



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
INSTITUTO DE ESTUDOS SOCIOAMBIENTAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

CAIO CÉSAR ALENCAR DE SENA

**DA MODERNIZAÇÃO À GLOBALIZAÇÃO ALIMENTAR:
o local e o global na Região Metropolitana de Goiânia**

Tese de Doutorado

Goiânia
2023



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
INSTITUTO DE ESTUDOS SÓCIO-AMBIENTAIS

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES

E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do material bibliográfico

☐ Dissertação ☒ Tese ☐ Outro*: _____

*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

Exemplos: Estudo de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

2. Nome completo do autor

Caio César Alencar de Sena

3. Título do trabalho

DA MODERNIZAÇÃO À GLOBALIZAÇÃO ALIMENTAR: o local e o global na Região Metropolitana de Goiânia

4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento ☒ SIM ☐ NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

a) consulta ao(a) autor(a) e ao(a) orientador(a);

b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.

O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.



Documento assinado eletronicamente por **Caio Cesar Alencar De Sena, Usuário Externo**, em 04/10/2023, às 10:04, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Denis Castilho, Professor do Magistério Superior**, em 04/10/2023, às 10:28, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **4096586** e o código CRC **502A81F1**.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
INSTITUTO DE ESTUDOS SOCIOAMBIENTAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

**DA MODERNIZAÇÃO À GLOBALIZAÇÃO ALIMENTAR:
o local e o global na Região Metropolitana de Goiânia**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGEO) do Instituto de Estudos Socioambientais (IESA) da Universidade Federal de Goiás (UFG) como parte dos requisitos obrigatórios para a obtenção do Doutor em Geografia.

Área de concentração:

Natureza e Produção do Espaço

Autor: Caio César Alencar de Sena.

Orientador: Prof. Dr. Denis Castilho.¹

Fomento: FUNAPE.

Goiânia
2018-2023

¹ Esta foi a última pesquisa de doutorado que estava sendo orientada pela professora Dr^a. Maria Geralda de Almeida até março de 2022, momento de seu falecimento.

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do
Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Sena, Caio César Alencar de
DA MODERNIZAÇÃO À GLOBALIZAÇÃO ALIMENTAR: [manuscrito] :
o local e o global na Região Metropolitana de Goiânia / Caio César
Alencar de Sena. - 2023.
CCCIV, 304 f.: il.

Orientador: Profa. Dra. Maria Geralda de Almeida; co-orientadora
Dra. Denis Castilho.

Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Goiás, Instituto de
Estudos Socioambientais (Iesa), , Goiânia, 2023.

Bibliografia. Anexos.

Inclui siglas, mapas, fotografias, abreviaturas, gráfico, tabelas,
lista de figuras, lista de tabelas.

1. Globalização e alimentação. 2. Indústria cultural. 3. Hábitos
alimentares. 4. Modernização. 5. Patrimônio alimentar. I. Almeida, Maria
Geralda de, orient. II. Título.

CDU 911

BANCA DE AVALIAÇÃO

Tese de Doutorado

DA MODERNIZAÇÃO À GLOBALIZAÇÃO ALIMENTAR: o local e o global na Região Metropolitana de Goiânia

CAIO CÉSAR ALENCAR DE SENA

Prof. Dr. Denis Castilho (Universidade Federal de Goiás)
Presidente da banca e orientador

Prof^{fa}. Dr^a. Sônia de Souza Mendonça Menezes (Universidade Federal de Sergipe)
1^a examinadora externa

Prof. Dr. Fernando Luiz Araújo Sobrinho (Universidade de Brasília)
2^o examinador externo

Prof. Dr. Marcelo Rodrigues Mendonça (Universidade Federal de Goiás)
1^o examinador interno

Prof. Dr. Eguimar Felício Chaveiro (Universidade Federal de Goiás)
2^o examinador interno



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

INSTITUTO DE ESTUDOS SÓCIO-AMBIENTAIS

ATA DE DEFESA DE TESE

Ata Nº 47 da sessão de Defesa de Tese de **Caio César Alencar de Sena** que confere o título de Doutor em **Geografia**, na área de concentração em Natureza e Produção do Espaço.

Aos dezoito dias do mês de agosto do ano de dois mil e vinte e três, a partir das 13:00 horas, no Auditório do IME-UFG, realizou-se a sessão pública de Defesa de Tese intitulada **“DA MODERNIZAÇÃO À GLOBALIZAÇÃO ALIMENTAR: o local e o global na Região Metropolitana de Goiânia”**. Os trabalhos foram instalados pelo Orientador, Professor Doutor Denis Castilho (IESA/UFG) com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Professor Doutor Fernando Luiz Araújo Sobrinho (UNB), membro titular externo; Professora Doutora Sonia de Souza Mendonça Menezes (UFS), membro titular externo, cuja participação ocorreu através de videoconferência; Professor Doutor Marcelo Rodrigues Mendonça (IESA/UFG), membro titular interno; Professor Doutor Eguimar Felício Chaveiro (IESA/UFG), membro titular interno. Durante a arguição os membros da banca **não fizeram** sugestão de alteração do título do trabalho. A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Tese tendo sido o candidato **aprovado** pelos seus membros. Proclamados os resultados pelo Professor Doutor Denis Castilho, Presidente da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata que é assinada pelos Membros da Banca Examinadora, aos dezoito dias do mês de agosto do ano de dois mil e vinte e três.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA



Documento assinado eletronicamente por **Denis Castilho, Professor do Magistério Superior**, em 18/08/2023, às 20:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **SONIA DE SOUZA MENDONÇA MENEZES, Usuário Externo**, em 19/08/2023, às 10:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Eguimar Felício Chaveiro, Professor do Magistério Superior**, em 19/08/2023, às 19:49, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **FERNANDO LUIZ ARAUJO SOBRINHO, Usuário Externo**, em 20/08/2023, às 09:27, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

22/08/2023, 15:19

SEI/UFG - 3956487 - Ata de Defesa de Tese



Documento assinado eletronicamente por **Marcelo Rodrigues Mendonça, Professor do Magistério Superior**, em 21/08/2023, às 09:58, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3956487** e o código CRC **D91925D9**.

Referência: Processo nº 23070.035108/2023-90

SEI nº 3956487

Para Edivirgem e Joel (*em memória*), que migraram do Nordeste em busca de melhores condições de vida. Para Angelita (*em memória*), Carlos, Raul e Carla, com quem compartilho refeições e memórias. Para Lara, minha companheira de geografia e de tantos momentos. Para Maria Geralda de Almeida, que me inspirou a viver a vida e o mundo cultural, por meio das geografias possíveis, impossíveis e inimagináveis.

AGRADECIMENTOS

Entendo agradecer como um ato de reconhecer quem auxiliou a tirar um projeto do papel e torná-lo realidade. Buscando ser justo com esse ato, eu teria de agradecer a tanta gente, lugares e situações que deixaria este texto piegas. Vou me ater então às pessoas com quem compartilhei a vida nesses últimos anos. Faço, portanto, uma breve exceção, pontuando de início todos(as) os(as) meus(minhas) professores(as) e, junto a eles(as), toda a rede técnica às vezes insuficiente e humana, sempre presente, que faz a educação acontecer. Sem o contínuo processo de educação e de ambientes favoráveis ao aprendizado, eu seria certamente outra pessoa, por isso a eles(as) meu eterno agradecimento e reconhecimento. Uma pena a educação em nosso país ainda ser um privilégio de poucos.

Agradeço inicialmente à minha querida Maria Geralda de Almeida, que nos deixou durante o processo de orientação desta pesquisa. Essa partida me paralisou por vários momentos, pois uma tese se estrutura muito do diálogo entre a base de orientação e os novos olhares de discentes em formação. Geralda é a cultura da Geografia. Geralda foi norte e amparou muitos pesquisadores pelo mundo. Como mulher astuta, sincera e combativa, revolucionou a pesquisa em seu tempo e deixou marcas eternas nas geografias que ainda estão por vir. Do povoado Fernão Dias (Brasília de Minas), em Minas Gerais, à *Université de Paris IV – Paris-Sorbonne*, sem desfocar de suas origens, suas raízes e o Brasil sertanejo, sabendo conversar com todos e todas sem perder o bom humor e a sagacidade. Obrigado por me ensinar a brigar e lutar pelo que acredito sem mágoas ou rancor. Obrigado por povoar de significado e sentido minha geografia e me inspirar a viajar. Sou grato por ter conseguido externar em vida o que representa para mim.

Agradeço também ao professor Denis Castilho, que foi suporte em muitos momentos, aceitando orientar meu primeiro trabalho de conclusão de curso na Geografia e os direcionamentos finais da tese. Obrigado por seu olhar atencioso, chamando atenção para o método no fazer geográfico. Seu papel não foi fácil nessa trajetória, ao mesmo tempo que lamentávamos juntos a partida de nossa amiga Geralda, você deu a mão, intercalando momentos de liberdade aos momentos de atenção pragmática e afetuosa.

No campo familiar, gostaria de agradecer a alguns núcleos importantíssimos à minha trajetória. Primeiramente meus avós, e especialmente minha família materna. Sem o olhar atencioso de vocês a todos os meus passos, muito do que conquistei ou não seria possível ou não teria sentido, minhas conquistas serão sempre nossas conquistas. Registro especialmente: avô Joel (em memória), minha mãe Angelita (em memória), avó Edivirgem (meu amor matriz), meu pai Carlos, meus irmãos Raul e Carla, meus tios João, Joél, Léia, Juarez e sua companheira Sheila, minha prima Bruna e minha afilhada Heloísa. Em nome de vocês agradeço aos outros membros da família, que entenderam, dentro do possível, minhas ausências para elaboração desta pesquisa.

Agradeço à minha companheira Lara, sem seu suporte e seu olhar atento buscando me entender em minha complexidade, de forma madura e respeitosa, essa trajetória teria sido muito mais desafiadora. Obrigado por me balançar e indicar caminhos, mesmo com tantos atravessamentos em nossas vidas pessoais e profissionais. Por você foi possível chegar também ao abraço acolhedor de Maria Lucia, Luciana e Mateus e nossa querida afilhada Júlia, um conforto diante dos tantos momentos difíceis da vida cotidiana.

Agradeço aos meus amigos de vida e colegas do cotidiano por serem a família que escolhi ter, por tornarem tudo mais afetuoso e por me fazerem rir e suportar as curvas que a vida dá. As amizades são os combustíveis mais potentes da vida, por isso tento sempre manter pessoas dos lugares em que vivi. Foram muito significativos os diálogos por telefone (em tempos de pandemia), os encontros em dias de sol, as refeições compartilhadas em dias de fome, as dicas de leituras e referências intelectuais importantes, os abraços em dias difíceis, os diálogos corriqueiros, banais, mas também os profundos e existenciais.

Obrigado por fazerem da vida a arte do encontro: Cláudia e Jéssica em Senador Canedo; Tila, Andrew, Bruna, Ádila e Julian na Alemanha; Lívia, Ester, Antenor, Adriano, Bruno Abdala, Bruno Carneiro, Lucas Kallil, Magno e Wilker, parceiros de profissão e de discussões acaloradas sobre espaço, sociedade, política e vivências; José Ataíde, Diogo, Mariana, Leonardo, Brandão, Ludmila e Jairo, amizades atemporais.

Por fim, deixo meu reconhecimento em forma de agradecimento:

Ao Programa de Pós-Graduação em Geografia do Instituto de Estudos Socioambientais da Universidade Federal de Goiás. Cito Adriano e Charles representando o IESA, me referindo a todo o quadro humano necessário para que ele exista, ou seja, o conjunto de trabalhadores técnicos, pesquisadores e professores que diariamente fazem Geografia no Cerrado e, assim, transformam vidas de forma potente e desafiadora.

À banca do Exame de Qualificação, especialmente os professores Eguimar Felício Chaveiro e Sônia Maria de Meneses Silva, que não mediram esforços e dedicaram seu tempo, oferecendo contribuições fundamentais ao desenvolvimento desta pesquisa. Ao professor Eguimar pelo apoio em momentos importantes da graduação ao mestrado, sempre rodeados pelas geografias plurais, incluindo nossos primeiros diálogos sobre os alimentos e o espaço. E a professora Sônia, tão entusiasmada para falar de Geografia e Alimentação, pela animação constante e por levar consigo a força do Nordeste.

Registro também o agradecimento aos professores Marcelo Mendonça, pelos diálogos profundos, pela postura combativa na política institucional e em sala de aula, sem perder o afeto. E ao professor Fernando Sobrinho, que gentilmente aceitou participar da banca e por sempre facilitar os diálogos das geografias no entremetrópoles Goiânia e Brasília.

À Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG) pela bolsa de estudos, muito importante para os trabalhos de campo, as visitas técnicas e as aquisições de livros, bem como pelos apoios técnicos a esta pesquisa. Agradeço especialmente as queridas professoras Noemi Fratini e Luciana Buffalo, que me receberam tão bem durante o estágio doutoral realizado na *Universidad Nacional de Córdoba* (Argentina) por meio do edital da Secretaria de Relações Internacionais.

Ao Laboratório de Estudos e Pesquisas das Dinâmicas Territoriais (LABOTER), especialmente os colegas do grupo de estudos e pesquisas em Geografia Cultural, pelas trocas de experiências e pelos anos de leitura até mesmo durante a pandemia.

À Prefeitura Municipal de Goiânia pela licença parcial concedida nos dois últimos anos. Deixo também um agradecimento aos meus colegas professores na Educação Básica, em especial os meus queridos estudantes, que me desafiam

diariamente a ser um ser humano e um profissional melhor. A contribuição de vocês me dá novos sentidos à vida, por vocês eu tento fazer uma educação pública e gratuita de qualidade.

A todas as pessoas que participaram diretamente desta pesquisa, como entrevistados(as), cooperados(as), brasileiros(as) morando no exterior, bem como todas as pessoas que ocuparam espaços de gestão que facilitaram meu acesso a dados e documentos fundamentais ao desenvolvimento desta pesquisa.

Agradeço especialmente a todos os trabalhadores e trabalhadoras do nosso país, que constroem, diariamente e a partir de dificuldades diversas, o que chamamos de Brasil.

