estabelecimentos rurais, sendo a produção leiteira destaque nesses estabelecimentos, fazendo o

<sup>15</sup> EYMARD-DUVERNAY, François. *La négociation de la qualité*. In: NICOLAS, F., VALCESCHINI, E. (Ed). *Agroalimentaire: une économie de la qualité*. Paris:INRA/Economica. 1995, p. 2.

<sup>16</sup> Site do MAPA – <http://www.agricultura.gov.br/ministerio>. Acesso em Dezembro de 2015.

Estado aparecer como o terceiro produtor de leite do Nordeste (IBGE/2007), e é nesse contexto que Jaguaribe se destaca como segundo produtor de leite do Ceará (Relatório em Arquivo da QUEIJARIBE/Jornal O Povo, 07/11/2010). Cerca de 90% do leite produzido no município é utilizado localmente para a feitura de seu queijo de coalho artesanal.

O Estado do Ceará tem diferentes instituições envolvidas na fiscalização, bem como uma legislação concernente a produtos de origem animal. O que podemos perceber nos encontros de produtores e agentes públicos é que, no caso do queijo artesanal, a discussão por uma legislação específica que garanta as características do “*saber fazer*” tradicional e as particularidades ligadas à higiene e conservação da qualidade do produto acopla-se a uma discussão que rompe fronteiras geográficas tanto do Ceará como do próprio Estado brasileiro, isto é, o debate nacional ganha foro de internacional.

A ideia de internacional vem da perspectiva de que a própria formatação da argumentação em torno do popular, do artesanal e das diretrizes legais para os alimentos oriundos dessa origem dá-se em âmbitos gerais e não só locais, no incentivo à criação de uma demanda cada vez mais ampla e mais circulante para o alimento artesanal, e da qual a produção jaguaribana deseja participar.

No caso do Ceará, a EMBRAPA, por meio de seus pesquisadores e parceiros, fomenta debates. Entre os parceiros frequentes estão o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE e as universidades, a exemplo da Universidade Estadual do Ceará – UECE e a Universidade Federal do Ceará – UFC. São, portanto, a EMBRAPA e seus parceiros – os denominados de agentes públicos – técnicos ligados às instituições envolvidas no debate em relação ao saber fazer do queijo artesanal.

As fontes fundamentais da pesquisa foram às narrativas, e essas em diálogos com experiências, temporalidades e diferentes expectativas de setores econômicos e culturais. As noções relacionadas a mercado e consumo ligam-se ao processo de configurações históricas que torna possível a iguaria queijo ser inserida enquanto “objeto de Memória” e “patrimonial” por seus agentes sociais e para o público-consumidor.

A iguaria foi estabelecida como monumento “identitário” do município de Jaguaribe em um longo caminho histórico em relação com um conjunto de políticas públicas que pretenderam, após a década de 1960, identificar os elementos constitutivos das tradições populares locais. Para tanto, nos foi possível estabelecer o diálogo entre duas temporalidades: os primeiros 30 anos do século XX, enquanto tempo dos fundadores das noções guiadoras (cultura, tradição, popular, artesanal) da pesquisa; e do final da década de 1960 aos anos 2000,

haja vista as noções do início do século serem (ou terem sido) reutilizadas, reapresentadas, ressignificadas em conjunturas posteriores.

Na década 1970, houve uma intensificação na produção de queijo no Jaguaribe. Essa nova fase caracterizou-se pelo aumento da produção do leite, que passou a ter como destino maior as queijarias e, por conseguinte, uma maior comercialização do queijo. Também durante esse período, o confronto entre moderno e tradicional no espaço nordestino ganhou novas nuances ante o processo de modernização e capitalizações da região, buscando-se meios para retirá-lo das cristalizadas imagens do atraso e da pauperização. Como salienta Francisco Firmino, “[...] as discursividades sobre o Ceará enunciavam o confronto entre as propostas modernizadoras e a conservação da identidade em crise [...]”.<sup>17</sup>

E foi na década de 1970 que também, Fortaleza, capital do Estado, surge nas falas dos entrevistados e nas já poucas matérias jornalísticas como principal mercado para o queijo jaguaribano. O momento traz aos produtores/comerciantes novas possibilidades, mas igualmente novas exigências. Intensifica-se a adaptação da produção local a um modelo econômico mais amplo e mais exigente. Também associados a demandas do campo do cultural-mercadológico, percebemos os investimentos, referidos como incentivos às feiras regionais, espaço de apresentação dos produtos locais e regionalizados como “típicos”.

A criação da EMBRAPA ocorre também na década de 1970, assim como do INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial), e paralelamente à sua consolidação e da EMBRAPA como referências para a área, nas duas décadas seguintes, os produtos tais como o queijo artesanal são igualmente potencializados como bons negócios do campo. Nos anos de 1980 a 2000, assistimos a uma série de mudanças em relação às legislações e as regras sanitárias oriundas tanto dos estudos realizados pela EMBRAPA e seus parceiros como pela inserção do Brasil em vários acordos internacionais na área dos negócios do campo.

Como a narrativa sobre o artesanal/popular/memória se situa ante essas mudanças ocorridas nas últimas décadas do século XX. Além disso, como a tradição e a história se articulam no contar dessas narrativas. Em que medida a inserção do Queijo de Coalho em um mercado mais exigente mudou o cenário do fazer, do como fazer e de quem faz o produto? Se temos um cenário social e de produção diferentes que possibilitaram novas expectativas, significados ou ressignificações, como a produção do queijo se transformou no decorrer do processo de ampliação de seu mercado consumidor?

<sup>17</sup> FIRMINO, Francisco Francijesi. *Alegorias da Maldição*: a escrita fantástica de José Alcides Pinto (1960-1980). Fortaleza: Editora Demócrito Rocha, 2012, p. 27.

Identificamos duas questões imbricadas que permearam/permeiam a narrativa e ações do grupo dos agentes públicos e deram/dão o tom das ressignificações dos produtores diante da conjuntura econômica: a primeira se refere à implantação de modificações físicas, legislativas e técnicas voltadas para o que os agentes denominaram/denominam “Boas Práticas de Fabricação” –BPF- como elemento insubstituível para a manutenção das queijarias no mercado consumidor; a segunda questão diz respeito ao fortalecimento do discurso patrimonial do “saber fazer” do queijo artesanal em aliança com as medidas das “BPF” em um movimento que fortalece um mercado artesanal distintivo em relação ao produto industrial.

A partir das duas questões citadas, que são as preocupações dos agentes públicos, os produtores e vendedores recebem conceitos, ideias e ditames trazidos como necessários ao bom funcionamento da cadeia produtiva. Nessa relação entre agentes públicos e produtores somada a conjuntura que acontecem ressignificações das memórias e tradições sobre o “modo de fazer artesanal” do queijo coalho jaguaribano, e adaptação da produção de modo técnico, sempre na linha condutora do “empreender”.

Sabemos que as tradições alimentares são sensíveis às mudanças postas à conjuntura, e não há dúvida de que um grupo de produtores de queijo artesanal de Jaguaribe não mais terá condições para exercer suas atividades tradicionais enquanto grupo familiar (pelo menos dentro dos moldes de seus pais e avós), visto que as relações são associativas e a identidade se processa de modo diferente.

Os resultados da interação entre técnicos são observados desde as instalações das queijarias (prédios), passando por objetos da fabricação e conservação da iguaria como a câmara fria e manipulador com indumentária, padronizações no formato, tamanho e peso do queijo, entre outras. Propostas de mudanças mais complicadas foram/são as operadas nas instalações das queijarias. O que ocasiona também uma mudança ao tipo de trabalhador da queijaria e seu treinamento para lidar com os novos modos de produção, no entanto deixamos para em outro momento desenvolvermos essa ideia que engloba uma discussão que nos parece bastante importante a partir do foco dos “Elementos materiais da cultura”.

Para atender o almejado, a documentação foi elencada e analisada em diálogo com a historiografia contemporânea, no intento de compreendermos as racionalidades e práticas que permeiam o processo de fabricação e venda do queijo, assim como nos variados estratos de construção da memória coletiva, e, por conseguinte, nos confrontos de diferentes atores e interesses sociais.

Interessou-nos, na documentação, o agir da EMBRAPA, que, para além da coordenação do dossiê passível de ser entregue ao INPI, age ainda na dinamização e realização de estudos na área de segurança dos alimentos com base no monitoramento e controle dos perigos microbiológicos, físicos e químicos. Produzimos um material com as transcrições de palestras de eventos organizados ou fomentados pela EMBRAPA:

- I Encontro da cadeia produtiva de Queijo Coalho do Nordeste: indicação geográfica, qualidade e segurança. Dias 26 e 27 de novembro de 2009. PROMOÇÃO: EMBRAPA.
- I Simpósio de Queijos Artesanais do Brasil. Dias 23 a 25 de novembro de 2011. PROMOÇÃO: EMBRAPA-CE E EMATER-RS.