“(...) As mudanças de alimentação são mais importantes do que as mudanças de dinastia ou mesmo de religião.” ²

(**George Orwell**, O caminho para Wigan Pier, 1937)

² Tradução nossa, a partir do trecho completo original: “A human being is primarily a bag for putting food into; the other functions and faculties may be more godlike, but in point of time they come afterwards. A man dies and is buried, and all his words and actions are forgotten, but the food he has eaten lives after him in the sound or rotten bones of his children. I think it could be plausibly argued that changes of diet are more important than changes of dynasty or even of religion.”

(*The Road to Wigan Pier*, George Orwell, 1937).

DA MODERNIZAÇÃO À GLOBALIZAÇÃO ALIMENTAR: o local e o global na Região Metropolitana de Goiânia

RESUMO

O processo de globalização das culturas alimentares avança sobre os territórios da Região Metropolitana de Goiânia (RMG) de forma contundente. Nesse sentido, propõe-se discutir as densas e complexas relações entre os contextos locais, regionais e globais relacionados à intensificação das influências estrangeiras nas produções, nos hábitos e nas culturas alimentares do povo goiano. Para tanto, avaliamos elementos como: o papel do Estado na modernização da agricultura, o mapeamento dos desafios de se alimentar na metrópole, a discussão sobre os caminhos e perspectivas da globalização e suas influências nas paisagens urbanas, a espetacularização do ato de comer e as noções de patrimônio alimentar. Enquanto entendemos o papel da indústria da alimentação e suas recorrentes estratégias de adestramento do paladar e dominação de culinárias regionais via indústria cultural, verificamos o impacto dos principais discursos e práticas alimentares modernos em diálogo com a perspectiva cultural crítica na Geografia. A metodologia da pesquisa envolveu questionários, entrevistas semiestruturadas, trabalhos de campo na RMG, observação participante em festivais de alimentação, revisões teóricas e análise crítica do tema, dialogando principalmente com o conceito de território. O delineamento da tese aponta que a comida é um elemento cultural importante das sociedades e que existe em curso um exercício de poder via apropriação dos hábitos e culturas alimentares devido aos contornos atuais da globalização que avança sobre as comidas e os significados que os sujeitos atribuem a elas. Nesse processo, a indústria da alimentação e as redes de *fast food* ocupam de forma crescente os espaços de refeições da vida moderna, empurrando as receitas tradicionais, os hábitos alimentares, os ingredientes locais e os momentos significativos dos sujeitos com a comida para segundo plano, ou apenas para dias específicos de ritos ocasionais, alcançando pessoas de todas as idades e classes sociais, no campo e nas cidades, especialmente nas metrópoles. Verificamos uma tentativa constante de apropriação de culturas alimentares em que territórios menos fortalecidos de seus elementos singulares ficam mais vulneráveis aos impactos da globalização. Com este estudo, buscamos contribuir com a estruturação do conceito de globalização alimentar ao notar que esse fenômeno tem alterado a forma como as sociedades e os órgãos oficiais da memória e da legislação organizam nossos patrimônios alimentares ancestrais. Frente a isso, defendemos o fortalecimento da cultura alimentar local e regional a partir de novos olhares para os alimentos do Cerrado, em busca de práticas soberanas e que fortaleçam a agricultura familiar e ampliem a possibilidade de o estado de Goiás produzir alimentos diversos para além da monocultura em curso. Entendemos que os produtores de alimentos organizados em cooperativas, quando cientes de seu papel político e social, podem reivindicar outros rumos para políticas públicas agrícolas. Verificamos, ainda, que as Indicações Geográficas podem se apresentar como alternativas de organização social em prol da valorização de produções alimentícias mais conectadas com os sujeitos e as culturas locais.

Palavras-chave: Globalização e alimentação. Hábitos alimentares. Indústria cultural. Modernização. Patrimônio alimentar.

FROM MODERNIZATION TO FOOD GLOBALIZATION: the local and the global in the Metropolitan Region of Goiânia

ABSTRACT

The process of globalization of food cultures advances over the territories of the Metropolitan Region of Goiânia (RMG) in a forceful way. In this sense, it is proposed to discuss the dense and complex relationships between local, regional, and global contexts related to the intensification of foreign influences in the productions, habits, and food cultures of the people of Goiás. To this end, we evaluated elements such as: the role of the State in the modernization of agriculture, the mapping of the challenges of eating in the metropolis, the discussion about the paths and perspectives of globalization as well as its influences on urban landscapes, spectacularization of the act of eating, and the notions of food heritage. While we recognize the role of the food industry and its recurrent strategies of taste training and domination of regional cuisines via the cultural industry, we verify the impact of the main modern food discourses and practices in dialogue with the critical cultural perspective in Geography. The research methodology involved questionnaires, semi-structured interviews, fieldwork in the RMG, participant observation in food festivals, theoretical reviews, and critical analysis of the theme dialoguing mainly with the concept of territory. The outline of the thesis points out that food is an important cultural element of societies and that there is an ongoing exercise of power via the appropriation of eating habits and cultures that is almost irreversible, due to the current contours of globalization that advances over food and the meanings individuals attribute to them. In this process, the food industry and *fast-food* chains try to occupy the dining spaces of modern life, pushing traditional recipes, eating habits, local ingredients, and individuals' significant moments with food to the background, or just for specific days of occasional rites, reaching people of all ages and social classes, in the countryside and in the cities, but especially in the big cities. There is a constant attempt to appropriate food cultures, where territories that are less strengthened in terms of their unique elements are more vulnerable to the impacts of globalization. As research results, we seek to contribute to structuring the concept of food globalization by noting that this phenomenon has changed the way societies and official bodies of memory and legislation organize our ancestral food heritage. We defend the strengthening of local and regional food culture based on new perspectives on Cerrado foods, in search of sovereign practices that strengthen small producers and expand the possibility of the state of Goiás to produce different foods, in addition to the ongoing monoculture. We recognize that food producers organized in cooperatives, when aware of their political and social role, can claim other directions for agricultural public policies. It is also verified that the Geographical Indications can present themselves as alternatives to social organization and valorization of food production more connected with individuals and the local cultures.

Keywords: Cultural industry. Eating habits. Globalization and food. Food heritage. Modernization.

DE LA MODERNIZACIÓN A LA GLOBALIZACIÓN ALIMENTARIA: lo local y lo global en la Región Metropolitana de Goiânia

RESUMEN

El proceso de globalización de las culturas alimentarias avanza sobre los territorios de la Región Metropolitana de Goiânia (RMG) de manera contundente. En este sentido, se propone discutir las densas y complejas relaciones entre contextos locales, regionales y globales relacionadas con la intensificación de las influencias extranjeras en las producciones, hábitos y culturas alimentarias de la población de Goiás. Para ello, evaluamos elementos como: el papel del Estado en la modernización de la agricultura, el mapeo de los desafíos de comer en las metrópolis, la discusión sobre los caminos y perspectivas de la globalización y sus influencias en los paisajes urbanos, la espectacularización del acto de comer y las nociones de patrimonio alimentario. Si bien comprendemos el papel de la industria alimentaria y sus estrategias recurrentes de formación del gusto y dominación de las cocinas regionales a través de la industria cultural, verificamos el impacto de los principales discursos y prácticas alimentarias modernas en diálogo con la perspectiva cultural crítica en Geografía. La metodología de investigación involucró cuestionarios, entrevistas semiestructuradas, trabajo de campo de la RMG, observación participante en festivales gastronómicos, revisiones teóricas y análisis crítico del tema dialogando principalmente con lo concepto de territorio. El esquema de la tesis señala que la alimentación es un elemento cultural importante de las sociedades y que existe un ejercicio permanente de poder a través de la apropiación de hábitos alimentarios y culturas que es casi irreversible, debido a los contornos actuales de la globalización que avanza en torno a la alimentación. y los significados que los sujetos les atribuyen. En este proceso, la industria alimentaria y las cadenas de comida rápida intentan ocupar los espacios gastronómicos de la vida moderna, empujando a un segundo plano las recetas tradicionales, los hábitos alimentarios, los ingredientes locales y los momentos significativos de los sujetos con la comida, o solo para días puntuales de ritos ocasionales. , llegando a personas de todas las edades y clases sociales, en el campo y en las ciudades, especialmente en las grandes ciudades. Hay un constante intento de apropiación de las culturas alimentarias, donde los territorios menos fortalecidos en cuanto a sus singularidades son más vulnerables a los impactos de la globalización. Como resultados de la investigación, buscamos contribuir a la estructuración del concepto de globalización alimentaria al constatar que este fenómeno ha cambiado la forma en que las sociedades y los órganos oficiales de memoria y legislación organizan nuestro patrimonio alimentario ancestral. Defendemos el fortalecimiento de la cultura alimentaria local y regional a partir de nuevas perspectivas sobre la comida del Cerrado, en busca de prácticas soberanas que fortalezcan a los pequeños productores y amplíen la posibilidad del estado de Goiás de producir alimentos diferentes, además del monocultivo en curso. Entendemos que los productores de alimentos organizados en cooperativas, conscientes de su rol político y social, pueden reclamar otros rumbos para las políticas públicas agropecuarias. También se verifica que las Indicaciones Geográficas pueden presentarse como alternativas de organización social y valorización de las producciones alimentarias más vinculadas a los sujetos y la cultura local.

Palabras clave: Globalización y alimentación. Hábitos alimenticios. Industria cultural. Modernización. Patrimonio alimentario.

VON DER MODERNISIERUNG ZUR GLOBALISIERUNG DER ERNÄHRUNG: Das Lokale und Globale in der Metropolregion Goiânia

ZUSAMMENFASSUNG

Der Prozess der Globalisierung der Lebensmittelkulturen schreitet in den Gebieten der Metropolregion Goiânia (RMG) mit Nachdruck voran. In diesem Sinne wird vorgeschlagen, die dichten und komplexen Beziehungen zwischen lokalen, regionalen und globalen Kontexten im Zusammenhang mit der Intensivierung der ausländischen Einflüsse auf die Lebensmittelproduktionen, die Gewohnheiten und die Esskulturen der Menschen aus Goiás zu diskutieren. Zu diesem Zweck werden Elemente untersucht, wie: Die Rolle des Staates bei der Modernisierung der Landwirtschaft, die Kartierung der Ernährungsherausforderungen in der Metropole, die Diskussion über die Wege und Perspektiven der Globalisierung und ihre Einflüsse auf die städtischen Landschaften, die Spektakularisierung des Essens sowie die Begriffe des Lebensmittelerbes. Während wir die Rolle der Lebensmittelindustrie und ihre wiederkehrenden Strategien der Geschmacksbildung und der Beherrschung regionaler Küchen durch die Kulturindustrie verstehen, überprüfen wir die Auswirkungen der wichtigsten modernen Lebensmitteldiskurse und -praktiken im Dialog mit der kulturkritischen Perspektive der Geographie. Die Forschungsmethodik umfasste Fragebögen, halbstrukturierte Interviews, Feldforschung in der RMG, teilnehmende Beobachtung bei Essensfestivals, theoretische Überprüfungen und kritische Analysen des Themas, hauptsächlich im Dialog mit dem Konzept des Territoriums. Die Gliederung der Arbeit verdeutlicht, dass Essen ein wichtiges kulturelles Element von Gesellschaften ist und dass durch die Aneignung von Essensgewohnheiten und -kulturen eine fortlaufende Machtausübung stattfindet, die aufgrund der aktuellen Konturen der Globalisierung, die auf Lebensmittel und die Bedeutungen, die die Individuen ihnen zuschreiben, fortschreitet, nahezu irreversibel ist. In diesem Prozess versuchen die Lebensmittelindustrie und die *Fast-Food*-Ketten, die Essensräume des modernen Lebens zu besetzen und verdrängen dabei traditionelle Rezepte, Essgewohnheiten, lokale Zutaten sowie die bedeutsamen Momente der Menschen mit dem Essen in den Hintergrund oder nur für bestimmte Tage gelegentlicher Riten, die Menschen aller Altersgruppen und sozialer Schichten, auf dem Land und in den Städten, aber vor allem in den Metropolen erreichen. Es gibt einen ständigen Versuch, sich Esskulturen anzueignen, wobei die Gebiete, die weniger durch ihre einzigartigen Elemente gestärkt werden, anfälliger für die Auswirkungen der Globalisierung sind. Als Forschungsergebnisse wollen wir zur Strukturierung des Konzepts der Lebensmittelglobalisierung beitragen, indem wir feststellen, dass dieses Phänomen die Art und Weise verändert hat, wie Gesellschaften und offizielle Gedächtnisinstitutionen und Gesetzgebungsorgane unser angestammtes Lebensmittelerbe organisieren. Wir setzen uns für die Stärkung der lokalen und regionalen Esskultur ein, indem wir neue Perspektiven auf die Lebensmittel aus dem Cerrado eröffnen und nach souveränen Praktiken suchen, die die Kleinbauern unterstützen und die Möglichkeiten des Bundeslandes Goiás erweitern, jenseits der derzeitigen Monokultur vielfältige Lebensmittel zu produzieren. Wir vertreten den Standpunkt, dass die in Kooperativen organisierten Lebensmittelproduzenten, wenn sie sich ihrer politischen und sozialen Rolle bewusst sind, andere Richtungen für die Agrarpolitik einfordern können. Geographische Herkunftsbezeichnungen können ebenfalls als Alternativen für die soziale Organisation sowie die Aufwertung der Lebensmittelproduktion vorgestellt werden, die stärker mit den Individuen und den lokalen Kulturen verbunden sind.

Schlüsselwörter: Essgewohnheiten. Gastronomisches Erbe. Globalisierung der Lebensmittel. Kulturindustrie. Modernisierung.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Diferença no suporte ao Agronegócio e aos Alimentos Tradicionais do Cerrado	46
Figura 2 - Produção de soja em Goiás, 2017	48
Figura 3 - Produção de milho em Goiás, 2017	49
Figura 4 - Repercussões do Censo Agropecuário 2017 na mídia.....	54
Figura 5 - Cartograma da produção de mandioca (aipim, macaxeira) em Goiás por município, em toneladas (2017)	58
Figura 6 - Cartograma da produção de caju em Goiás por município, em toneladas (2017)	59
Figura 7 - Cartograma da produção de jabuticaba em Goiás por município	62
Figura 8 - Cartograma da ausência de produção de pitanga em Goiás.....	63
Figura 9 - Cartograma da produção de acerola com destaque para Luziânia (GO).....	64
Figura 10 - Cartograma da produção de goiaba no estado de Goiás por município	64
Figura 11 - Participação das microrregiões goianas na oferta de hortifruti - 2018	67
Figura 12 - Repercussão midiática da greve dos caminhoneiros 2018.....	68
Figura 13 - Evolução do financiamento à agricultura em Goiás (2000-2022)	74
Figura 14 - Histórico de comercialização de alimentos da CEASA (GO) - Quantidades.....	75
Figura 15 - Histórico de comercialização de alimentos da CEASA (GO) - Percentual.....	78
Figura 16 - População das principais Regiões Metropolitanas do Brasil (2019)	90
Figura 17 - Mapa – Região Metropolitana de Goiânia (1999-2018).....	99
Figura 18 - Histórico de formação territorial da RMG (1980-2018)	100
Figura 19 - PIB total por setor de atividade econômica na RMG (2000 e 2010)	101
Figura 20 - População e taxa de crescimento demográfico na RMG (2000-2010).....	104
Figura 21 - RMG junto ao contexto das regiões de influência em Goiás e no Brasil.....	106
Figura 22 - Principais redes de <i>fast food</i> presentes na RMG (2022)	110
Figura 23 - <i>McDonald's</i> e <i>Burger King</i> e estratégias de adesão em Bangkok (2020)	116
Figura 24 - Cartograma de territorialização do <i>McDonald's</i> por país e por tempo	117
Figura 25 - Drive-thru a cavalo, Goiânia - RMG (2018)	118
Figura 26 - Nuvem de palavras estrangeirização em nomes de estabelecimentos	127
Figura 27 - Estabelecimentos de alimentação em Bonfinópolis (RMG)	131
Figura 28 - Fases da globalização alimentar e principais produtos da indústria da alimentação	143
Figura 29 - Nestlé e a propaganda em tempos de guerra	146
Figura 30 - Nas Trincheiras ou no Lar - Nestlé e outra propaganda em tempos de guerra	147
Figura 31 - Obra de Pop Art <i>Latas de Sopa Campbell</i> , Artista Andy Warhol (1962)	148

Figura 32 - Anúncio de lançamento das sopas <i>Campbell's</i> no Brasil, datado de 1970	149
Figura 33 - Pilares da construção de culturas alimentares	150
Figura 34 - Propagandas da Nestlé no Brasil em 1970	152
Figura 35 - Marcas que dominam o mercado de produtos alimentícios no mundo	154
Figura 36 - Tendências de culturas alimentares estrangeiras na RMG	160
Figura 37 - Tradições e tendências de culturas alimentares na RMG	161
Figura 38 - Estratégias de marketing da indústria de bebidas na RMG	162
Figura 39 - Espacialização de estabelecimentos com comida internacional na RMG.....	164
Figura 40 - Principais estabelecimentos de comida regional na RMG	170
Figura 41 - Estabelecimento O Pit Dog – Brazilian Street Food em Porto, Portugal	173
Figura 42 - Feijoada brasileira em portais internacionais de notícias	174
Figura 43 - Projeções de identidades brasileiras em propagandas oficiais.....	175
Figura 44 - Caipirinha e Rio de Janeiro: o drink “exportável” e de forte difusão.....	175
Figura 45 - Em sua opinião, a comida brasileira no exterior	179
Figura 46 - Segurança alimentar de brasileiros em números percentuais (2021-2022)	190
Figura 47 - Segurança alimentar de brasileiros em números percentuais (2004-2020)	192
Figura 48 - Goiânia: Matrículas no Ensino Fundamental - Total (alunos) (2000-2022)	194
Figura 49 - Evento do <i>McDonald's</i> em ambiente escolar em Goiânia – RMG (2023)	201
Figura 50 - Lasanha (esquerda) e “Carbonara” (direita) servidos no Festival Gastronômico de Nova Veneza (GO) em 2023.....	213
Figura 51 - Símbolos de Nova Veneza durante o Festival Gastronômico.....	215
Figura 52 - Alterações nas paisagens de Nova Veneza impulsionadas pelo Festival Gastronômico (2018-2023)	215
Figura 53 - Pit Dogs em espaços de sociabilidade na RMG - alguns exemplos	235
Figura 54 - Sede da COOPERABS em Bela Vista de Goiás em foto aérea (2022)	240
Figura 55 - Imprensa local noticia a COOPERABS e a tentativa de IG (2022)	242
Figura 56 - Etapas de produção do Polvilho da Região do Cará, candidato a IG na RMG	248
Figura 57 - Recorte territorial para ser defendido como IG do Polvilho da Região do Cará em Bela Vista de Goiás (GO)	250
Figura 58 - Localização dos principais produtores de mandioca (Cooperados ou Não Cooperados) na Região do Cará - Bela vista de Goiás (GO).....	251
Figura 59 - Representação geográfica das áreas de origem e cultivo do milho (<i>Zea mays</i> L.)	258
Figura 60 - Esquema conceitual sobre globalização alimentar	268
Figura 61 - Esquema conceitual: da globalização alimentar à cultura alimentar	270

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Comida goiana e sua relação com os territórios estrangeiros	171
Quadro 2 - A comida brasileira é mais consumida no exterior por qual grupo de pessoas?	177
Quadro 3 - Quanto à capacidade de influenciar, como é vista a comida brasileira no exterior?.....	179
Quadro 4 - Em sua opinião, a intensificação do processo de globalização	180
Quadro 5 - Cardápios recorrentes em CMEIs da rede municipal de Goiânia (2017-2021)	196
Quadro 6 - Cardápios recorrentes em CMEIs da rede municipal de Goiânia (2017-2021)	199
Quadro 7 - Principais restaurantes fixos na cidade de Nova Veneza - Goiás	211
Quadro 8 - Frutos do Cerrado: época de frutificação e vegetação de ocorrência	262

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Produção Agrícola - mandioca - quantidade produzida (t)* por ano (2000-2021).....	57
Tabela 2 - Financiamento à agricultura e histórico da comercialização na CEASA-GO (2000-2021) .	76
Tabela 3 - População total na RMG em 2010 e 2020	103
Tabela 4 - Valores <i>per capita</i> do Programa Nacional de Alimentação Escolar.....	188
Tabela 5 - Delimitação proposta para a Indicação Geográfica da Região do Cará em Bela Vista de Goiás (GO).....	252

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABF	Associação Brasileira de Franchising
Abrasel	Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CEASA	Central de Abastecimento
CEI	Centro de Educação Infantil
CMEI	Centro Municipal de Educação Infantil
Conanda	Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente
CPI	Consumer Price Index
COOPERABS	Cooperativa Mista dos Pequenos Produtores de Polvilho e Derivados da Mandioca da Região do Cará
Cooperaçãofrão	Cooperativa de Produtores de Açafrão de Mara Rosa
DO	Denominação de Origem
DUDH	Declaração Universal dos Direitos Humanos
EBIA	Escala Brasileira de Insegurança Alimentar
ECAD	Escritório Central de Arrecadação e Distribuição
EMATER	Instituto de Assistência Técnica e Extensão Rural
Embrapa	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FAO	Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura
Fecomércio	Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Goiás
GIAHS	Sistemas de Patrimônio Agrícola Globalmente Importantes
GO	Goiás
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IESA	Instituto de Estudos Socioambientais
IF Goiano	Instituto Federal de Goiânia
IGs	Indicações Geográficas
IMB	Instituto Mauro Borges
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
Iphan	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional em Goiás
LDB	Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional
MAPA	Ministério da Agricultura e Pecuária
OMPI	Organização Mundial da Propriedade Intelectual
ONU	Organização das Nações Unidas
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos

PAM	Produção Agrícola Municipal
PANCs	Plantas Alimentícias Não Convencionais
PENSSAN	Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional
PEVS	Pesquisa da Extração Vegetal e Silvicultura
PIB	Produto Interno Bruto
PIDESC	Pacto Internacional de Direitos Econômicos, Sociais e Culturais
PL	Projeto de Lei
PPM	Pesquisa da Pecuária Municipal
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
POF	Pesquisa de Orçamentos Familiares
REGIC	Regiões de Influência das Cidades
RIDE	Região Integrada de Desenvolvimento
RM	Região Metropolitana
RMG	Região Metropolitana de Goiânia
Pronaf	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEDRMG	Secretaria de Estado de Desenvolvimento da Região Metropolitana de Goiânia
SINAC	Sistema Nacional de Centrais Abastecimento
UFG	Universidade Federal de Goiás
UTM	Universal Transversa de Mercator

SUMÁRIO

PRÓLOGO.....	19
INTRODUÇÃO.....	23
CAPÍTULO 1 - PERSPECTIVAS EM DISPUTA NA MODERNIZAÇÃO DA AGRICULTURA GOIANA: Como esperar a diversidade investindo em monocultura?	35
1.1 O contexto	38
1.2 A produção de alimentos em Goiás: monocultura como caminho	41
1.3 O uso do território: visões de mundo em disputa.....	44
1.4 Censo agropecuário: dados, poder e disputa de narrativas.....	51
1.5 Mapeando outras produções em Goiás e na RMG.....	55
1.6 Investimentos na produção de alimentos em Goiás: dados que revelam o distanciamento da conquista por soberania.....	71
CAPÍTULO 2 - REGIÃO METROPOLITANA DE GOIÂNIA: formação territorial, características e diferenças regionais dos espaços da alimentação	85
2.1 O urbano e as regiões metropolitanas: expressão ou supressão de singularidades?.....	89
2.2 Região Metropolitana de Goiânia: características e diferenças regionais.....	97
2.3 Fast Food e indústria cultural: relatos a partir da RMG.....	108
2.4 Um giro pelas toponímias da geografia da alimentação na RMG: ainda é possível mapear as origens?	123
CAPÍTULO 3 - GLOBALIZAÇÃO E METRÓPOLE: estruturando um debate sobre os caminhos da alimentação	134
3.1 Caminhos e perspectivas dos estudos sobre globalização: consumo, construção e reconstrução de culturas alimentares	137
3.2 Globalização e cultura alimentar: integrar, segregar ou combinar manifestações	155
3.3 Desdobramentos da globalização nas paisagens e estabelecimentos da RMG	159
3.4 A globalização vai à escola: desafios da alimentação escolar.....	183
3.5 A escola como lugar central em políticas alimentares de larga escala.....	187

CAPÍTULO - 4 AMBIVALÊNCIAS NAS CULTURAS ALIMENTARES DA RMG: espetacularização, patrimonialização e o Cerrado como campo das tradições	202
4.1 Festival Gastronômico de Nova Veneza.....	206
4.2 O uso político das identidades culturais: RMG e as valorizações específicas.....	207
4.3 Rupturas e seletividades: discurso e alterações nas paisagens impulsionadas pelo Festival Gastronômico de Nova Veneza.....	210
4.4 O patrimônio alimentar na RMG	220
4.5 Pit Dogs: um patrimônio alimentar controverso e potente	230
4.6 Indicações Geográficas: Produção e busca por singularidades na RMG	238
4.7. De volta ao Cerrado: maneiras de lidar com a globalização	254
 CONSIDERAÇÕES FINAIS: Pode colocar pequi? (EPÍLOGO)	 275
REFERÊNCIAS	280
ANEXO	296

PRÓLOGO

Para mim, a comida é uma janela para o mundo. Não sei se isso tem relação com minhas origens familiares que são nordestinas ou se é porque construí minha relação com o mundo comendo-o. Defendo que, para entender uma cultura, é preciso, antes de qualquer coisa, experimentá-la. Precisamos comer pelos espaços, territórios, paisagens, regiões e lugares respeitando-os e, também, rompendo algumas fronteiras. O fato de olhar o mundo a partir do que se come sempre me levou a situações bastante inusitadas e peculiares. Quando comemos com o outro, compartilhamos também parte de nossa sabedoria e vida, essas são conexões potentes. Cada convite para compartilhar a mesa é também compartilhar histórias, memórias, afetos e estreitar relações.

Nesse caminhar de vida, me deparei com algumas situações marcantes que me levaram a querer me aprofundar no entendimento das Geografias Alimentares. Certa vez, quando fui sair da minha cidade natal pela primeira vez na vida em direção a um outro país, em uma oportunidade de intercâmbio acadêmico, muitos familiares e amigos próximos me deram alguns alimentos, indicando que eu os colocasse na mochila antes de fechá-la por completo. Sem entender os motivos, obedeci.

Confesso que achei aquela situação inusitada: levar minha comida para a Alemanha? Por quê? No princípio, achei que seria exagero, mas, de fato, morando um ano fora, senti mais saudades de algumas comidas típicas do que de algumas pessoas. Nesse momento entendi que o que comemos faz parte do que somos. E é possível transportar um pouco de nossas matrizes culturais a partir dos pratos que compõem nossas refeições diárias. Era reconfortante tentar cozinhar, tão longe de casa, algo que me parecesse familiar.

A orientadora inicial desta pesquisa, a inesquecível Maria Geralda de Almeida, gostava de me colocar em situações bastante inusitadas, muitas vezes envolvendo comidas. Algumas vezes eram comidas que ela trazia de comunidades tradicionais, ou dos povos do Cerrado, e queria apresentar aos seus orientandos. Eram sucos, geleias, produtos artesanais, ingredientes inusitados, sabores marcantes da terra e afins. Não existe a possibilidade de não experimentar. Em jantares compartilhados, se ela tinha trazido algum alimento de longe, ela insistia com a ideia até não ser possível se negar a experimentar. Eu, já sabendo do seu perfil ao compartilhar mais

de uma década de vivências, encarava a insistência. Eu me jogava de cara. Ela gostava disso.

Certa vez, em trabalho de campo, na incansável necessidade de fazer todo mundo provar tudo, ela chegou a recomendar uma raiz que faria bem para os ovários até mesmo para um orientando do sexo masculino. Outra vez, me fez sair de Goiânia e caminhar por vários municípios ao redor, durante os trabalhos de campo, atrás de Jenipapo, porque, segundo ela, precisava melhorar a imunidade, as vitaminas e afins. De onde vinha, sempre voltava com umas sacolas cheias de frutas, incomodando alguém para recolher o que caía nos quintais por onde passava.