Qualquer análise dos documentos nos leva a um exame cuidadoso da sua materialidade, sobretudo no que concerne à produção do material audiovisual em questão. Realizamos a gravação das palestras e suas transcrições de acordo com os ditames da História Oral enquanto metodologia de pesquisa preocupada com o registro de narrativas. Seleccionamos os eventos que tinham como centro o Selo de Indicação Geográfica, e aqueles com a presença de sujeitos e discussões de amplitude nacional. O material resultante foi confrontado com outros documentos e com a bibliografia.

Em relação à EMBRAPA, encontramos um trabalho do memorialista José Cabral que muito contribuiu para apresentarmos o nascedouro e consolidação da instituição ao lado de uma conjuntura internacional para a produção dos produtos agrícolas. Textos acadêmicos e didáticos produzidos pelos pesquisadores da EMBRAPA bem como pelas universidades em parceria foram inseridos como narrativas desses profissionais em relação à temática, assim como material dos *sites* das instituições, projetos de leis e leis do setor. Tais fontes possibilitam uma discussão em torno do que é dito/escrito e as práticas dos profissionais em relação ao setor, e como dialogam com os produtores locais.

Importante documento o Projeto de Lei “Estatuto do Artesão” (3.926/04), do Deputado Eduardo Valverde (PT-RO). Ainda que não efetivado como lei, o projeto, em sua tramitação desde 2004, traz definições no corpo do texto que são ilustrativas para percebermos apropriações. Além de uma conjugação de tempos históricos, pois ao mesmo tempo em que é tradição, ou seja, carrega em si uma longa duração, um passado no presente, é um espaço das expectativas (presente e futuro) dos sujeitos que as elaboram e as debatem.<sup>18</sup>

As expectativas colocam o sujeito ou sujeitos históricos no momento da sua elaboração, no tempo presente, e o que almejam, desejam é uma possibilidade de uma história futura. Debruçamo-nos sobre a proposta de lei para vermos os enquadramentos que propõe quando

<sup>18</sup> KOSELLECK, Reinhart. *Futuro Passado: Contribuição à semântica dos tempos históricos*; Tradução de Wilma Patrícia Maas e Carlos Almeida Pereira. Rio de Janeiro: Contraponto Editora PUC-Rio, 2006.

define "artesanal" e quais os objetos postos como tais, e encontramos conexões intertextuais com o conjunto de formuladores da área do cultural que discutimos no capítulo.

Uma das noções mais correntes à retórica dos técnicos/pesquisadores refere-se ao que denominam de “boas práticas” de produção. Interessam-nos os elementos e como são constituídos em “boas práticas”, pois estaríamos no epicentro da argumentação desses profissionais. Essa definição, em grande medida, baseia-se na recomendação do Manual de Boas Práticas Agropecuárias (MBPA) da Embrapa (2005) como os requisitos apropriados a tais práticas, tais como higiene pessoal, projeto e instalações, limpeza e “sanificação” de equipamentos e utensílios, entre outros.

Certamente podemos perceber estratégias de resistências dos produtores às metodologias empregadas pelos profissionais. Entre essas estratégias estão os “silêncios” em relação ao dito e ao não dito diante da longa tradição do queijo em Jaguaribe. Podemos também perceber uma confrontação entre o dito e o fazer com as imagens fotográficas produzidas durante o “campo”, no município de Jaguaribe, pensando em uma ideia referente à cultura material (equipamentos e estruturas físicas do fazer o queijo).

A memória nos é apresentada pelo que nos chega da cultura, seja a material e/ou imaterial. Alertamos que posteriormente discorreremos sobre essa divisão, mas de imediato adiantamos o conceito, de José Newton Coelho Meneses, que nos guiou:

Cultura material é o complexo e dinâmico repertório do que os homens são capazes de produzir, fazer circular e consumir. Tais dimensões das ações não apenas sinalizam a(s) funcionalidade(s) da criação humana, como também denotam os diferentes significados atribuídos a um dado artefato por uma comunidade e/ou sociedade ao longo do tempo.<sup>19</sup>

Em busca da resolução da controvérsia inserida no âmbito do que seria materialidade e da imaterialidade como universos dicotômicos, o pesquisador José Newton Coelho Meneses<sup>20</sup> enfatiza que "Elementos materiais da cultura e patrimônio [...] (são) documentos de realidades sociais, não como reflexões destes [...]" e rejeita o uso corriqueiro do conceito de cultura material pela confusão que acontece em geral. José Newton Coelho Meneses utiliza e explica a noção de “elementos materiais da cultura” que adotamos:

Podemos distinguir a materialidade da cultura das representações mentais e do pensamento religioso, político, filosófico, artístico, da construção linguística etc., mas não podemos separá-los, tratá-los na individualidade redutiva. Advém dessa premissa, evitarmos a expressão cultura material e adotarmos elementos materiais da cultura, do mesmo modo que estranhemos [...] a ideia de uma cultura material e de uma cultura imaterial [...].<sup>21</sup>

<sup>19</sup> MENESES, José Newton Coelho. Apresentação. *Varia História*. Belo Horizonte, v. 27, n. 46, p. 397-404, jul./dez. 2011, p. 398.

<sup>20</sup> Idem, p. 397.

<sup>21</sup> Idem, p. 400.

Quando lidamos com “elementos materiais da cultura”, trabalhamos com um amplo leque de possibilidades de estudo e devemos ficar atentos na investigação. No caso do tempo presente, nas mudanças provocadas pela globalização no cotidiano das pessoas, nos lembra Jaime Rodrigues: “[...] mudanças de hábitos e na própria organização da sociedade em função da globalização, que se expressam tanto na diversificação dos produtos consumidos quanto nas formas sociais desse consumo”, bem como nos processos de fabricação e circulação comercial.<sup>22</sup> Na análise dos documentos realizada, pensamos nos elementos materiais da cultura como uma das formas de abordagem das práticas sociais e culturais dos sujeitos coletivos, de caráter multidisciplinar. Os significados e os objetos não são apresentados apenas como testemunhas características das sociedades que os elaboraram, são “documentos dessas sociedades” que reelaboram suas temporalidades focadas em uma ideia atualizada de tradição, caso dos envolvidos com a produção queijeira do Jaguaribe. Os produtores de queijo, também produtores de cultura, fortalecem, criam, seja pela narrativa, seja pela escolha de guarda de objetos, o passado mais benéfico em adaptações diante da conjuntura.

Como salienta José Newton Coelho Meneses<sup>23</sup>: “as coisas existem e exigem gestos. O homem as inventa, as torna úteis [...] requerem gestos artesanais: as técnicas [...] a materialidade da cultura, mas também [...] significados [...]”. Nossa problemática coaduna-se com a invenção aludida de significações e ressignificações percebida na reelaboração e reinvenção de objetos, como nas narrativas forjadas em relação à conjuntura posta do setor.

Ressaltamos que não são apenas os produtores de Jaguaribe no Ceará que enfrentam as mudanças conjunturais, pois José Newton Coelho Meneses, em investigação sobre o modo de fazer queijo artesanal em Minas Gerais e do Dossiê Interpretativo dessa tradição produzidos para o IPHAN, constatou questões semelhantes para os produtores mineiros:

No caso do queijo artesanal de Minas é preciso considerar, dentre outras, o embate entre uma realidade e uma legalidade, na medida em que existe um aparato legal sobre a produção e a comercialização de queijos artesanais, feitos a partir de leite cru que, em nome da segurança alimentar, inibem a prática artesanal.<sup>24</sup>

Consideramos igualmente para o queijo artesanal de Jaguaribe o embate posto por José Newton Coelho Meneses<sup>25</sup> entre “uma realidade e uma legalidade”, e também que a unidade de mercado ou mercado de produtos artesanais se fortalece na sua oposição ao mercado industrial.

<sup>22</sup> RODRIGUES, Jaime. *Alimentação, vida material e privacidade: uma história social de trabalhadores em São Paulo nas décadas de 1920 a 1960*. São Paulo: Alameda, 2011, p. 29.

<sup>23</sup> Idem, p. 404.