Eram muitos esses momentos de trocas não apenas quando vinha do sertão, mas também quando trouxe bicho-da-seda de uma viagem à Ásia e ofereceu aos amigos em um jantar. O fato de isso chocar ou deixar alguns convidados desnorteados era o que a deixava feliz, como quando, durante os trabalhos de campo para esta pesquisa, paramos num restaurante de “beira de estrada”, e ela me pediu para pegar bebidas da outra mesa só para ver minha reação e a capacidade de improviso minha e do garçom, que levou na brincadeira porque o astral dela carregava uma imunidade e um escudo que lhe permitiam romper com o cotidiano, e uma personalidade que a fazia conversar e transitar com as pessoas mais eruditas e, principalmente, com as mais simples que encontrávamos pelo caminho.

Foram muitos os encontros e desencontros explicados, em parte, pelos alimentos que compartilhei com tantas pessoas da minha vida. Minha memória certamente me trai; são momentos na infância, na juventude e na vida adulta. Marque-me, ao mesmo tempo que me deixa extremamente desconfortável, o fato de hoje, após gerações e gerações terem feito esforços ancestrais, eu poder escolher alimentos em um país tão injusto e marcado por desigualdades. A possibilidade de abundância ao lado de quem pouco ou nada tem me constrange e sempre me constrangerá. E esse foi um dos fatos mais difíceis de encarar na pesquisa.

Como eu poderia compreender, defender e encarar culturas alimentares, sendo que grande parte do Brasil não come? Como entender que a escassez também é um traço marcante de nossa cultura alimentar? Difícil engolir esse dissabor. Mas não podemos ignorar as marcas de nosso tempo.

Tento avançar lembrando que serei eternamente grato aos que me ajudaram a construir minha história, não tem como não registrar que ingressei no curso de doutorado na mesma Universidade Federal de Goiás (UFG) que meu avô materno Joel, anos atrás, ajudou a construir enquanto pedreiro. Como é simbólico poder subverter, em parte, as trajetórias registradas na canção “Cidadão”, do poeta baiano Lúcio Barbosa.

O trabalho de meu avô me remonta ainda a um diálogo que tive com ele sobre hábitos alimentares e modos de fazer da Bahia que ele nunca conseguiu tirar de sua personalidade. Um pouco veio de sua maneira apressada de comer por conta das marmitas dos trabalhadores, e outra parte foi adicionada à sua calma de pilar paçoca de carne seca e apreciar bastante os momentos em que finalmente podia escolher o que queria ou não queria comer.

Livros e receitas de culinária sempre fizeram parte da minha infância; minha mãe, que gostava muito de cozinhar, sempre fez da cozinha seu território afetivo. Quando me lembro da infância, sempre vem uma memória forte de compartilhar a mesa, de fazer mais comida porque sempre podia chegar mais um. Então entendo como natural eu também ter me interessado por essa temática na universidade; muitas vezes eu sublinhei nos textos que li pontos marcantes sobre nossa história e nossas formas de comer, desde a literatura até os textos acadêmicos.

Entendo como marcante também os diálogos que tive com pessoas de diferentes culturas e modos de ver a vida. Certa vez, um migrante internacional que estava em situação de ilegalidade saiu de Goiás com perspectivas de se fixar em Portugal. Nessas tentativas, ele trabalhou principalmente na construção civil. Ao narrar experiências difíceis de sua clandestinidade, contou sobre um momento em que os policiais portugueses chegaram a uma obra que estava sendo construída por vários migrantes por imaginarem que ali era um território em que poderiam encontrar pessoas em situação de ilegalidade ou irregularidade.

Durante a abordagem, o policial identificou uma série de coisas que pudessem confirmar que aqueles trabalhadores não eram “daquele lugar”. Muitos que já estavam nessa situação de ilegalidade há muitos anos conseguiam falar muito bem o idioma, conheciam parte da cultura portuguesa e conseguiam se sair bem nos interrogatórios sobre cultura, com perguntas sobre times de futebol e pontos turísticos. Mas tinha uma

coisa que complicava muito a vida dos migrantes em confronto com os policiais: o que se levava na mochila para comer durante os intervalos de construção da obra.

A marmita brasileira é a marmita brasileira. Talvez mais profundo que isso: a marmita do trabalhador migrante goiano é a marmita do trabalhador migrante goiano. Nenhum europeu iria levar arroz, feijão, bife, ovo e tomate para almoçar em hipótese alguma. A comida que traz força ao trabalhador da construção civil geralmente remete a algo da cultura desse trabalhador.

Não se troca, com muita facilidade, um bife e um prato feito por um pão com algum recheio europeu e vinhos. Então, ao abrir a mochila e identificar a comida que o trabalhador ilegal levava à obra, os policiais geralmente sabiam separar latinos, africanos, asiáticos dos europeus. Achei esse relato marcante, nossa comida realmente nos revela, por isso transformações que ocorrem em nossa fase é algo com o que devemos nos preocupar.

Algumas inquietações ficam como convite para a leitura desta pesquisa, quando podemos refletir coletivamente não apenas sobre as mudanças, mas sobre que tipo de agentes as estão orquestrando. Que tipo de estruturas estão sedimentando os antigos e novos padrões via atuação de uma indústria cultural alimentar. E por que razões em Goiânia e Região Metropolitana estamos incorporando uma série de culinárias, hábitos alimentares e padrões de outros países se, quando viajamos a esses outros espaços além de nossa terra, não vemos nossa cultura alimentar representada. Essa assimetria é um ponto central da análise que segue.

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa se dedica ao estudo dos alimentos enquanto componentes culturais importantes das sociedades. Compreendemos que os ingredientes, as receitas e os produtos alimentícios se territorializam de formas peculiares e que seu estudo, a partir da Geografia, pode trazer importantes contribuições para a compreensão da maneira como a sociedade organiza sua história, sua memória, suas identidades e suas formas de construir cultura.

Poulain (2017, p. 201) afirma: “comer é incorporar um território”; partindo desse pressuposto, gostaríamos de chegar a outros lugares, pois a construção do gosto é também política e feita tanto por sujeitos quanto por instituições. As pessoas, individualmente, em coletividade ou por meio de instituições, se organizam estrategicamente na tentativa de reproduzir culinárias ou criar novos produtos alimentícios ou receitas, participando direta ou indiretamente das construções das dietas modernas. Uma questão inicial salta: onde e por que comemos o que comemos? O que há de local e de global em nossas escolhas ou situações alimentares cotidianas?

Bessis (1995, p. 10) estudou a importância da interpretação dos alimentos na construção de identidades espacialmente localizadas quando afirma: “dize-me o que comes e te direi qual deus adoras, sob qual latitude vives, de qual cultura nascestes e em qual grupo social te inclui”, demonstrando uma clara relação entre o que se come e religiosidade, cultura, grupo social, entre outros aspectos. A pesquisadora verifica ainda que a leitura da cozinha pode ser um caminho revelador da identidade dos povos.

Orwell (2010) analisa de forma bem crítica as relações entre a metrópole imperial britânica e suas colônias na Ásia, indicando que, no sistema capitalista, para que a Inglaterra possa viver em relativo conforto, 100 milhões de indianos têm de viver à beira da inanição, demonstrando desde os primeiros passos da industrialização várias contradições que se arrastaram pelos territórios e pela história.

Ainda na obra *O caminho para Wigan Pier*, publicada originalmente em 1937, Orwell afirma que, quando um ser humano é enterrado, todas as suas palavras e ações são esquecidas, porém “[...] a comida que ele comeu continua vivendo nos

ossos de seus filhos, sejam saudáveis ou podres. As mudanças de alimentação são mais importantes do que as mudanças de dinastia, ou mesmo de religião” (ORWELL, 2010, p. 64), demonstrando, com isso, uma relação bem pertinente entre a comida e seu lastro com a história da humanidade, se aprofundando bastante nos significados do que comemos, além do campo nutricional, e alertando que o campo nutricional também é político, material e histórico.

Dentre as diversas formas de expressão das desigualdades sociais, a alimentação é uma das maneiras mais cruéis de perceber que, mesmo diante da alta produção alimentar, uma grande parte dos sujeitos não pode, simplesmente, escolher o que quer comer. E, mesmo os que escolhem, escolhem a partir de opções disponíveis em uma dada realidade – o que parece uma “escolha” na maioria das vezes já foi pré-selecionado ou orquestrado para ser possibilidade por quem domina as grandes redes de alimentos (no plano global); por outro lado, as escolhas alimentares locais normalmente representam uma síntese do que resistiu ou persistiu de nossas formas passadas e tradicionais de comer.

Quais são os principais conflitos e imperativos da crescente territorialização dos mercados alimentares globais nas grandes cidades? Essa outra questão também se relaciona com o desencadeamento dos efeitos da globalização no território das cidades, pois se relacionam com a forma como comemos, atravessam as paisagens e lapidam nossas noções sobre nosso patrimônio alimentar.

O imperativo da globalização alimentar tende a sobrepor ou sufocar as culturas alimentares locais. Essa sobreposição é bastante emblemática em regiões metropolitanas como a RMG. Mas há alternativas se estruturando com certa contraposição. São ações ainda tímidas, mas existentes, a exemplo de organizações de base, cooperativismo e produções locais de alimentos, além de um processo de valorização de comidas tradicionais, receitas ancestrais e tentativas de pensar nos patrimônios alimentares a partir da valorização dos biomas.

Dentre as várias dinâmicas de uma metrópole, a comida e os produtos alimentícios sem dúvidas estão dentro do jogo geopolítico. Dominar o que se come é, em síntese, dominar a sociedade. Nesse contexto, forças locais e forças globais se chocam de forma cada vez mais frequente. Em tempos de globalização acelerada, esse choque local-global no caso dos alimentos tem se transformado em situações de

dominação das formas e dos produtos alimentares “globais” sobre os “locais” – o que é vendido como um diálogo de culturas alimentares muitas vezes significa a imposição de uma forma de comer sobre outra.

Esta pesquisa percorre os caminhos que nos trouxeram aos estabelecimentos e às culturas alimentares atuais em Goiás e na RMG por meio de uma trajetória não somente cartográfica, que abrange a localização e expansão das multinacionais do ramo alimentício, mas também pela compreensão das estratégias dessas empresas em construir novos sabores, paladares e, por fim, novos gostos, muitas vezes ancorados na massificação midiática de seus produtos alimentícios.

Faz-se necessário analisar também as formas de resistência a essas estratégias ou de persistência delas, elucidando processos de apropriação que vão das constantes tentativas de padronização e domínio de nossas receitas ancestrais até mesmo a substituição de ingredientes e culturas alimentares de base.

No bojo desse processo, empresas globais do ramo alimentício têm conseguido promover uma distorção perigosa: distorcer sensações de pertencimento e familiaridade ao que é industrial, participando das principais refeições, ritos e memórias vinculadas aos alimentos. E, por outro lado, fazendo com que os sujeitos entendam suas culturas alimentares e seus biomas e circuitos curtos de acesso ao alimento como algo “exótico” ou alheio ao cotidiano. Trata-se de uma controvérsia da modernidade que precisa ser compreendida.

No sentido desses dois processos, entendemos como relevante a entrada do “fordismo” nos processos alimentares urbanos e metropolitanos, ou seja, a “*McDonaldização*”, ao tangenciar esse conceito e as estratégias discursivas dela engendradas nas paisagens. Com isso, pretendemos avançar na perspectiva espacial da análise para propor uma abordagem geográfica cultural desses processos tão comuns em nosso tempo e, principalmente, verificar como eles ocorrem na RMG, com suas especificidades e particularidades.

Ritzer (2004) aponta a indústria do *fast food* como marco da mudança de padrões alimentares modernos. Esses padrões se iniciam na aceleração das formas de se produzir alimentos, mas também alcançam o consumo. A territorialização de redes globais de alimentos altera as paisagens e, por consequência, as vivências principalmente urbanas e metropolitanas. Além de oferecer uma forma de comer que

muitas vezes se torna a “solução” para o curto tempo de refeição de muitos(as) trabalhadores(as), influencia muitos pequenos mercados de alimentos locais – que tentam “imitar” o formato dominante devido ao “sucesso de vendas” por amparo midiático.

Em nossa interpretação, o elemento-chave que tem alterado profundamente todas as formas de comer na modernidade é o fenômeno não recente, mas contundente, da Globalização e seu conjunto técnico-científico-informacional. O estudo desse fenômeno é complexo por abranger tanto a materialidade quanto a imaterialidade do território. O avanço da globalização nos apresenta um mundo, por um lado, cada vez mais conectado e atravessado por redes, mas, também, cada vez mais desigual, como ponderam Soja (1993) e Smith (1988). Acerca desse conceito em si, Santos (2000, 2002) afirmou que a globalização não necessariamente torna os lugares homogêneos, mas sim os segrega e os torna bastante diferentes.

A tese em questão seleciona uma metrópole (Região Metropolitana de Goiânia – RMG) na tentativa de compreender a estratégia e forma de agir de grandes empresas do ramo alimentício, suas expansões territoriais e novas formas de agir, influenciando patrimônios alimentares locais e secundarizando ingredientes, culinárias e culturas alimentares basilares. Mapeamos ainda os possíveis cenários de resistências ou persistências locais por meio do cooperativismo e uma proposta de retorno ao Cerrado como bioma a ser interpretado e vivenciado de forma mais integrada à sociedade, inclusive do ponto de vista do que é ou pode ser comestível.

Para análise selecionamos uma região metropolitana brasileira relativamente recente, criada pela Lei Complementar nº 27, de 30 de dezembro de 1999, com alteração a partir da Lei Complementar nº 78, de 25 de março de 2010, mas que, apesar ter se formado há pouco mais de duas décadas, já expressa muito do que o processo de globalização promove nas formas de se alimentar nas cidades, um fenômeno que também ocorre em outras metrópoles brasileiras e mundiais. Para entender as principais tendências nos estabelecimentos de alimentação da RMG, nos dedicamos à compreensão dos principais elementos da modernização agrícola, principalmente a partir da década de 1970, com análise de investimentos e do papel do estado na estruturação das bases que ainda norteiam a produção goiana.

Na Região Metropolitana de Goiânia, destaca-se enquanto temática relevante para o estudo da alimentação o fato de contar com Goiânia, uma das capitais mais desiguais do mundo – isso repercute na alimentação porque, diante de um cenário com muitas pessoas com baixo poder aquisitivo e renda, poucas vezes a população possui capacidade de escolha de sua comida.

Por mais contraditório que possa parecer a algumas análises, o estado de Goiás, onde essa RMG se localiza, é um estado internacionalmente conhecido pelo agronegócio e pela produção de produtos alimentícios voltados principalmente à exportação – uma interpretação da cultura dos alimentos pode revelar que nem sempre produzir significa consumir (sobretudo quando a produção é pensada para exportação).

Na RMG, se faz presente uma constante disputa entre as formas de comer globalizadas e as formas tradicionais, uma disputa desigual. Por se tratar de uma cidade com forte diálogo local-global, diversos elementos culturais da globalização se fazem presentes na paisagem e são materializadas nos territórios, o que pode render importantes interpretações.

Pretendemos compreender a influência da globalização desde o mencionado processo de modernização agrícola da década de 1970 até a análise dos espaços de alimentação hodiernamente. Entendemos também que a aceleração do processo de digitalização da sociedade, bastante influenciada pela pandemia de Covid-19 e pela inserção de aplicativos para diversas atividades, entre elas a compra de alimentos, será outro marco da globalização que precisará ser analisado em agendas de pesquisa futuras.

Entendemos que o uso dos aplicativos tem alterado diversas dinâmicas da vida moderna não apenas na forma de comprar comida, mas também na forma de viver principalmente em metrópoles; isso evidencia que o recente processo de “uberização da vida” já é real e precisa ser melhor compreendido por promover mudanças rápidas e substanciais na vida das pessoas.

Quanto às etapas e aos instrumentos metodológicos, a pesquisa estrutura-se da seguinte forma:

- Leitura e fichamento de artigos científicos e jornalísticos, livros, dissertações e teses sobre as temáticas correlatas aos estudos propostos. Entende-se como necessária a organização de materiais dentro da Geografia e, posteriormente, em ciências que também estudam os alimentos a partir da perspectiva cultural, tais como Antropologia, Nutrição, Sociologia e afins;
- Levantamento e organização de dados sobre a expansão de *fast foods* e redes multinacionais de alimentos na Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), bem como análise das transformações do perfil de consumo de alimentos disponibilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), pelo Instituto Mauro Borges (IMB), pelo Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e pela Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (PENSSAN).
- Trabalho de campo para entrevistas³ com lideranças de sindicatos e/ou grupos de gestores de restaurantes, produtores e consumidores de alimentos, com destaque para a ABRASEL, a CEASA (GO) e pontos focais, passando por todos os municípios da RMG, o que inclui gestores públicos que organizam cardápios da alimentação escolar, brasileiros e goianos que moram no exterior⁴, para analisar a relação deles com os estabelecimentos de alimentação, gestores de restaurantes com comida goiana⁵, entre outros que nos auxiliem a mapear e organizar as principais tradições e tendências dos espaços de alimentação na RMG.
- Estudo das estratégias midiáticas (tanto da mídia tradicional quanto dos aplicativos de comida) como forma de construir novos hábitos alimentares por meio de análise de discursos em propagandas, sobretudo de empresas e multinacionais mais presentes no território goiano;
- Mapeamento⁶ das redes de alimentos (locais, nacionais ou globais) para posterior análise de suas possíveis influências em hábitos alimentares e transformações da comida local. Durante a observação das paisagens e da lógica de expansão das redes de alimentos, pretende-se também dialogar com consumidores e produtores de alimentos, estabelecendo uma relação de observação com o espaço enquanto pesquisador participante, em diálogo com a proposta de Brandão (1988) e a concepção de deriva de Debord (1958), analisando os dados em interação com autores da geografia cultural crítica e da geografia agrária brasileira, mencionados ao longo dos capítulos.

³ Foram realizadas cerca de 40 entrevistas com gestores públicos e lideranças sindicais/socais dos 21 municípios da RMG.

⁴ O questionário foi aplicado para 50 brasileiros (especialmente goianos) residentes no exterior no momento da pesquisa, buscando diversidade de cor, gênero, idade e renda.

⁵ Foram entrevistados gestores ou donos de 12 restaurantes com comida goiana, a 6 respostas mais significativas foram apresentadas em forma de quadro no Capítulo 3 (Página 171 e 172).

⁶ Os mapas foram elaborados com base em trabalhos de campo, dados secundários do Google Earth e finalização em *Arcgis* e programas de edição de imagem.

- Análise da estrutura temática e das formas de organização de Festivais Gastronômicos e da Indicação Geográfica em curso na Região Metropolitana de Goiânia, com o objetivo de identificar suas principais influências e se são voltados à cultura local ou de outros lugares, em uma perspectiva de compreender movimentos de cooperativismo como defesa de alimentos singulares e capazes de fortalecer os territórios para que, em um futuro, possamos dar novos passos e conseguir pensar em patrimônios alimentares mais próximos ao Cerrado.

Ao percorrer esses passos, pretendemos compreender os impactos, conflitos e conexões local-regional-global da globalização alimentar e suas relações com os patrimônios e culturas alimentares na Região Metropolitana de Goiânia (RMG).

ABORDAGEM

A delimitação de conceitos e aportes teóricos que estruturam esta pesquisa leva em conta conceitos como indústria cultural, em Ortiz (1988) e Adorno (2002), e as mudanças na cultura influenciadas pela globalização, em Claval (1999, 2009), Harvey (1989) e Santos (1994, 2017). Pretendemos analisar o território em diálogo com as propostas culturais críticas dos autores mencionados, particularizando as análises ao levar nosso enfoque para as culturas alimentares.

Nesse sentido, pretendemos dialogar com Adorno (1975) na discussão acerca de mídia e construção cultural; e, enquanto aportes na Geografia, sobretudo com relação aos efeitos da globalização, com Santos (1999) e Haesbaert (1998). Já no tocante a teorias sobre o poder, a análise dialoga com a perspectiva de Foucault (1979, 1999) e Castells (1996).

Como os autores em questão não analisam necessariamente a relação da cultura com os alimentos, será necessário ter cautela com comparações diante da análise proposta. Entendemos como possível o diálogo com tais aportes teóricos porque almejamos a compreensão da atuação das redes globais de alimentos e das estruturas que provocam mudanças culturais por meio da construção de novos hábitos alimentares, sobretudo em metrópoles.

Por meio de uma abordagem cultural crítica da Geografia, serão analisadas as estratégias de territorialização das grandes redes globais de alimentos e suas influências na comida local. Tal territorialização de estabelecimentos estrangeiros de alimentos geralmente propõe uma “padronização” das formas de comer, em

comparação com os pequenos restaurantes (nacionais, regionais ou internacionais), que desorganizam não somente os hábitos alimentares, mas alcançam também a noção de cultura alimentar e as legislações de patrimônios alimentares dos sujeitos, das instituições de ensino (como escolas públicas), do poder legislativo (na aprovação de leis) e até mesmo de instituições que lidam com o patrimônio quando não se encontram muitos registros dos patrimônios alimentares locais.

Ao se deparar com um momento de intensas transformações e a atuação massiva da indústria da alimentação e suas estratégias midiáticas ramificadas que chegam a modificar paisagens, territórios e culturas, verificamos a necessidade de mapear e analisar as possíveis influências nas identidades e formas de comer em um ambiente metropolitano, que, normalmente, por possuir o território mais cosmopolita e, por consequência, aberto ao mundo, é também mais passível de interferência de grandes redes de alimentos que visam o mercado consumidor.

PROBLEMATIZAÇÃO E DELINEAMENTO DA TESE

A globalização alimentar é entendida neste estudo como o processo de transformação das culturas alimentares por meio das indústrias da alimentação e seus projetos de padronização dos hábitos. Tal processo tende a pressionar, secundarizar e se apropriar de elementos locais até que possa substituí-los. Esse processo, além de dilacerar o cotidiano, tem alterado a forma como grupos e sujeitos sociais pensam e significam seus patrimônios alimentares.

A globalização alimentar é a evidência do imperativo do sistema de mercado: comida como consumo. Revela também a força das redes e dos grupos corporativos (indústrias produtoras de alimento) na transformação das culturas alimentares – especialmente em regiões metropolitanas –, que alcançam desde as mudanças no campo, com a produção moderna de alimentos, até as paisagens urbanas, com estabelecimentos de alimentação e suas tendências neoliberais advindas do processo de financeirização até mesmo de hábitos alimentares.

Esse processo tem influenciado inclusive as noções de patrimônios alimentares tanto no sentido prático, quando sujeitos passam a não reconhecer suas comidas e culinárias ancestrais como partes de suas culturas, até o caráter institucional legal, quando se aprovam legislações que versam sobre a cultura alimentar local em

discordância com o contexto local porque as práticas alimentares também foram modificadas. Tem se mostrado difícil romper com esse caminho porque até mesmo as forças de resistência, tais como cooperativas ou a produção de alimentos via agricultura familiar, não recebem o significativo respaldo de investimentos do Estado – visto que, ao invés de ser um poder regulador, se mostra com as políticas públicas como parte estruturante do mercado alimento-*commodity*.

As grandes multinacionais da indústria do alimento se unem a estratégias de transformações via indústria cultural e se tornam tão fortes e potentes que, ao se entender a força da resistência e do contradiscurso hegemônico, têm se alinhado no sentido de incorporar e até mesmo patrocinar as vozes e os discursos dissidentes para que eles sejam parte de suas organizações e não pontos capazes de romper com estruturas já orquestradas.

A princípio, observamos uma mudança estrutural considerável nas formas de comer em cidades médias e principalmente em cidades grandes. Apesar de os principais debates sobre isso terem um viés mais econômico e dizerem mais sobre as redes técnicas, conforme afirmam Nützenadel e Trentman, os alimentos sempre estiveram relacionados com essa discussão:

Os mercados alimentares foram os primeiros a tornar-se mundialmente integrados, ligando áreas e culturas distintas do mundo. Não houve área em que as interações entre a troca global e práticas locais tenham sido tão discerníveis como nas culturas alimentares em mudança. [...] O consumo de alimentos desempenha um papel crucial na construção das identidades locais e nacionais e no autoconhecimento em mudança dos grupos sociais, dos emigrantes e das comunidades étnicas (2008, p. 1).

Os autores afirmam ainda que o papel da alimentação, bem como das identidades vinculadas a ela, muitas vezes foi marginalizado ou suprimido por leituras hegemônicas que priorizaram o papel das comunicações e do setor financeiro conectado por redes digitais.

Apesar de não existir um consenso sobre o início desse processo de globalização – alguns consideram as grandes navegações como marco e outros a consolidação dos meios técnicos e informacionais –, dialogaremos novamente com

Santos (2002, p. 17) quando o autor afirma que “o local é cada vez mais o outro lado do global” e o “global é cada vez mais o outro lado do local”.

A globalização se configura sob a forma do que o autor chama de “localismo globalizado” (países centrais) e de “globalismo localizado” (países periféricos). Ao analisarmos o papel da rede de restaurantes globais e sua influência nas culturas alimentares locais, é provável que observaremos tentativas de resistência e de domínio dos países centrais sobre os países periféricos. Sobre essas duas formas, Santos afirma ainda que “A primeira forma corresponde ao processo pelo qual determinado fenômeno local, oriundo dos países centrais, se globaliza. A segunda forma diz respeito aos efeitos, em geral desestruturantes, produzidos no local pela globalização hegemônica” (2002, p. 71).

No campo da alimentação, fazem parte da revisão bibliográfica autores como Poulain (2005, p. 224), que faz uma afirmação emblemática: “comer é incorporar um território”. Esse vínculo entre as relações de alimentação e os territórios interessa bastante a esta pesquisa.

Tais contribuições dialogam ainda com Souza (1957), que declara ser uma verdade incontestada que não somente grupos étnicos, mas também certas nações e países, são definidos ou, se quiserem, parcialmente definidos, por sua alimentação corrente. O autor destaca ainda que “[...] por certas e determinadas iguarias preponderantes na alimentação de suas gentes ou características de suas cozinhas. Sabem todos quem são os comedores de pão, os bebedores de cerveja, os comedores de arroz e os bebedores de chá ou de mate” (SOUZA, 1957, p. 12-13).

Ainda sobre essa temática em estudos geográficos, Claval assinalou:

Alimentar-se, beber e comer: não há terreno de análise mais fascinante para os geógrafos. As relações ecológicas dos homens com seu ambiente exprimem-se diretamente nos consumos alimentares: os grãos, os legumes, as frutas, a carne e os laticínios vêm de terras cultivadas ou de pastagens; a colheita traz os cogumelos e certas plantas utilizadas para aromatizar a cozinha; o peixe e a caça resultam da apropriação efetuada na fauna natural (1999, p. 255).

Nas possibilidades exibidas, fica registrado que o comer e o beber possuem vínculos espaciais que carecem de investigações. Quando Claval cita a relação entre

os alimentos e a apropriação da natureza e, em seguida, acrescenta particularidades da cozinha, verificamos claramente que o espaço geográfico pode ser e tem sido explicado a partir do paladar. O trecho em questão serve ainda como um convite a pesquisadores que se interessam pela temática.

Na linha de aproximação entre comida e cultura, além de Claval, pesquisadores de outras áreas do conhecimento, tais como História, Sociologia e Antropologia, igualmente têm construído contribuições primorosas acerca da relevância cultural, política e social dos alimentos e dos sistemas que os cercam – sendo possível avançar ainda com a dimensão territorial em futuras análises. Este pode ser um dos papéis e contribuições da Geografia aos estudos alimentares: a análise dos fenômenos espaciais das mudanças na alimentação no mundo moderno.

Montanari (20019) salienta que “bem mais do que a palavra, a comida auxilia na intermediação entre culturas diferentes, abrindo os sistemas culinários a todas as formas de invenções, cruzamentos e contaminações” (2009, p. 11). Nesse sentido, o autor alerta sobre as possibilidades de diálogos entre culturas por meio da alimentação, mas também de problemas como contaminações e afins. Essa ampliação das noções acerca dos alimentos e da possibilidade de considerar a cozinha até mesmo como uma linguagem, proposta por Montanari (2009), pode auxiliar na compreensão dos sujeitos e de suas identidades territoriais.

Esses dados iniciais nos motivaram a estudar essa cidade, pois nela se expressa e avança o fenômeno da globalização – com impactos significativos nas formas de comer. Dentro do contexto metropolitano em Goiânia e região, nota-se a efetivação de um festival gastronômico que acontece sazonalmente e que se baseia na mercantilização da cultura alimentar italiana.