<sup>24</sup> MENESES, José Newton Coelho. Modos de fazer e a materialidade da cultura “imaterial”: o caso do queijo artesanal de Minas Gerais. *Patrimônio e Memória – UNESP/FCLAS/CEDAP*, v. 5, n.2, pp. 24-5 - dez. 2009, pp. 24-25.

<sup>25</sup> Idem.

Sobre a materialidade da cultura, da qual a alimentação faz parte, para José Newton Coelho Meneses<sup>26</sup>, a comida está associada a um corpo culturalmente formado. Percebemos semelhante concepção nas análises de autor como Reginaldo Gonçalves<sup>27</sup> quando distingue alimento e comida: “enquanto o alimento tem a ver com um corpo concebido em termos estritamente fisiológicos, a comida está associada a um corpo que é culturalmente formado”<sup>28</sup>. Haja vista ser a alimentação um elemento material da cultura, a sua análise implica, portanto, representações e imaginários.

[...] processo interpretativo do patrimônio cultural vincula-se inevitavelmente a um plano de desenvolvimento local ou regional que objetiva a inclusão da comunidade no processo. Deste modo, deve possibilitar a democratização do conhecimento, a conscientização e a orientação para a fruição do patrimônio interpretado. Tal inclusão, na verdade, é a garantia de uma sustentabilidade local que somente a gerência do processo pela própria comunidade irá assegurar.<sup>29</sup>

Para ficarmos de acordo com a ideia de democratização e inclusão da comunidade no nosso próprio processo de pesquisa, as entrevistas que, embora não sejam as únicas, são fontes privilegiadas, trouxeram as vozes daqueles que estão em processo e implicam representações, demonstram escolhas, classificações focadas no tempo e no espaço do presente das mudanças que vivenciam.

Nas primeiras idas a campo, chamou-nos a atenção certa relutância que os entrevistados tiveram em compartilhar as suas experiências conosco, apesar de sempre dizerem que “estavam dispostos”. Depois, chamou-nos a atenção a ausência de preocupação dos produtores e seus familiares com a guarda de objetos de memória provenientes da fabricação do queijo.

As “ausências” ficaram registradas no caderno de campo, dentro das orientações “geertzianas”, como itinerários de entrevistas frustrados devido a “desencontros de agendas”. Parece-nos que o receio da perda é vivido pelos produtores tradicionais de maneira geral, ligado aos modos de fazer bem como somado ao risco da perda também do controle econômico/comercial da produção, seja de modo individual, seja coletivo.

Os primeiros procurados para coleta de informações foram aqueles filiados à Associação dos Produtores de Leite e Derivados de Jaguaribe (QUEIJARIBE). Chegamos a eles por meio de duas pesquisadoras da Embrapa Agroindústria Tropical: Maria do Socorro Rocha Bastos, engenheira de alimentos, Ph. D. em Ciência e Tecnologia de Alimentos, e Maria Alves

<sup>26</sup> MENESES, José Newton Coelho. Representações sociais do consumo de carne em Belo Horizonte. *Physis Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 22 n. 1, 2012, pp. 365-383, 2012.

<sup>27</sup> GONÇALVES, José Reginaldo Santos. *A retórica da perda: os discursos do patrimônio cultural no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ/Minc/IPHAN, 2002.

<sup>28</sup> MENESES, José Newton Coelho. Representações sociais do consumo de carne em Belo Horizonte. Op. Cit. p. 366.

<sup>29</sup> MENESES, José Newton Coelho. Modos de fazer e a materialidade da cultura “imaterial”: o caso do queijo artesanal de Minas Gerais. *Patrimônio e Memória. Op. Cit. p. 31*.

Fontenele, engenheira de alimentos, M.Sc. em Tecnologia de Alimentos, atualmente professora da Universidade Federal do Maranhão, em Imperatriz-MA.

A QUEIJARIBE foi fundada em junho de 2005. Diz a ata de sua fundação: “Esta reunião já foi resultado de uma capacitação realizada para estes empreendedores com o objetivo de trabalhar a construção do associativismo, desencadeando neste resultado gerado pelo interesse coletivo em fundar esta associação [...]”.<sup>30</sup> A associação realiza uma reunião por mês em sua sede. Fomos a três dessas reuniões (entre 2011 e 2012), ocasiões em que fizemos a apresentação das intenções gerais do trabalho e mantivemos contatos para entrevistas com produtores presentes.

Como já observamos, as reuniões da QUEIJARIBE foram espaços para socializarmos os encaminhamentos em relação ao que estávamos realizando e reforçarmos a necessidade de contribuições de todos os sócios na coleta de dados, principalmente na ajuda em relação às entrevistas com os próprios ou indicações de nomes, pedido nem sempre foi atendido, ou pelo menos nem tão facilmente como era o esperado por nós.

Aliados às ausências/dificuldades/relutâncias surgiram os silêncios constitutivos nas entrevistas, principalmente nas primeiras realizadas, e tivemos que formular novas questões, perguntar mais vezes, sermos mais persistente, o que resultou em fruições, como de Maria de Fátima Diógenes (2010), marcada por alguns aspectos, um deles relativo aos objetos de memória: “[...] aqui tem muita prensa de madeira [...] Lá [...] tem”. Fátima, como gosta de ser chamada, nos falou: “[...] Eu disse a ela (apontando para sua irmã Ada, que permaneceu no local da entrevista, na casa do pai das duas, enquanto estávamos à mesa da copa tomando café) que aqui tem muita prensa de madeira. **Nas vertentes têm [...] nos terreno [...] Lá no terreno tem [...]**” [grifos nossos].

Naquela ocasião, conversamos com Fátima e seu pai, Sr. Francisco Benício Nogueira Diógenes (2010), de 67 anos, e vez ou outra surgia Ada Maria Diógenes (2010), irmã de Fátima e na época presidente da QUEIJARIBE. A família é conhecida no estado do Ceará como produtora de leite e queijo. Instigados sobre a existência de documentos como cartas, fotografias, etc., veio o diálogo:

Fátima – [...] humm [...] não sei. Cartas, Ada, não?

Ada – Tipo pra escrever, assim pra dizer, manda um queijo. E os objetos do vovô, pai?

Pai - Tudo que era dele (avô), minhas irmãs ficaram. Eu herdei um copo. Tenho certeza que as minhas irmãs. Tio Chiquinho tem algum registro. [...]. (Entrevista realizada em junho de 2011)

<sup>30</sup> Ata de fundação, 29 de agosto de 2005, Cartório Jaguaribe.

Percebemos que nossa investigação se relacionaria com uma das complexas formas de as pessoas lidarem com os objetos/coisas para sua investigação, o modo de construção memorial, ou melhor, da acomodação (e/ou desacomodação) de memórias.

Para Joel Candau (2012), memória é sempre identidade em ação; o modo de as memórias se reestruturarem na execução de um conjunto de tarefas compostas pelos atos de seleção, organização, guarda, exposição e avaliação, tarefas essas que caracterizam o processo de patrimonialização. As escolhas de guardar, preservar ou descartar significam percursos de vidas, de desejos ou não de construções de memórias que ganham ou podem ganhar em dimensão social. A forma como os sujeitos organizam escolhas e descartes pode em muito nos dizer sobre como respondem às necessidades postas no presente. A reelaboração da tradição aparece em meio à narrativa que traz fragmentos de memória, sejam como lembranças do vivido e/ou dito, sejam com surgimento dos nomes daqueles que podem informar e atestar a tradição (as pessoas referências de cada grupo social).

A tradição é devidamente pensada, selecionada para si e para os outros, em meio a diferentes interesses demandados pela conjuntura. Segundo Reinhart Koselleck<sup>31</sup>, o historiador, ao transformar vestígios/fragmentos em fontes, se movimenta em dois planos: o primeiro consiste em apreender os fatos históricos na própria linguagem da fonte, no nosso caso, os fragmentos da memória representados oralmente e materialmente estão em evidência nas análises particularizadas para cada fonte; o segundo plano, de acordo com Reinhart Koselleck, são os conjuntos de procedimentos e conceitos que ajudarão o historiador nas hipóteses de pesquisa.

Na sua obra “Futuro Passado”, esse autor lança duas categorias que são bastante úteis na nossa apropriação: “espaço de experiência” e “horizonte de expectativas”, assim definidas:

Todas as histórias foram construídas pelas experiências vividas e pelas expectativas das pessoas que atuam ou que sofrem [...] equivalem às (categorias) de espaço e tempo [...] não se propõe uma alternativa, não se pode ter um sem o outro: não há expectativa sem experiência, não há experiência sem expectativa.<sup>32</sup>

Nossa escrita é marcada pelo tempo presente. O termo História do Presente se associa inicialmente à criação, entre os anos de 1978 e 1980, do Instituto de História do Tempo Presente (IHTP), na França, com objetivo de tratar do “passado recente”, entendido como aquele referente ao pós “Segunda Guerra Mundial” (AREND; MACEDO.<sup>33</sup> Todavia, já na década de 1980, a História do Presente ganha novos ares e objetos particulares no campo dos historiadores.