Cabe destacar que Nova Veneza possui relação com a imigração italiana, já que uma parte da cultura e da formação da cidade remonta ao período da migração italiana em Goiás. Esse componente identitário, aliado a estratégias de *marketing*, fez com que a cidade estruturasse um dos festivais gastronômicos italianos com maior recepção de turistas no Brasil.

Isso evidencia que inclusive os aspectos culturais e identitários de pequenos grupos, sobretudo os vinculados à alimentação, também podem se transformar em dinheiro ou em barganhas por poder – quando impulsionados com estratégias

políticas e financeiras. Essas evidências na região metropolitana selecionada para estudo demonstram as várias facetas que a globalização e a alimentação podem representar no espaço e ainda as conexões possíveis entre territórios mediados pelo meio técnico-científico-informacional e as alterações nas formas de comer.

A problematização exposta questiona o apelo de aspectos culturais envoltos na alimentação como possibilidade de espetacularização de uma cidade (como no caso de Nova Veneza) – como afirma Debord (1997), o espetáculo é uma condição *sine qua non* para a existência e a reprodução das sociedades regidas pelo mercado. Esse autor foi importante também para dar suporte teórico à metodologia de deriva para o trabalho de campo. Os trabalhos de campo contaram ainda com entrevistas e realização de fotografias para registro de estabelecimentos de alimentação e suas respectivas toponímias modernas.

Para o mapeamento da alimentação enquanto patrimônio, analisamos três situações bastante peculiares e que ocorrem na RMG: 1) pit-dogs da cidade foram os primeiros alimentos a reivindicar a patrimonialização; 2) os festivais gastronômicos mais antigos e com mais edições na RMG são de comida japonesa e italiana – selecionamos o festival de Nova Veneza para discutir problemas relacionados à invenção das tradições; 3) a Indicação Geográfica da Região do Cará (Polvilho) em Bela Vista de Goiás. Esse último caso é selecionado para mapear as possibilidades de resistência e de fortalecimento dos territórios frente aos atuais e novos desafios da globalização.

Cabe mencionar, ainda, que a modernização da agricultura, a globalização e os hábitos alimentares, bem como as estratégias de territorialização de empresas multinacionais com foco na reconstrução das culinárias locais via indústria cultural a partir da abordagem crítica da geografia cultural, são chaves importantes para se estudar o problema levantado.

CAPÍTULO 1

PERSPECTIVAS EM DISPUTA NA MODERNIZAÇÃO DA AGRICULTURA GOIANA:
como esperar a diversidade investindo em monocultura?

“Toda interpretação tem um conteúdo político.”
Milton Santos

O domínio da produção de alimentos é uma importante ferramenta do exercício de poder em nosso tempo. Tanto do poder simbólico quanto do poder material. Essa centralidade possui vários pontos e possibilidades de interpretação, primeiramente porque comer é uma necessidade básica de qualquer ser vivo. Depois, porque quem domina a produção de alimentos possui uma forte influência na geopolítica das sociedades. Dessa maneira, as discussões em torno dos e sobre os alimentos podem ser bastante melhoradas sob a perspectiva geográfica.

A importância dos alimentos tanto para a manutenção da vida quanto para a expressão da cultura de um povo fez com que as mudanças em torno das culturas alimentares afetassem significativamente a sociedade. Diversos momentos da história estiveram relacionados com as mudanças recentes na alimentação, dentre eles destacamos o processo de industrialização, modernização e globalização. Esses movimentos caminharam junto com a intensificação do processo de urbanização em diferentes partes do mundo. Quanto mais as cidades crescem, maiores são os desafios de alimentar muitas pessoas que passam a residir em áreas específicas e muitas vezes de forma aglomerada.

Mesmo quando não se consegue desenvolver uma consciência acerca da amplitude sobre o debate quanto à produção ou ao consumo de alimentos, esse tema preenche uma parte significativa do cotidiano. A todo tempo nos esbarramos com palavras ou conceitos como: agrotóxicos, indústria dos alimentos, ração humana, alimentos rápidos, enlatados, direto do pé, agroecologia, disputa de chefes, comida de verdade, comida de mentira, comida forte, comida fraca, comida de longe, comida de perto, comida de rico, comida de pobre, comida crua, alimento afrodisíaco, comida remosa, comilança de festas, prato vazio, comida que engorda, comida que emagrece, entre tantas outras.

Essa chuva de palavras mostra algumas formas de os alimentos se fazerem presentes em nosso cotidiano. A ampla diversidade de palavras que utilizamos para remeter ao que comemos evidencia que essa é, também, uma disputa de narrativas e de discursos. Como ponderou Foucault (1999, p. 186), “Pela estrutura, aquilo que a representação fornece confusamente e na forma da simultaneidade acha-se assim

analisado e oferecido ao desdobramento linear da linguagem”. Nesse momento, o autor questionou a forma de classificação da história natural, mas podemos fazer um paralelo com as formas de classificar os discursos em outros contextos. Portanto, identificar e refletir sobre a forma como nomeamos as coisas que comemos também é um modo de interpretar o espaço da comida em nossas vidas.

Nesse emaranhado de situações, é preciso reconhecer que não existe apenas uma forma de ver a comida e os alimentos. Ao contrário disso, cada sociedade lida com e seleciona de forma bastante específica o que come e o que despreza. Moram nos alimentos todas as questões de classe. Pelas cidades brasileiras, observamos tanto a escassez total de alimentos e situações de fome quanto a chegada de restaurantes muito sofisticados, com a espetacularização de uma refeição. Em uma mesma cidade, existem pessoas que passam pelas duas situações, às vezes até no mesmo bairro ou na mesma rua.

A dialética e as contradições do capital (KOPNIN, 1978; MÉSZÁROS, 2011) e as contradições (SANTOS, 1978) de uma sociedade que bate recordes de produção de alimentos e de fome em um mesmo momento histórico precisam ser visitadas para se compreender como esse espaço tem se organizado e a partir de que lógicas. Cabe, portanto, destacar alguns elementos importantes para que se faça um debate qualificado sobre as disputas em torno da alimentação, disputas essas que se fazem presentes em várias vertentes: disputas de narrativas, disputas por territórios produtivos, por tecnologia, investimentos e principalmente pelo tipo de produção de alimentos que se almeja. Os dois polos que mais antagonizam nesse debate são a produção para exportação *versus* a produção para consumo interno.

No curso deste capítulo⁷, pretendemos destacar a importância da diversidade da produção alimentícia, uma pauta que não tem sido muito lembrada por quem ocupa espaços com maior poder de decisão em órgãos oficiais centrais e que costuma ter peso relevante na construção de uma cultura alimentar. Duas perguntas iniciais nos acompanharão nesse debate inicial: que tipo de produção alimentícia tem sido incentivada em Goiás? Nossa produção e nosso consumo de alimentos caminham

⁷ Parte das discussões apresentadas neste capítulo foram publicadas na *Revista Franco-Brasileira de Geografia* (CONFINS), com o título: “Produção de Alimentos em Goiás: impasses entre commodities, agricultura de base camponesa e a globalização dos hábitos alimentares”, v. 48, on-line, 2020.

para valorizar a diversificação ou a homogeneização? Essas perguntas nos auxiliarão na compreensão dos rumos que temos tomado e, principalmente, na percepção dos elementos que têm ancorado nossa cultura alimentar.

1.1 O contexto

O tema alimentação recebeu atenção dos estudos geográficos em diferentes abordagens e correntes teórico-metodológicas. Aqui nos interessa não apenas pensar a produção e a distribuição dos alimentos, mas também compreender a cultura alimentar e a constante transformação dos hábitos alimentares que dependem diretamente de diferentes momentos e contextos históricos e sociais do Brasil.

Associado a esse debate, não se pode esquecer o processo de urbanização e industrialização, sobretudo a partir da década de 1970, que, somado ao pacote da Revolução Verde e à modernização agrícola, contribuíram sobremaneira para a expropriação do sujeito do campo no Brasil. Diante disso, pensar a agricultura atualmente e a produção dos alimentos que vão para as mesas dos brasileiros perpassa também as médias e grandes cidades e suas regiões metropolitanas.

De acordo com as Nações Unidas, a porcentagem da população que vive em cidades vem crescendo global e historicamente. Em 1975, apenas cerca de 39% da população mundial viviam em centros urbanos. Em 2000, essa porcentagem saltou para 50%, e a previsão é chegar a 63% em 2025. Mas esse aumento populacional não ocorre de forma proporcional entre os continentes. Segundo Giddens (2005), ainda em 2025, o leste e o sul da Ásia abrigarão metade da população mundial. É previsto ainda que tanto as populações urbanas da África quanto da América do Sul serão maiores do que a europeia. Isso demonstra novos desafios para produção e também circulação de alimentos nas próximas décadas.

Goody (1982) e Capatti (1989) notaram que os recentes processos de transformação da sociedade vão além do processo de urbanização, pois são forjados no bojo da modernização e suas contradições. Por esse motivo, alimentar a população vai muito além do desafio posto à produção, já que é preciso considerar também os desafios e as contradições de nosso tempo.

Produzir alimentos, ou qualquer outra coisa na sociedade moderna, globalizada e conectada por redes, requer considerar, por exemplo, que os alimentos também se

transformaram em *commodities* e, portanto, mesmo sendo algo primordial na vida humana, também estão sujeitos às variações e disputas do capital. Pontuamos aqui o capital como sistema ideológico e financeiro, como sinalizam Berman (1986) e Castilho (2017), ou os aspectos simbólicos que circunscrevem qualquer produção capitalista, conforme Giddens (1991).

Essas transformações resultam em novos modos de vida tanto pela industrialização quanto pelo incremento de redes técnicas e pelo avanço do processo de globalização. Esses novos elementos empurram o sujeito urbano para um ritmo de vida mais acelerado e, portanto, com menos tempo para pensar em sua alimentação. O aumento das jornadas de trabalho e do tempo gasto no transporte até o trabalho, típico das grandes cidades, faz com que parte significativa da população coma mais fora do que dentro de casa. Assim, aumenta-se também o consumo de industrializados.

Por essas razões, nos últimos quarenta anos a forma de se produzir e consumir alimentos se alterou significativamente, conforme estudaram Cascudo (2011) e Menezes (2013), sendo essas mudanças, inclusive, mais rápidas na modernidade do que em outros momentos pré-industriais. Essa aceleração se deve aos novos formatos da modernização e do capitalismo em estágio avançado (APPADURAI, 1996).

Essas mudanças recentes foram promovidas por tecnologias mais abruptas e com maior potencial de transformações radicais – seja com o incremento de tecnologia no campo ou na distribuição desigual de alimentos nas cidades. Nota-se, principalmente, o deslocamento de parte das funções de produção, conservação e preparo dos alimentos do âmbito doméstico e artesanal para as indústrias e, concretamente, para as estruturas industriais e capitalistas de produção e consumo (PINARD, 1988).

O estado de Goiás está bastante inserido no contexto do agronegócio e, portanto, nas transformações do campo que se relacionam com essa mudança de perspectiva de produção tanto de alimentos quanto de rações para animais. Por aqui se produz em maior quantidade para exportar e em menor quantidade para se consumir localmente. Porém, é equivocado se pensar que esses dois polos (alimento

para exportação e comida para a mesa dos brasileiros) estão disputando espaço em equidade de recursos ou mesmo de áreas produtivas (PELÁ; MENDONÇA, 2010).

Para exemplificar essa situação, alguns dados bastantes simples, mas alarmantes, demonstram o caminho que estamos seguindo. Uma interpretação desses dados revela também o tipo de sociedade e o tipo de relação com os alimentos que estamos construindo. No Brasil, tem mais boi do que gente. E em Goiás esse cenário é ainda mais desproporcional.

Segundo estimativas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil tinha no ano de 2020 cerca de 218.190.768 cabeças de gado (2020), o maior rebanho bovino do mundo, 14,3% do total mundial. Em segundo lugar, a Índia possuía no mesmo ano cerca de 190 milhões de cabeças. Há de se considerar um ponto importante sobre o segundo maior rebanho do mundo. No sistema de castas, segundo a tradição hindu, bastante representativa na sociedade indiana, a vaca é considerada mais “pura” até do que os brâmanes (indivíduos pertencentes à casta mais elevada, dos sacerdotes) – por isso circulam de forma livre por várias cidades, além de terem o leite e a urina utilizados em alguns rituais.

Mesmo em uma sociedade que entende a vaca como algo “sagrado”, por conta da alta demanda do mercado global, a demanda por leite, carne e seus derivados também a coloca como *commodity*⁸ agrícola. O termo também faz referência ao que não é diferenciado de acordo com quem o produziu ou que não se diferencia por sua origem. Uma outra forte característica que identifica as *commodities* é que seu preço tende a ser uniformemente determinado pela oferta e procura internacionais.

Em Goiás, o boi está longe de ser visto como algo atrelado a alguma matriz religiosa representativa para o povo. O que existe é um apelo midiático, político, cultural e econômico que visa tornar a carne algo protagonista nas refeições e, inclusive, com a forte exaltação dos churrascos como traço fundamental da cultura propagandeada para o exterior. Mesmo com esse expressivo apelo cultural e midiático para o consumo interno de carne, seria muito difícil compreender, racionalmente, os dados compilados que indicam o quantitativo de rebanho na produção do território.

⁸ **Commodities** – ou commodity, no singular – é uma expressão do inglês frequentemente utilizada no cenário econômico para fazer referência a algum bem ou produto de origem primária comercializado nas bolsas de valores em diferentes partes do mundo e que possui um grande valor comercial e estratégico.

O Instituto Mauro Borges (IMB) aponta que o rebanho bovino goiano atingiu a marca histórica de 22,8 milhões de cabeças de gado em 2016 – até esse momento o número era o maior já registrado desde 1974, quando o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística iniciou a Pesquisa da Pecuária Municipal (PPM). Isso significa três vezes mais gado do que gente. De acordo com as estimativas do IBGE (2017), Goiás possuía cerca de 6,7 milhões de habitantes.

Apesar de esse número já ser alarmante de ser compreendido, em 2019 o instituto de pesquisa registrou outro recorde: Goiás se tornou o segundo maior rebanho do país, com 23,62 milhões de cabeças, ficando atrás apenas do Mato Grosso, com 32,70 milhões de cabeças.

1.2 A produção de alimentos em Goiás: monocultura como caminho

O território goiano tem sido utilizado para a produção de alimentos há muitos anos. A produção moderna teve início logo após o período da mineração, que, depois do momento de ápice, em 1750, teve a exploração do ouro diminuída, o que ocasionou até o abandono de alguns povoados goianos.

A economia goiana dos séculos XVIII e XIX passa a ter fortes relações com as atividades ligadas à agricultura e à pecuária. Ao longo desse processo, os moldes modernos da economia demonstraram que o território goiano não iria ser utilizado somente para produção de alimentos para os povos, mas também para a produção de alimentos para animais. Essa mudança de direcionamento não é simples, pois requer um uso cada vez mais intenso do solo e de outros recursos naturais.

O uso do território para produção de alimentos, seja de forma mais ou menos intensa, ganhou novos contornos sobretudo a partir do período pós-guerra, momento em que se verificaram os principais esforços para a modernização da base técnica agrícola no Brasil.

Notou-se nesse período um crescimento extensivo da produção, marcada especialmente pela incorporação de 6.356 hectares (1930 e 1950) na produção, de 9.617 hectares (entre 1950 e 1960) e mais de 5.272 hectares (na década de 1960), além de importações de tratores e fertilizantes, que pressionaram o aumento na produtividade agrícola (2001).

Ainda que houvesse questionamentos acerca dessa necessidade ou não de se intensificar o uso do território para produções específicas – seja para uso interno ou para exportação –, tais reflexões não chegaram a pressionar um real projeto de uso racional e melhor compartilhado do território.

Isso porque, mesmo que a seleção de produções e de parcelas do território comesse a dar sinais de distorções ou disparidades, a demanda econômica momentânea de produções específicas começou a ser um fator primordial na definição das regras que seriam utilizadas nas próximas décadas.

É importante destacar esses momentos de aumento de produtividade porque, ao contrário do que possa parecer, o aumento na produção de alimentos nunca resolveu os problemas da alimentação no país, sejam eles da fome, da obesidade ou da qualidade do que é produzido. Percebe-se, portanto, que o que se inicia como um projeto de ação estatal de priorização da monocultura se torna pouco a pouco um traço também das paisagens, das formas de se viver e se constituir uma visão de mundo. O alimento, a cada nova estrutura de política pública, é visto como um produto, e a lucratividade como principal finalidade.

O conceito de agronegócio passa a representar as complexas relações existentes no sistema agrário brasileiro. Acerca do conceito em si, uma das primeiras formulações veio do *agribusiness* de Davis e Goldberg (1957), os quais compreendiam um complexo de agricultura, indústrias, mercado e finanças. Muito comumente esse termo é utilizado para tratar das relações entre território, produção e economia. Poucas vezes tal conceito incorpora elementos da cultura local, mas sim uma propaganda do agronegócio e suas ramificações. Nota-se que o campo passa a ser visto também como um território das finanças a serviço da especulação e da exportação (HAMILTON, 2016).

Por meio do discurso e das práticas de manipulação desses territórios, representantes do grande setor agrícola têm conseguido promover um discurso de poder e de transformação da política institucional em ações a seu favor, como observou Porto (2014) sobre a perspectiva da análise do poder e da produção de “verdades”. É importante demarcar que a indústria, ou o fenômeno econômico-cultural que estamos sinalizando, não promove apenas um modo de produzir no campo, mas

também uma forma de expressar de forma bastante objetiva uma construção de narrativas sobre a sociedade moderna.

Para que esse contexto não pareça abstrato, detalhamos: o agronegócio projeta na população de todas as idades níveis de escolarização e renda, um projeto e um modo de se viver. Essa projeção vem dos discursos e se materializa em práticas sociais em diferentes espaços. O universo simbólico desses discursos e práticas perpassa a alimentação e alcança as vestimentas, as músicas, o sonho da “casa no campo” e a construção de um ideal de trabalho e de esforço dentro de uma ideologia de progresso.

Por isso, afirmamos que é possível que o maior produto do agronegócio não seja exatamente os grãos ou as carnes, mas sim sua influência simbólica e a construção de uma indústria cultural brasileira em torno do “agro”. Ano após ano, sobretudo a partir dos anos 2000, o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD) e as plataformas digitais de músicas reafirmam: o sertanejo e suas derivações são o ritmo mais popular no Brasil. Esse dado movimenta toda uma estrutura estratégica e mercadológica, que vai dos shows (com cachês milionários e acúmulos bilionários) à influência e aos patrocínios das mídias tradicionais, passando por todo o universo digital. Entre 2016 e 2018, o sertanejo foi responsável por 56% de todos os eventos musicais realizados no país⁹.

As identidades rurais e seus capitais simbólicos são frequentemente utilizados para se vender uma infinidade de subprodutos, muito além do que se produz no campo, tais como: caminhonetes, fazendas, tecnologia, shows sertanejos, vestuários, alimentos diversos, incluindo linhas gourmet, entre outros. A força desse capital simbólico é pouco observada, pois seus dados são difíceis de serem mapeados por estarem entremeados em uma variedade quase infinita da vida social e cultural do povo brasileiro, com força peculiar no território goiano.

Gostaríamos de acrescentar a esta análise do discurso e do poder que ele possui também a capacidade de promover e fortalecer uma cultura com forte aderência à construção de identidades hegemônicas. Ainda de acordo com Foucault, o poder que não se encontra somente nas instâncias superiores da censura, “[o poder]

⁹ Disponível em: <https://www4.ecad.org.br/noticias/ecad-comprova-sertanejo-e-o-ritmo-mais-ouvido-no-brasil/>. Acesso em: 4 jan. 2019.

penetra muito profundamente, muito sutilmente em toda a trama da sociedade” (FOUCAULT, 1978, p. 71). Dessa forma, os discursos do agronegócio contam com o apoio da grande mídia, da indústria do entretenimento musical e audiovisual, e, em outra instância, consegue influenciar até mesmo o setor educacional federal.

Não é raro verificar polos do Instituto Federal de Educação, para citar um exemplo, com cursos técnicos e superiores voltados ao atendimento da modernização do campo. Isso só foi possível recentemente por conta desse aproveitamento do imaginário de “Goiás como estado do campo” e, portanto, propício ao agronegócio. Isso se dá como se essa imagem fosse “natural” e não construída. Trata-se, portanto, de um sistema orquestrado de produção alimentar que consegue influenciar e que muitas vezes se esforça para subalternizar diversas instituições e diversos poderes por onde se instala.

Outros autores que estudaram o conceito de agronegócio incorporam algumas dimensões e perspectivas. Para Gasques et al. (2004, p. 8), o agronegócio é visto como a cadeia produtiva que envolve desde a fabricação de insumos, a produção nos estabelecimentos agropecuários, sua transformação, chegando até o consumo. Essa cadeia incorpora todos os serviços de apoio, desde pesquisas e assistências técnicas, bem como processamentos, transporte, comercialização, distribuidores, bolsas de valores, até o consumidor final.

Voltamos a destacar que, de tão naturalizada, a dimensão da produção de cultura e valores sociais por meio da cultura agrícola às vezes nem é notada ou citada como parte importante desse jogo econômico e estratégico. Para Fernandes e Welch (2008), é importante mencionar que o agronegócio forma um modelo controlado por corporações transnacionais que trabalham com uma ou mais *commodities* e atuam em outros setores da economia. Esse aspecto fornece alguns direcionamentos ao que projetamos como discussões deste capítulo.

1.3 O uso do território: visões de mundo em disputa

As visões de mundo influenciam o planejamento e a materialização das ações. Entendemos por visão de mundo o aparato técnico, político e ideológico, convertido em ações materiais, e que transformou e tem transformado o território goiano em um

potencial agroexportador. Por conta dessa priorização, o financiamento de políticas públicas que garantem a diversidade dos alimentos fica em segundo plano.

No lugar de compreender o Cerrado como bioma diverso e rico, inclusive em alimentos, tem sido substituído e sobreposto também por monoculturas ou para pastagem. Dessa forma, parte do que poderia ser entendido como alimento nem sequer seria conhecido pela maioria da população.

Com essas diretrizes, passamos então a enfrentar vários outros problemas e questões, entre eles problemas relacionados à soberania e à concentração de renda e uma distorção entre o que de fato é alimento e o que é produto alimentício, ou seja, o alimento visto como moeda.

As grandes produções e monoculturas normalmente são subsidiadas pelo Estado e conseguem promover diálogos com os poderes hegemônicos. Além do financiamento, contam com certo respaldo institucional nos três poderes e na imprensa. Tais produções têm resistido ao tempo e, assim, passam a ressignificar, via economia e ações político-institucionais, até mesmo as visões de mundo e as identidades atreladas a determinados territórios.

Isso significa que, de tão frequente, e em recorrência intensificada desde a década de 1970, a monocultura segue com tendência vista por alguns setores como inerente ao território goiano. Essa visão é favorecida por campanhas televisivas que objetivam aproximar o consumidor do produtor rural, apontando apenas os benefícios da tecnologia no campo e tentando relacionar o cotidiano de pessoas em qualquer parte do Brasil com a “modernidade” de uma possível indústria rica. Ela não aponta informações fundamentais acerca da redução de culturas alimentares locais promovidas por essa mesma indústria, tal como ponderam Santos, Silva e Maciel (SANTOS; SILVA; MACIEL, 2019).

A propaganda institucional do estado de Goiás projeta justamente uma imagem de “terra do agronegócio”, com forte apelo para festividades relacionadas a esse tema, que recebem muito mais incentivos do que alimentos de uma identidade cerradeira, que pouco a pouco passa a figurar como um “museu biológico”. Utilizamos o termo museu para demarcar que parte considerável da fitofisionomia do Cerrado tem sido entendida como conteúdo de livros, aulas e acervo de pesquisadores, já que na paisagem tem sido substituída gradativamente.

Para exemplificar os investimentos estatais, bem como o espaço na mídia e o tipo de comercialização, elaboramos o quadro comparativo entre Agronegócio e Alimentos Tradicionais do Cerrado na Figura 1.

Figura 1 - Diferença no suporte ao Agronegócio e aos Alimentos Tradicionais do Cerrado



Organização: Sena (2021).

A visibilidade dos produtos do agronegócio ou a invisibilidade ou percepção dos alimentos tradicionais do Cerrado no cotidiano precisam ser compreendidas ao se analisar diversos níveis e escalas. Inicia-se com o interesse de investimento estatal na produção e na visibilidade de cada uma dessas produções, visto que, enquanto o Agronegócio tende a ter suportes fiscais e financiamentos, os alimentos típicos do Cerrado em sua maioria são produzidos e comercializados pela agricultura familiar e em feiras especializadas, ou pequenas redes de alimentos naturais ou de sorvetes.

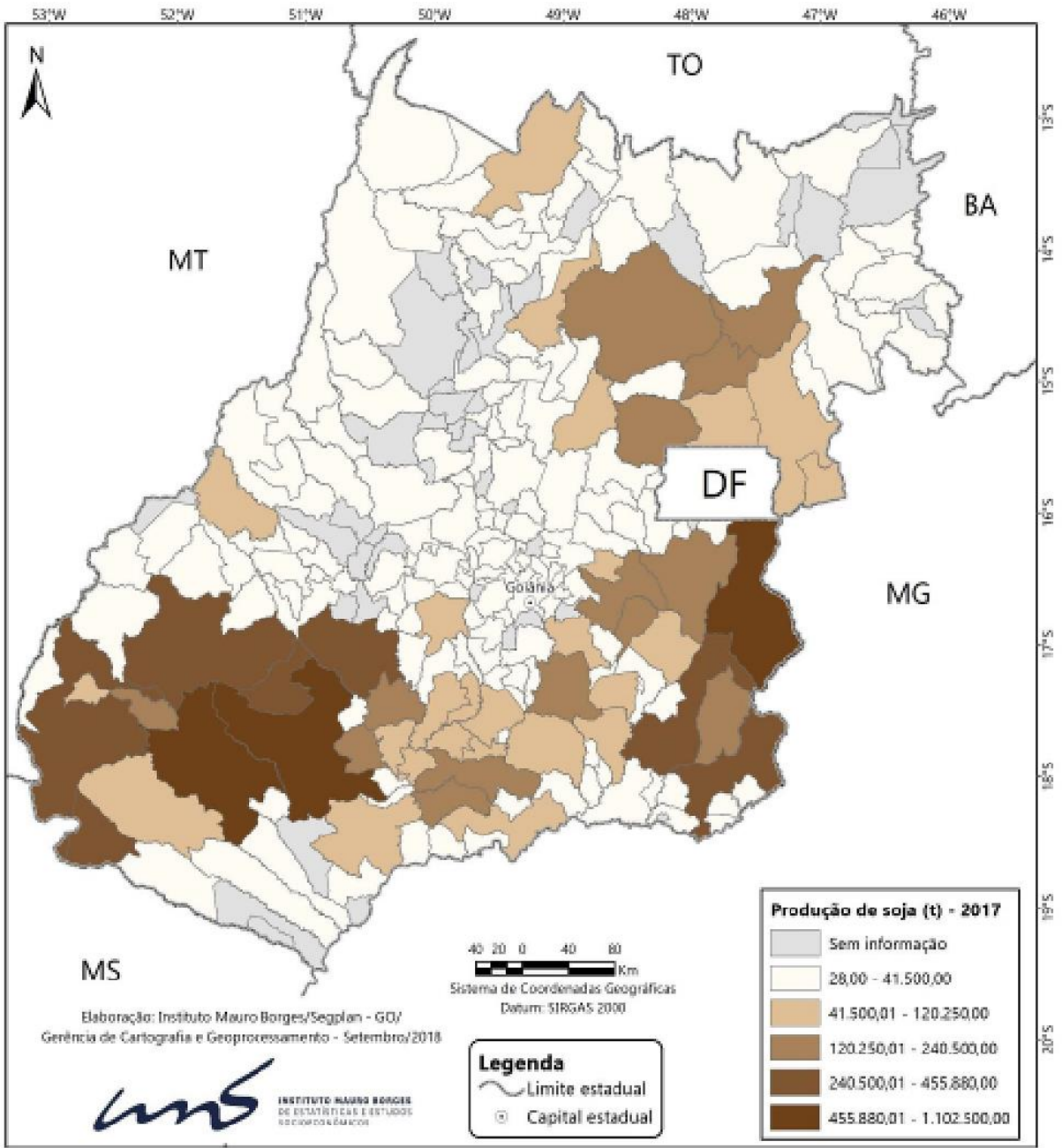
Isso ressoa ainda na discrepância no uso de tecnologias e por fim na visibilidade midiática, que constrói memórias e símbolos nos alimentos para exportação como se eles fizessem parte do consumo cotidiano da maioria da população.