<sup>31</sup> KOSELLECK, Reinhart. *Futuro Passado: Contribuição à semântica dos tempos históricos*. Op. Cit.

<sup>32</sup> Idem, pp. 306-307

<sup>33</sup> AREND, Sílvia Maria Fávero; MACEDO, Fábio. Sobre a História do Presente: Entrevista com o historiador Henry Rousso. *Revista da UDESC*, Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 201-216 jan./ jun. 2009.

Serve-nos o cenário social explicitado por François Dosse, para quem “há uma presença do passado no espaço público, que não é nova, mas ganhou intensidade [...]”, como diante da atual conjuntura econômica. Os sujeitos agem no que percebem como uma “crise”. E toda essa crise ameaça não apenas o presente e o futuro, mas também o passado. E é nesse cenário o “lugar” em que os sujeitos/produtores repensam a ideia de “tradição”.<sup>34</sup>

Reinhart Koselleck<sup>35</sup> orchestra a reflexão sobre as temporalidades: o passado/presente/futuro, “horizontes de expectativas”. O presente é o lugar da “invenção” de um passado que atenda às expectativas futuras daqueles que refletem. Os sujeitos instigados constroem um novo “lugar”, se reorganizam no âmbito da materialidade e ao mesmo tempo nas formas de pensar e representar o seu “saber fazer”.

Quando pensamos em fonte oral na perspectiva da História Oral como técnica e teoria, bem como performance, a concepção de silêncio de autor se assemelha a de performance. Tudo interessa no diálogo da entrevista: respiração, fôlego, recuo na conversa, no corpo, piscadas, gestos (formas de silêncio). Cada entrevista fora gestada inclusa na ideia de atuação dialogal. Em outras palavras, as entrevistas fazem parte de um movimento narrativo que comporta performances tanto do entrevistado como do entrevistador que une corpos, voz, palavras, formas de escolhas de vocábulos.

Outro momento de fruição foi percebido na fala do Sr. Antônio Carlos (2009), na época da entrevista vice-presidente da QUEIJARIBE. Quando perguntado sobre a existência de pessoas que pudessem comentar, falar acerca da produção queijeira, diz-nos (aqui as reticências são utilizadas para demonstrar as vezes em que o entrevistado parava para lembrar algo):

Tem o Dr. Nogueira, que hoje é falecido, produziu leite e produziu muito queijo [...] Tem seu Zé Nogueira, é irmão do Dr. Nogueira (doente de azmmeihe). Que foi deputado estadual. Tem meu pai também, Luís Felipe de Freitas [...] Tem o pai da Ada [...] Tem o Chico Benício (pai da Ada). Tem pessoa do Mulungu [...] tem muitos falecidos, mas tem alguns ainda [...] Na região da Jaguaribara, já na extrema de Jaguaribe têm muitos ainda [...] tem deles, por exemplo, lá no Baltazar [...] lá no Mateus. Mateus é daqui a 20 km. Tem o seu Zé Bezerra aqui que é conhecido, Zé do Xavier, aqui no ajuntador. Tem ele e tem o Francisco que é irmão dele, ele pode dizer, o pessoal dele que [...] tem o Frangosi [...] ele tá para Fortaleza, tá doente [...]. (Entrevista realizada em junho de 2011)

Caminhou-se assim, entre lembranças surgidas, objetos lembrados ou achados e recuperados em meio às conversas com os sujeitos da produção artesanal queijeira de Jaguaribe. Os temas surgidos nas entrevistas ficarão diluídos ao longo dos capítulos da tese, articulados com a historiografia sobre a temática e ocupação do espaço do município no período da colonização.

<sup>34</sup> DOSSE, François. História do Presente e Historiografia. *Revista da UDESC*, Florianópolis, v. 4, n. 1 pp. 05-22, jan/jun. 2012, p. 6.

<sup>35</sup> KOSELLECK, Reinhart. *Futuro Passado: Contribuição à semântica dos tempos históricos*. Op. Cit.

Na busca por documentação, visitamos os arquivos dos dois principais jornais em circulação no Estado: “O Povo” e o “Diário do Nordeste”. O jornal “O Povo” foi fundado em 1928 por Demócrito Rocha. A boa e atualizada organização dos arquivos da instituição possibilitou um panorama do século XX (e, claro, deste início do século XXI), passível de nos deixar identificar quando e como o queijo de Jaguaribe começa a ser registrado no jornal em questão.

A primeira matéria é do ano de 1973 (ou seja, não há nada antes dessa data), e vai aumentando gradativamente a quantidade de informações sobre o queijo até o presente, seja como elemento de distinção, seja quanto ao sabor dado pela localização geográfica da iguaria. Ao todo temos coletadas e organizadas 25 matérias, que abrangem o período de 1973 a 2009. São em sua maioria formadas de notícias e reportagens.

Já no jornal “Diário do Nordeste”, fundado em 1981, que pertence ao Sistema Verdes Mares de Televisão, afiliado da Rede Globo no Ceará, coletamos e organizamos 13 notícias e reportagens. Também nos foi possível demarcar tempo e diferenças de construções entre as matérias, ou seja, quando o queijo de Jaguaribe surge como elemento de destaque na culinária cearense. Como diz Alexandre Stephanou.

A imprensa informa e forma; privilegia, dispõe e relaciona as notícias, elegendo os acontecimentos que merecem destaque e os que serão relegados ao esquecimento. Não registrando apenas o fato ela o cria, na medida que seleciona o que é e o que não é notícia, seja por critérios jornalísticos, ou por interesses econômicos e políticos.<sup>36</sup>

O jornal funciona como um suporte de memória, e no caso presente reforça uma construção memorativa em que o queijo é transformado em monumento, porém não antes da década de 1970. O reportado em ambos os jornais e na cronologia contribui para a nossa hipótese de que, a partir da década de 1970, o Ceará – tendo Fortaleza como centro – atribui aos objetos e práticas, antes cotidianas, como afirma Firmino<sup>37</sup> “[...] discursividades [...] dentro de propostas modernizadoras e conservadoras de identidades [...]” que ainda encontram-se na ordem do dia. Dentro de uma luta de representações que cabem bem na frase irônica de Zygmunt Bauman<sup>38</sup> porém acertada para a ocasião, “Uma vida dedicada à procura da identidade é cheia de som e fúria”.

Na pesquisa presente as narrativas e objetos estão carregados ao mesmo tempo do enquadramento do discurso que as originaram e de elementos de relações, mediações, diálogos não esperados (desejados) quando pensados, sistematizados, expostos.

<sup>36</sup> STEPHANOU, Alexandre Ayub. *Censura no Regime Militar e militarização das artes*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001, p. 45.

<sup>37</sup> FIRMINO, Francisco Francijesi. *Alegorias da Maldição: a escrita fantástica de José Alcides Pinto (1960-1980)*. Op. Cit. p. 27.

<sup>38</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade. A busca por segurança no mundo atual*. Rio de Janeiro: ZAHAR, 2001, p. 21.

A produção artesanal brasileira, assim como qualquer outro tipo de fabricação na contemporaneidade faz parte de um conjunto de ditames e diretrizes resultantes e vivenciadas no século XX. Mudanças de estrutura social e econômica, em mais uma etapa do que se convencionou chamar de “globalização”, baseada em um modelo em que a “Cidade” é o alvo dos imaginários e também das ações do Estado.

“Cidade” (sociedade) em que as migrações, em boa medida, representam transferência da população pobre do campo. Esse processo de globalização se acelerou nas décadas de 1970 e 1980 e firmou-se na contemporaneidade. É importante destacar que

[...] a globalização não é um simples processo de homogeneização, mas de reordenamento das diferenças e desigualdades, sem suprimi-las; por isso, a multiculturalidade é um tema indissociável dos movimentos globalizadores.<sup>39</sup>

O mercado artesanal, “invenção” narrativa, passa a existir como parte de um todo da globalização, um “lugar” na economia. Enquanto operação intelectual, cria uma unidade que se quer fortalecida em uma organização para além de econômica, ou seja, surge também como instâncias social e cultural e procura uma forma de parecer comunitária. É uma invenção narrativa, no sentido de que o cenário é o da contradição social e do dismantelamento do comunitário, diante da sociedade contemporânea em que as identidades são individuais, sujeitos que se aliam em relações de interesses pontuais, imediatos. Os sujeitos travam suas relações de modo contratual e no limite do social e culturalmente aceitável para si e, necessariamente, no campo do que seja melhor enquanto comunidade.

No mercado distintivo, como um polo regional, como resultado mais de processos políticos do que de uma demanda comercial, em igual tempo, os sujeitos do processo de globalização pressionam para dissolução de fronteiras em favor de uma centralização econômica mundial, ao mesmo tempo em que trabalham a distinção de produtos, a criação de nichos ditos comunitários, típicos.

Combinar movimentos tão díspares só é possível com aceitabilidade dos sujeitos dos nichos de uma realidade relacional formada como comunidade de interesse que ultrapassaria a ideia de produção local. Os atores sociais do nicho são pensados como representantes de um mercado maior, no caso o de produto artesanal global.

Para nossa pesquisa foi necessário perceber a importância de instituições como EMBRAPA, cuja função tem sido, no caso do Ceará, importante nas formulações e tentativas de

<sup>39</sup> CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 1997, p. 11.

organizar o setor do queijo, cuja fundação coincide com uma mentalidade e de mudanças no setor econômico brasileiro e portanto cearense.

A EMBRAPA participou de um projeto de mundialização da economia brasileira, iniciado junto ao processo conhecido na historiografia como desenvolvimentista. Nesse cenário de “mundialização” surgiram duas instituições que colaboraram com a formação da EMBRAPA: o BIRD (Banco Mundial para o Desenvolvimento), com forte investimento financeiro, e a UNESCO (Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura). A partir delas podemos perceber qual o contexto globalizado em que o “artesanal” ganha aspectos positivos de um polo de mercado distinto.

São destacadas, por José Irineu Cabral<sup>40</sup>, oito diretrizes postas no momento inicial da EMBRAPA, entre elas:

A programação da pesquisa seria ajustada aos objetivos e políticas estabelecidas nos Planos Nacionais de Desenvolvimento e nos Planos Básicos de Desenvolvimento Científico e Tecnológico do País. A partir daí e das políticas agrícolas adotadas, deverão surgir as prioridades nacionais e regionais que se transformarão no elenco de programas e projetos, por produto e região auspiciados pela Empresa. Em todo momento, haverá a preocupação da seletividade na programação da pesquisa, evitando-se a fragmentação de recursos, a duplicação de ações ou a realização de atividades que não sejam efetivamente prioritárias. [Grifos nossos]<sup>41</sup>

Outra instituição importante no pensamento de mudanças para o setor artesanal, caso do queijo, foi o INPI. O INPI, assim como a EMBRAPA, foi criado nos anos 1970. Inicialmente tinha papel cartorial, e com o tempo passou a assumir tarefas na concepção de modernização do País, tendo como marco a função de proteção intelectual e montagem de instrumentos de capacitação pensada com a noção de competitividade.

No que se refere à cooperação institucional, o INPI procura consolidar seus laços com as principais instituições do Sistema Nacional de Inovação – associações empresariais, federações, universidades, agências de desenvolvimento. Com a Confederação Nacional da Indústria, o INPI busca a efetiva participação das empresas brasileiras nos programas de capacitação relacionados à propriedade intelectual. Voltada às micro e pequenas empresas, a parceria com o SEBRAE tem se mostrado o melhor caminho para o incentivo às produções locais.<sup>42</sup>

No que se refere à produção local e o INPI, temos a IG – Indicação Geográfica – atribuição do INPI sob comando da Diretoria de Contratos de Tecnologia de Outros Registros e sua coordenação. A atribuição da IG para o INPI é regulamentada na Lei de Propriedade Industrial, Lei n.º 9.279 (14/05/1996). A ampliação das funções do INPI e a formulação da lei da IG (Indicações Geográficas) decorreram do fato de o Brasil ser signatário da CUP (Convenção

<sup>40</sup> CABRAL, J. Irineu de. *Sol da manhã*: memória da Embrapa. Brasília: UNESCO, 2005.

<sup>41</sup> ORTEGA, Antonio César. *Agronegócios e representação de interesses no Brasil*. Uberlândia: EDUFU, 2005, p. 27.

<sup>42</sup> Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br>>. Acesso em: 01/01/14.

da União de Paris), que são o Acordo de Madrid sobre Indicações de Origem e o Acordo sobre os Aspectos do Direito da Propriedade Intelectual Relacionado ao Comércio (ADPIC ou TRIPS, em inglês), tendo, via de consequência, o dever de proteção das Indicações Geográficas.<sup>43</sup>

O INPI, além de realizar os procedimentos para regular a IG, também executa tarefas diretamente de assistência e prestação de serviços aos interessados no tema, a exemplo do que se deu com a presença de representantes em eventos em Fortaleza ligados à produção queijeira.

A Lei de Propriedade Industrial, Lei Nacional n.º 9.279, de 14 de maio de 1996, não define o que é Indicação Geográfica, estabelecendo apenas suas espécies, a Indicação de Procedência e a Denominação de Origem. Inexiste hierarquia legal entre elas, sendo possibilidades paralelas à escolha dos produtores ou prestadores de serviços que planejam buscar esta modalidade de proteção, atendidos os requisitos da lei e de sua regulamentação. No entanto, o INPI conceitua IG como identificação de um produto ou serviço como originário de um local, região ou país, quando determinada reputação, característica e/ou qualidade possam ser vinculadas essencialmente a esta sua origem particular. O INPI classifica em espécies a IG, que são:

**A Indicação de Procedência – IP** é caracterizada por ser o nome geográfico conhecido pela produção, extração ou fabricação de determinado produto, ou pela prestação de dado serviço, de forma a possibilitar a agregação de valor quando indicada a sua origem [...]; e **A Denominação de Origem – DO** cuida do nome geográfico “que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico [...]”.<sup>44</sup>

A prestação de serviços do INPI inclui a premissa do associativismo como regra para o exercício do direito ao uso exclusivo do nome geográfico na sua atividade econômica. Afasta a sua exploração individual, salvo quando inexistam outros produtores ou prestadores de serviço que possam se valer do nome geográfico, podendo este único apresentar o pedido pessoalmente, prescindindo de se fazer representar.<sup>45</sup>

No “*I Encontro da Cadeia Produtiva de Queijo Coalho do Nordeste: Indicação Geográfica, qualidade e segurança*”, em novembro de 2009 (na sede da Embrapa/Fortaleza), a representante do CIG\MAPA (Ministério da Agricultura e Pecuária), Bivanilda Almeida Tapias, explicou para um auditório de técnicos e produtores de queijo e leite do Ceará a importância para o Ministério de ações das certificações. Bivanilda Almeida Tapias<sup>46</sup> apontou como mecanismos de proteção para o produto de origem agropecuária as “marcas”, “marcas coletivas” e “indicação

<sup>43</sup> Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br>>. Acesso em: 01/01/14 .

<sup>44</sup> Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br>>. Acesso em: 01/01/14

<sup>45</sup> Lei Nacional n.º 9.279, de 14 de maio de 1996. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br>>. Acesso em: 01/01/14.

<sup>46</sup> TAPIAS, Bivanilda Almeida (Palestrante). “Queijo coalho: origem e tradição do nordeste brasileiro. Uso de sinais distintivos para proteção de produtos agropecuários: marca e indicações geográficas”. In: *I Encontro da cadeia produtiva de Queijo Coalho do Nordeste: indicação geográfica, qualidade e segurança*. Dias 26 e 27 de novembro de 2009. PROMOÇÃO: EMBRAPA.

geográfica”. Chamou tais modalidades de “sinais distintivos” que servem para diferenciar os produtos diante do consumidor, a partir de méritos higiênicos, técnicos, gustativos, etc.

Basicamente as Marcas e as Indicações Geográficas. As Indicações Geográficas trabalham sempre de forma coletiva: associações, comitês, cooperativa... uso coletivo daquele sinal...Indicação geográfica – origem e características próprias devida a esta origem geográfica que se torna diferente de outras regiões. O consumidor trata o produto pelo nome geográfico. Os produtores têm direito a ter reservado o nome para si... Consagrado pelo uso, renome. Notoriedade... protege o nome geográfico. Procedência – com notoriedade. Origem fatores naturais e manejo.<sup>47</sup>

Continua Bivanilda Almeida Tapias com a informação:

Ministério da Agricultura, o MAPA, trabalha com indicação geográfica desde 1995... A União Europeia tinha uma lista de mais 500 produtos e o Brasil não tinha nenhum... a IG para produtos agropecuários são incentivados pelo MAPA. Trabalha com INPI para ver as condições de registro, assim como em parcerias com, por exemplo, o SEBRAE, a EMBRAPA, universidades alocando recursos, convênios e articulações para que os projetos aconteçam.<sup>48</sup>

O grupo da EMBRAPA se interessa em potencializar os rumos definidos e almejados pelo MAPA. Essa potencialização centra-se, sobretudo, nas certificações e, assim, a produção leiteira e de seus derivados são produtos escolhidos nessa conjuntura, e contribuem para a sua fomentação. Empecilhos como as barreiras tarifárias e garantias no que se refere à qualidade tanto na fabricação como na comercialização fazem com que os órgãos do governo e as instituições envolvidas criem mecanismos e metodologias de acompanhamento de parte da produção percebidas em muitos casos por fabricantes como fora de seus alcances financeiros.

A produção artesanal de queijos participa significativamente das economias locais, que o digam os municípios do Estado do Ceará. Nesse sentido, a Embrapa tem como objetivo contribuir com tecnologias, com levantamentos relativos às técnicas de processamento, beneficiamento e nas sugestões de reestruturação de queijarias. Aliás, produção de leite e produção de laticínios caminham juntas no que concerne ao melhoramento de ambos os setores.

De acordo com relatório contido em um Boletim da EMBRAPA de 2001, o Estado do Ceará tinha na época em torno de 96.000 produtores de leite, com uma produção anual de 294 milhões de litros (IBGE, 2001). Juntamente com Bahia e Pernambuco, o Ceará é um dos maiores produtores de leite na região Nordeste.

A produção de leite do Ceará é originária de estabelecimentos cuja atividade principal é a pecuária constitui-se em 70% do total. Outra importante característica é que a pecuária de leite no Estado do Ceará também está concentrada em propriedades com área total entre 10 e 500

<sup>47</sup> Idem.

<sup>48</sup> Idem.

hectares, produzindo 66% do total. Porém, os estabelecimentos com áreas inferiores a 10 hectares contribuem com 10% da produção. O que indica que esse grupo de pequenos produtores tem relativa importância para a pecuária leiteira do Estado.<sup>49</sup>

As metas da EMBRAPA/Ceará para a produção leiteira do Estado podem ser entendidas pelas noções encontradas no “Glossário Pecu” (sem data), que alia a criação animal, produção do leite, produção dos derivados do leite e culmina na comercialização. Vejamos a primeira delas, que na realidade é definir o projeto de sustentabilidade da terra aliada à ideia de aumento de produtividade. No caso do Ceará, a “Pecu caatinga” estuda a emissão de gases de efeito estufa e emissão de gás carbônico nos sistemas de pastagens.

De acordo com Glossário Pecu (sem data), a Rede Pecu é uma rede de pesquisa composta por projetos que avaliam o balanço entre as emissões de gases de efeito estufa (GEE) e os sumidouros (“sequestro”) de carbono dos vários sistemas de produção da pecuária, inseridos nos principais biomas brasileiros: Amazônia, Caatinga, Cerrado, Mata Atlântica, Pantanal e Pampa, em busca de uma pecuária sustentável, pautada pelos aspectos econômico, social e ambiental.

Os diversos processos relacionados com emissão e mitigação dos GEE são avaliados seguindo protocolos de pesquisa padronizados e previamente acordados, que contemplam o conjunto solo-planta-animal-atmosfera, para gerar o balanço de carbono dos sistemas melhorados, em comparação com a pastagem tradicional e a vegetação nativa. São avaliados sistemas extensivos e intensivos de produção de pasto, de integração lavoura-pecuária, silvipastoril, agrossilvipastoril e confinamentos, para produção de bovinos, bubalinos, caprinos, ovinos, suínos e aves, e tratamento de dejetos animais.

A rede é composta por várias unidades da Embrapa, Universidades e outras instituições de pesquisa nacionais e internacionais, com apoio de agências de fomento à pesquisa e da iniciativa privada. Noções outras se aliam ao projeto definido no Glossário Pecu, a exemplo de “pecuária sustentável”, definida como um conjunto de práticas para a criação de animais, baseadas em técnicas que reduzem os danos causados à natureza, como também de “socioeconômica”, setor do conhecimento preocupado em estudar o impacto das atividades desenvolvidas no ambiente, considerando a relação social e econômica de produção.

No entanto, as dificuldades são muitas para que os produtores possam adquirir condições de manutenção da qualidade. Os aspectos de higiene apresentados muitas vezes esbarram na realidade dos criadores, produtores, como bem lembra o trecho da pesquisa apresentada em Simpósio da área:

<sup>49</sup> NASSAU, Renata Tiekko & ARAÚJO, Rinaldo dos Santos & BORGES, Maria de Fátima & LIMA, Janice Ribeiro & MACEDO, Benemária Araújo & LIMA, Márcia Helena Portela & BASTOS, Maria do Socorro Rocha. “Diagnóstico das condições de processamento de produtos regionais derivados do leite no Estado do Ceará.” In: *Boletim da EMBRAPA*, 2001. ISSN 1677-1907; n.º.1), p. 9.

# HISTÓRIA E CULTURAS

*Revista Eletrônica do Mestrado Acadêmico em História da UECE.*

Como em outros países da América Latina, no Brasil a pecuária bovina é baseada principalmente em pastagens, constituídas, em sua maioria, pela monocultura de gramíneas, estabelecidas após o desmatamento de floresta ou em substituição a outros tipos de vegetação nativa. O manejo inadequado tem sido uma das principais causas de degradação dessas pastagens, acarretando sérios prejuízos econômicos e ambientais.<sup>50</sup>

As noções estão dentro das metas desejadas por técnicos e por produtores que acreditam que o investimento na pecuária do leite está para além do animal em si. São desejosos de acompanhamento desde o comportamento com o animal, o pasto (nutrição: forrageira) e manejo sanitário com maximização dos resultados econômicos.

Em Palestra “Custo Benefício da Prevenção de Doenças em Bovinos de Leite” dirigida aos produtores presentes ao V Festival do Queijo de Jaguaribe de 2010, o pesquisador João Júnior Gualberto assinalou aspectos a serem observados no trato com a produção do leite no que diz respeito à higiene, tais como leite sem água e sem antibióticos. Porém focou no aviso, determinante para o palestrante, de que o maior causador de doenças no animal são as mãos dos tratadores.

O Sr. Antônio Carlos de Freitas, produtor de leite de Jaguaribe, salientou os aspectos de higiene necessários à cadeia produtiva do queijo artesanal:

Queremos reunir os produtores de leite e queijo e apresentar a ideia sem o leite pasteurizado, mas com aqueles cuidados higiênicos desde o animal até a fábrica do queijo. Isso não tem quem tire. Você tem que ter higiene para ter um produto de boa qualidade, um leite de boa qualidade, conseqüentemente um queijo de boa qualidade. (Entrevista realizada em junho de 2011)

As instituições são pensadas pelo Sr. Antônio Carlos Freitas como agentes de transformações e melhorias para a cadeia produtiva do queijo jaguaribano. No que concerne à higiene e qualidade, ao ser perguntado sobre que tipo reunião e a quais grupos ele se refere, diz-nos:

SEBRAE, EMBRAPA. Porque nós estamos com apoio deles. UECE, UFC. Têm vários órgãos imbuídos com a gente para a melhoria. Desde o início o SEBRAE vem nos acompanhando, vem nos dando essa força, através de intercâmbio, de viagem. Nós já viajamos para participarmos de festival de queijo. Nós participamos na Paraíba, no Rio Grande do Norte. Aqui no Ceará, por exemplo, Quixeramobim. Toda vida o queijo de Jaguaribe, quando não se destaca em primeiro, tá em segundo lugar. Primeiro, segundo, terceiro lugar. O melhor queijo no estado do Ceará. (Entrevista realizada em junho de 2011)

A produção de queijo artesanal do Ceará tem sido alvo das atividades da EMBRAPA e do SEBRAE desde a última década do século XX:

<sup>50</sup> MOREIRA, José Nilton & ARAÚJO, Gherman Garcia Leal de & FRANÇA, Chirles Araújo. “Potencial de Produção de Leite em Pastagens e cultivadas no semi-árido”. In: *X Simpósio Nordestino de alimentação de ruminantes*. Petrolina, PE, 2006, p. 2.

A quantificação da produção artesanal não consta em estatísticas oficiais; no entanto, sabe-se da existência de numerosas unidades de produção caseira e de fazendas produtoras, sendo possível afirmar que a maioria dos queijos de coalho elaborados nos estados nordestinos têm sua origem ligada à fabricação artesanal. A produção rural de queijo de coalho participa consideravelmente na economia, sendo extremamente expressiva na formação de renda dos produtores de leite, principalmente daqueles que não têm acesso às usinas de beneficiamento.<sup>51</sup>

O Anuário do Estado do Ceará de 2013 registrou o projeto de melhoria da produção, processamento e comercialização do queijo de coalho artesanal como relevante para a melhoria da condição de vida de famílias de baixa renda. O anuário foi certificado em 2013 pelo Banco do Brasil como “tecnologia social”, chamada desse modo porque o foco é capacitar os produtores no que se refere às “boas práticas” agrícolas como higiene no momento da ordenha, evitando o desperdício de água.

Podemos questionar e relativizar a ideia de sucesso de Cabral<sup>52</sup> ou dos técnicos e agentes da EMBRAPA na contemporaneidade, mas não podemos deixar de observar que as pesquisas desenvolvidas pela EMBRAPA e por seus parceiros vêm, ao longo de sua trajetória, alicerçando tecnicamente a produção rural brasileira, e com isso promovendo modificações que vão além das tecnológicas. Incluímos no “rol” de modificações de influências da EMBRAPA, por exemplo, as correlações de forças e representações de interesses no setor de produção de alimentos no País. Afinal, o diagnóstico e projetos desenvolvidos pela empresa são esperados e desejados pelos produtores rurais, sempre disputados.

Essa espécie de associativismo não comunitário fica muito evidente, por exemplo, no trabalho desenvolvido pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Voltado para o apoio às micro e pequenas empresas, o perfil de associativismo do SEBRAE, referência nas parcerias de melhoria da produção do queijo artesanal, se molda ao planejamento empresarial, buscando tomar decisões estratégicas via pesquisa por demanda, fabricação e comercialização em torno do mercado. Portanto, tem-se um associativismo não conexo à comunidade de pertença no modelo cultural de tradição, mas como modos de empreendedorismo.

No movimento posto, a produção artesanal do queijo em questão, a “tradição” se torna elemento decisório para o perfil do negócio na visão de empreendedorismo. Em diferentes documentos da Instituição, o empreendedor é designado como “o indivíduo” com iniciativa própria e não como elemento de um grupo. A nosso ver, isso talvez explique um pouco do resultado do levantamento realizado pelo SEBRAE em 2014, sobre os motivos daqueles que não

<sup>51</sup> NASSAU, Renata Tieko & ARAÚJO, Rinaldo dos Santos & BORGES, Maria de Fátima & LIMA, Janice Ribeiro & MACEDO, Benemária Araújo & LIMA, Márcia Helena Portela & BASTOS, Maria do Socorro Rocha. Op. Cit. p. 10.

<sup>52</sup> CABRAL, J. Ireneu de. *Sol da manhã*: memória da Embrapa. Op. Cit.

buscam apoio de instituições para seus negócios. No caso do Nordeste do Brasil (existem documentos para todas as regiões do País), 19,1%, alegam a falta de conhecimento e 21,7%, a falta de tempo. Chamaram-nos bastante a atenção os outros dois motivos alegados, quando 64,8% das cifras demonstram que produtores não têm necessidade ou interesse de apoio de instituições em seus negócios.<sup>53</sup>

Quem sabe a falta de interesse ou a não necessidade apontada por diferentes setores da produção seja uma atitude que visa resistir a um modo de pensar e trabalhar as relações econômicas na contemporaneidade. A fala que segue, do Sr. Antônio Carlos de Freitas, de 63 anos, produtor de leite e vice-presidente da QUEIJARIBE na ocasião da entrevista, nos descreve as intenções da criação da associação e demonstra parte da decepção, no que condiz com as expectativas da criação e as possibilidades de negócios com a formação da associação de Jaguaribe:

A associação se iniciou da necessidade de nós produtores de leite e produtores de queijo [...] Pra quê? Nos reunirmos para termos mais força para barganhar valores que viessem somar com o nosso produto, no caso, o leite e o queijo. Mas nós chegamos no ponto que...a associação, nós que já temos 4 anos de fundação [se refere ao ano de 2009]. Nós chegamos a um ponto que a gente não faz mais nada. Por quê? Porque associação não pode vender e nem pode comprar. É uma lei que existe que não permite que associação negocie sem CNPJ. O que pode acontecer? É os associados negociar com seus próprios nomes. Não podem usar o nome da associação. O que nós estamos imbuídos? Em fundar uma cooperativa. A cooperativa tanto recebe benefícios como pode negociar, pode comprar, pode vender. E tem mais espaço pra gente. Mês passado nós tivemos uma reunião com o presidente das cooperativas do estado do Ceará [...] e agora [...] faremos outra reunião com os sócios em que ele vem explicar realmente o que é associação, o que é uma cooperativa. (Entrevista realizada em 2009)

A fala do produtor de queijo salienta a importância dos movimentos do grupo em direção à conquista de mercado, de um mercado apropriado para os produtos artesanais. E para além, do dito pelo produtor e presidente da QUEIJARIBE identificamos duas questões imbricadas que permearam/permeiam a narrativa e ações do grupo dos agentes públicos e deram/dão o tom das ressignificações dos produtores de queijo jaguaribanos: a primeira se refere à implantação de modificações físicas, legislativas e técnicas voltadas para o que os agentes denominaram/denominam “Boas Práticas de Fabricação” –BPF- como elemento insubstituível para a manutenção das queijarias no mercado consumidor; a segunda questão diz respeito ao fortalecimento do discurso patrimonial do “saber fazer” do queijo artesanal em aliança com as medidas das “BPF” em um movimento que fortalece um mercado artesanal distintivo em relação ao produto industrial.

<sup>53</sup> Tabela 1.7.2 – Distribuição dos empreendedores segundo os motivos que o levaram a não buscar órgãos de apoio – Região Nordeste – 2014. IN: Empreendedorismo na Região Nordeste do Brasil. SEBRAE & IBQP & FGV. 2014, p. 12.

A partir das duas questões citadas, que são as preocupações dos agentes públicos, os produtores e vendedores recebem conceitos, ideias e ditames trazidos como necessários ao bom funcionamento da cadeia produtiva. Nessa relação entre agentes públicos e produtores somada a conjuntura que acontecem ressignificações das memórias e tradições sobre o “modo de fazer artesanal” do queijo coalho jaguaribano, e adaptação da produção de modo técnico, sempre na linha condutora do “empreender”. E o grupo de produtores de queijo artesanal de Jaguaribe, os afiliados a QUEIJARIBE, estão entre os selecionados para participar das ações de políticas públicas para o setor no município.

No decorrer da pesquisa de campo que fomos perceber que, de acordo com uma maior ou menor aproximação dos agentes públicos (colocamos-nos entre eles) do grupo de produtores jaguaribanos, uma série de objetos do cotidiano da feitura do queijo artesanal começavam a ser recolhidos e guardados quase que transformados em “objetos museais”, ou seja, objetos que ante a comunidade vão ganhando ressignificados, e começaram/começam a representar para o grupo modos de fazer o queijo local como objeto cultural e de memória.

Iniciamos a pesquisa tomados pela questão -- que talvez na época do início do doutorado fosse a mais motivadora para os agentes públicos nas implementações de ações voltadas para a melhoria da produção de queijo coalho artesanal de Jaguaribe -- da aquisição do selo de IG – Indicação Geográfica, entretanto a empreitada não alcançou sucesso ainda, ou seja, no presente continuam os procedimentos da EMBRAPA e parcerias junto com a diretoria da QUEIJARIBE para a realização de encaminhamentos e montagem do material necessário para demandar o selo ao INPI.

Na “Carta de Fortaleza”,<sup>54</sup> assim denominada pelos participantes do simpósio, tem-se uma leitura de conjuntura da época do evento somada às expectativas em relação ao futuro da cadeia produtiva. Sobre a mesma gostaríamos de destacar dois pontos que nos pareceram resumir a luta dos agentes envolvidos na cadeia produtiva do queijo artesanal: primeiro, a questão de uma legislação específica e a afirmação de políticas públicas para o setor; segundo, a distinção do queijo artesanal como objeto patrimonial.

O primeiro ponto se inicia na carta por apresentar a base social chamada a formar a unidade de ação: “[...] representantes de entidades públicas e privadas, profissionais de ensino, pesquisa e extensão, membros da sociedade civil ligados ao setor e produtores de queijos artesanais [...]”. A EMBRAPA, INPI, SEBRAE e QUEIJARIBE são algumas das instituições que formataram uma participação ativa nas formulações propostas voltadas para os produtores de queijo artesanal.

<sup>54</sup> Carta de Fortaleza I Simpósio dos Queijos Artesanais 2011.

Nesse ponto a imprensa, como uma de várias forças de pressão, tem participado da empreitada, não como fomentadora, mas com matérias que divulgam e reafirmam as ideias e preocupações do setor, cujo elemento principal atualmente tem sido a questão da luta pela legislação própria para os alimentos originários de saberes e fazeres artesanais. Preocupação confirmada, em relação ao queijo artesanal, pelo documentarista Helvécio Ratton (2011): "A legislação parte do princípio de que o leite precisa ser pasteurizado e despreza essa cultura de queijos produzidos há centenas de anos por causa de um conceito estreito de saúde".<sup>55</sup>

O que o documentarista denomina de “conceito estreito de saúde” se coaduna com os itens da carta de Fortaleza (2011), e trata de se estabelecer uma legislação no âmbito sanitário, ambiental e tributário de acordo com a produção artesanal e mais especificamente de queijos de leite cru. Segundo a sanitarista Edna Alves Costa<sup>56</sup> (2009) as regras acompanham o desenvolvimento científico e tecnológico, a organização do poder e os interesses dos grupos de poderes, ou seja, as ações estratégicas em nome da saúde coletiva são espaços de disputas e seguem para além da crença de que a manutenção e a vigilância das regras voltadas para saúde sejam neutras.

A presença de agentes públicos e particulares, por exemplo, no Simpósio de Fortaleza (2011), demonstra a concepção clara de espaço de disputa passível de resolução de problemas de acordo com a capacidade de pressão do grupo exposta na “Carta” do evento. Escreve Edna Alves Costa:

A noção de segurança sanitária vem sendo debatida, especialmente em países mais avançados, produtores de tecnologias e que também têm experimentado eventos negativos de repercussões sociais e econômicas. A expressão é frequente na legislação sanitária no Brasil, como argumento para validar a intervenção, e foi incorporada recentemente na missão da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).

Ainda sobre as disputas por legislações específicas, estão aquelas por mais políticas públicas de apoio e incentivo à produção artesanal, como as de créditos e tributação específicas para a área, além de maior estímulo financeiro às pesquisas voltadas para o setor.

Novamente estamos a discorrer sobre a implementação das Boas Práticas de Fabricação que necessitam resumidamente de apoio das leis diretamente postas na feitura e comercialização do queijo artesanal e das políticas voltadas para que o grupo de produtores-vendedores esteja apto ao mercado artesanal.

No documentário “O mineiro e o Queijo...” (2011), Helvécio Ratton acrescenta outra reflexão que se encontra no decorrer do filme e na apresentação da obra exposta na capa do DVD, e com as palavras do cineasta chegamos ao segundo ponto que destacamos na Carta de

<sup>55</sup> FECAROTTA, Luiza. Queijos artesanais podem se extinguir, segundo produtores. IN: Folha de S. Paulo online; site <http://www1.folha.uol.com.br/comida/1013822-queijos-artesanais-podem-se-extinguir-segundo-produtores.shtml>.

<sup>56</sup>

Fortaleza (2011), “uma deliciosa viagem pelas trilhas do queijo em Minas Gerais. Patrimônio Nacional, o verdadeiro queijo minas é proibido de circular no Brasil”.<sup>57</sup>

O documentarista apresenta a contradição no fato de o queijo mineiro ser patrimônio nacional e não poder circular no espaço geográfico do País que o registrou como patrimônio. As percepções de Helvécio Ratton colocam-se de acordo com o que nos expõe outra voz presente ao Simpósio de Fortaleza (2011), Kátia Karan, do Movimento *Slow Food*, “É mais que um alimento, é uma expressão profunda da nossa forma de vida”.<sup>58</sup>

O *Slow Food* é uma ONG com mais de cem mil membros com escritórios em diferentes países, e tem como princípio básico o direito ao prazer da alimentação, utilizando produtos artesanais de qualidade especial, produzidos de forma que se respeite tanto o meio ambiente quanto as pessoas responsáveis pela produção, os produtores, e defende como essencialidade de toda a sua filosofia que o consumidor esteja sempre bem informado sobre o que come, tornando-se coprodutor.<sup>59</sup>

Na Carta de Fortaleza temos os dois pontos cuidados (a palavra ‘cuidado’ não me parece bem colocada aqui) com queijo artesanal na linha do exposto até momento, de acordo com a ideia de boa saúde e objeto cultural de um saber fazer familiar, gregário e comunitário como bandeira, “[...] suas qualidades estão intimamente ligadas ao ambiente onde são produzidos e o “modo de fazer” tradicional, expressando a cultura local e a história das famílias que há séculos os elaboram, mantendo uma tradição de várias gerações [...]”.<sup>60</sup>

E continua a Carta de Fortaleza, “[...] enquanto muitos países [...] vêm resgatando, preservando e protegendo seus patrimônios culturais e gastronômicos, o Estado brasileiro age no sentido inverso [...] levando-os ao desaparecimento [...]”. Nestor Canclini, na obra “*Culturas Híbridas*”<sup>61</sup>, desvincula o popular/tradicional (artesanal) do discurso tanto de oposição ao industrial como da “retórica da perda”<sup>62</sup> e traz o juízo da transformação dos novos usos:

As ideologias modernizadoras do liberalismo do século XIX ao desenvolvimentismo acentuaram essa compartimentação maniqueísta ao imaginar que a modernização acabaria com as formas de produção, as (crenças e os bens tradicionais) [...]. Hoje existe uma visão mais complexa sobre as relações entre tradição e modernidade. O culto tradicional não é apagado pela industrialização dos bens simbólicos [...]. Do lado popular, é necessário preocupar-se menos com o que extingue do que com o que se transforma [...] produtos mantêm funções tradicionais [...] e desenvolvem outras funções, modernas [...].<sup>63</sup>

<sup>57</sup> Filme: RATTON, Helvécio. O Mineiro e o Queijo. 2011.

<sup>58</sup> FECAROTTA, Luiza. Queijos artesanais podem se extinguir, segundo produtores. IN: Folha de S. Paulo online; site <http://www1.folha.uol.com.br/comida/1013822-queijos-artesanais-podem-se-extinguir-segundo-produtores.shtml>

<sup>59</sup> <http://www.slowfoodbrasil.com.br>.

<sup>60</sup> Carta de Fortaleza I Simpósio dos Queijos Artesanais 2011.

<sup>61</sup> CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade*. Op. Cit.

<sup>62</sup> GONÇALVES, José Reginaldo Santos. *A retórica da perda: os discursos do patrimônio cultural no Brasil*. Op. Cit. p. 29.

<sup>63</sup> CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade*. Op. Cit. p. 22

Como exposto no decorrer do texto, o trabalho do pesquisador José Newton Coelho Meneses subsidiou o registro dos modos de fazer dos queijos de três regiões mineiras (Serro, Canastra e Alto Paranaíba -- Serra do Salitre), pelo IPHAN, como Patrimônio imaterial do Brasil. E como o referido autor questiona a distinção dos termos materialidade e imaterialidade da cultura, assim como nos guia com a pergunta: “memorizamos e guardamos um bem de cultura porque temos medo de perdê-lo ou por que o entendemos como parte de nossa construção histórica?”<sup>64</sup> (MENESES, 2015,p7)

Sabemos que as tradições alimentares são sensíveis às mudanças postas à conjuntura, e não há dúvida de que um grupo de produtores de queijo artesanal de Jaguaribe não mais terá condições para exercer suas atividades tradicionais enquanto grupo familiar, visto que as relações são associativas e a identidade se processa de modo diferente, porém de fato ou de desejo como um constituinte da identidade local.

A tradição do saber fazer o queijo no Vale do Jaguaribe, potencializada como bem cultural pelos jaguaribanos, tem sim uma construção histórica e faz parte da memória social da região que como tal se processa, se constrói pelas novas experiências de seus agentes sociais. No sentido posto, as interrogações e a pesquisa realizada instigam a buscar mais sobre os resinificados das palavras e lutas objetivas que os grupos de interesse promovem para alcançar as bandeiras e reivindicações resumidas na Carta de Fortaleza (2011).

<sup>64</sup> MENESES, José Newton Coelho. A Semântica de uma memória. os modos de fazer como patrimônio vivencial. IN: (ORG) REIS, Alcenir Soares dos & Figueiredo, Betânia Gonçalves. Patrimônio imaterial em perspectiva. Belo Horizonte, 2015, p. 7