Todo esse suporte em um tempo prolongado vai causando a sensação de "naturalização" tanto do discurso quanto das práticas comerciais do Agronegócio, levando-nos à falsa sensação de que são parte do cotidiano e, depois, da vida alimentar do povo goiano e brasileiro, quando, na realidade, parte de sua produção é inclusive para alimentar animais, como ficará melhor evidenciado na exibição dos mapas de produção deste capítulo.

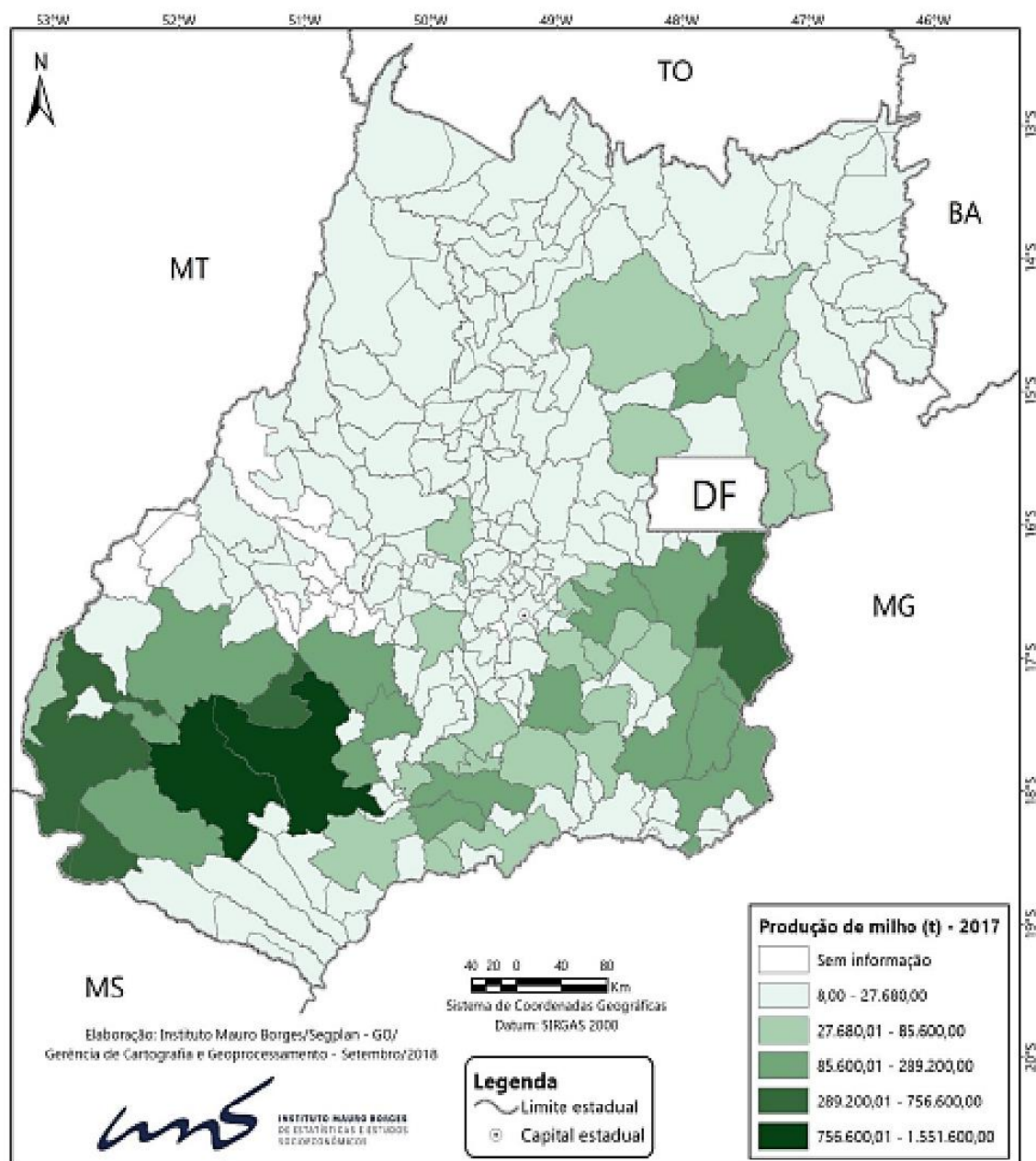
No cenário nacional, tantos investimentos acabaram gerando o reconhecimento de Goiás principalmente pela produção voltada ao complexo soja, carnes e cana-de-açúcar. Quanto ao recorte espacial dessas produções, destaca-se a região sudoeste goiana, que apresenta alta produção com foco na agroexportação dos produtos mencionados anteriormente.

De acordo com os dados do PIB Municipal (2015), o município de Rio Verde, pertencente a essa microrregião, possuía o terceiro maior Valor Adicionado Agropecuário do Brasil. O Instituto Mauro Borges apresentou no ano de 2016 que o estado de Goiás foi o segundo maior produtor de sorgo, de tomate e de cana-de-açúcar, o terceiro maior produtor de milho, e o quarto maior produtor de soja do país, segundo dados da PAM (2017). As Figuras 2 e 3 demonstram a espacialização da produção de soja e milho em Goiás.

Figura 2 - Produção de soja em Goiás, 2017



Fonte: Produção Agrícola Municipal (PAM), 2017.

Figura 3 - Produção de milho em Goiás, 2017

Fonte: Produção Agrícola Municipal (PAM), 2017.

As Figuras 2 e 3 são bastante representativas do impacto espacial das produções de monoculturas apresentadas, pois a soja e o milho ocupam não apenas um tipo de produção majoritária para exportação, mas um grande território e áreas de Goiás.

Quando se observam os hábitos alimentares em comparação com essas grandes produções, a soja não é presente na culinária brasileira de forma expressiva, a não ser com nichos específicos de mercado, alguns deles (como o grande *boom* de ‘carne de soja’) surgem e são impulsionados justamente para dar vazão a essa vasta produção, pensada inicialmente para alimentação animal.

O milho, que é bastante consumido e presente na culinária brasileira e, especialmente, na culinária goiana – como preparações como pamonha, curau, canjica, entre outras, normalmente pratos típicos produzidos com milho verde ou milho doce, uma das tantas variações do milho –, difere do milho amplamente plantado para exportação. Inclusive, o milho verde, utilizado na pamonha, chegou a sumir várias vezes dos mercados devido ao foco em milho para exportação.

Essa redução da diversidade, apesar do aumento da produção, não é um problema exclusivamente brasileiro, tem ocorrido no mundo¹⁰ todo. Milano et al. (2018) chegaram a catalogar, no livro *A Arca do Gosto – Como criar o maior catálogo de sabores do mundo: um patrimônio para descobrir e salvar*¹¹, uma lista que inclui mais de 5.500 alimentos ameaçados de extinção em cerca de 150 países, incluindo muitos nas Américas. Eis um tema a ser abordado em outros capítulos de nossa pesquisa.

Reforçamos que o que foi representado pelos mapas com dados de 2017, apesar de ser um cenário que se repete ano após ano, não é algo fruto do acaso, mas sim uma escolha anterior de investimentos e de destinação do uso do território (inicialmente com apoio estatal e, depois, com complementos do setor privado). Apesar da abundância de áreas em Goiás, os recursos e programas de investimentos para culturas pautadas na diversidade não são percebidos com a mesma frequência e o mesmo volume, por isso a diversidade fica fragilizada.

Do ponto de vista espacial, haveria áreas suficientes para serem destinadas a monoculturas e a culturas diversas, porém os dados que apresentaremos a seguir demonstram que a destinação e a porcentagem de estabelecimentos utilizados pela

¹⁰ Entrevista com Dan Saladino à BBC News Brasil. Disponível em:

<https://www.bbc.com/portuguese/articles/cd1065ryqn9o>. Acesso em: 8 fev. 2023.

¹¹ Tradução livre do original: *The Ark of Taste. How to Build the World's Largest Catalog of Flavors: A Heritage to Discover and to Save*, que chegou a ganhar uma versão em português com tradução e editoração de Flora Misitano e Velia Lucidi.

agricultura familiar são bem menores em termos espaciais. Outra situação pouco mencionada é que não necessariamente a destinação de pequenos territórios à agricultura familiar garantiria a diversificação de culturas alimentares.

A manutenção das culturas típicas, ou até mesmo a destinação e o uso delas, pela culinária ou pelos povos precisa ser estimulada culturalmente. Além disso, precisaria de maior eficácia e evidência em projetos de investimentos e de estímulo à produção e ao consumo. A produção não sendo estimulada, o consumo também o não será, pois se trata de ações que precisam ser coordenadas.

De acordo com Campos e Silva (2017), o modelo econômico capitalista norteia todo o sistema de produção mundial, inclusive de alimentos. O campo brasileiro, principalmente nas áreas do Centro-Oeste do Brasil, apresenta uma agricultura maciçamente voltada para a produção de grãos e biocombustíveis, orientados ao mercado exportador. Diante desse cenário que se choca com a necessidade real do povo brasileiro, nota-se um crescimento da produção de hortaliças e frutas nas franjas das metrópoles, já que tem aumentado a pressão por alimentos devido à proximidade dos grandes centros urbanos e áreas conurbadas.

1.4 Censo Agropecuário: dados, poder e disputa de narrativas

O Censo Agropecuário, principal e mais completa investigação estatística e territorial sobre a produção agropecuária do país, justamente por sua relevância e pelo que seus dados revelam, também tem seus dados utilizados na disputa por narrativas com relação à produção de alimentos. Por meio do mapeamento de informações e análise de dados, é possível rapidamente identificar quem possui as maiores porções de terra, investimentos e produção de alimentos. Mirar nesses dados é, também, mirar no problema de desigualdades e justiça social brasileira.

De acordo com o boletim informativo do IBGE¹², o Brasil começa a organizar os dados de sua produção em 1920, antes mesmo da fundação do IBGE. Em 1936, com a inauguração do órgão, ele também se tornou o responsável pela realização dos Censos do país. De 1940 a 1970, os Censos Agropecuários foram realizados em

¹² Disponível em: <https://censoagro2017.ibge.gov.br/sobre-censo-agro-2017/censo-agro-2017-apresentacao.html>. Acesso em: 10 jun. 2020.

décadas. A partir de 1970, tentou-se publicá-los a cada cinco anos, ou seja: em 1975, 1980 e 1985. Em 1990, a periodicidade muda novamente, com a não publicação dos dados. O Censo Agropecuário volta a ser publicado somente em 1996. Depois disso, apenas em 2006, e o último em 2017.

Se considerarmos os dados do último Censo Agropecuário, que, apesar de incompleto quando comparado com outras pesquisas já realizadas, foi o que se publicou após 11 anos de interrupção, notamos uma redução de 9,5% no número de estabelecimentos classificados como de agricultura familiar, comparando com o último Censo de 2006. Ou seja, nesse ponto específico, estatisticamente, estamos reduzindo as pequenas produções e aumentando as produções que já eram grandes.

Ainda nessa argumentação estatística, pontuamos que, de acordo com a Lei nº 11.326, para ser classificado como agricultura familiar, o estabelecimento precisa ser considerado de pequeno porte, ou seja, possuir até quatro módulos fiscais. Além disso, é necessário ainda que metade da força de trabalho seja familiar, e a atividade agrícola no estabelecimento deve compor, no mínimo, metade da renda familiar. Por fim, a política pública dessa Lei exige ainda que o território precisa ter gestão estritamente familiar.

O Decreto nº 9.04/2017, que regulamentou a Lei nº 11.326 com essas novas camadas de exigências, fez com que, dos 4,6 milhões de estabelecimentos de pequeno porte que poderiam ser classificados como de agricultura familiar, apenas 3,9 milhões conseguissem atender a todos os critérios.

A discrepância entre o número de propriedades e a porcentagem de áreas em hectares correspondente não se limita a uma discussão numérica ou de extensão territorial. É justamente nas menores propriedades onde se observam produções mais diversas ou voltadas para o abastecimento da população brasileira – tanto em redes de supermercado quanto em feiras de bairro. Por essa razão, a concentração de terras e de investimentos tem sido vista como um fator que impede ou limita a produção desconcentrada e diversa de alimentos.

Mesmo diante da redução de estabelecimentos, a agricultura familiar continua representando o maior quantitativo dos estabelecimentos agrícolas (77%) do país (IBGE, 2017). A agricultura familiar é, também, o tipo de agricultura que mais emprega,

quando comparado com a agricultura não familiar, justamente por ter um maior quantitativo de estabelecimentos em uma estrutura menos centralizada.

O Censo Agropecuário de 2017 catalogou cerca de 5 milhões de propriedades rurais em todo o Brasil. Desse total, 77% dos estabelecimentos agrícolas do país foram classificados como agricultura familiar. Em extensão territorial, a agricultura familiar ocupa cerca de 80,9 milhões de hectares, apenas 23% da área total dos estabelecimentos agropecuários brasileiros, considerando as grandes e médias propriedades.

Apesar da pequena ocupação de território, a agricultura familiar empregava mais de 10 milhões de pessoas em setembro de 2017. Isso representa 67% do total de pessoas ocupadas na agropecuária. Cabe mencionar ainda que a agricultura familiar foi apontada como responsável por 23% do valor total da produção dos estabelecimentos agropecuários.

Esses dados, que revelam as várias desigualdades do campo brasileiro, apesar de emitidos por um órgão oficial, como o IBGE, que em tese deveria estruturar sua política de estudos, pesquisas e divulgação de resultados de forma independente, são uma forma de representação de poder. E o poder troca de figuras e de matrizes ideológicas temporariamente.

A politização dos dados do IBGE e de suas análises dentro do campo dos estudos agrários já foi estudada por Mitidiero Junior et al. (2017) quando os autores analisam que, mesmo com a facilitação da digitalização de dados de nosso tempo, alguns dados simplesmente sofrem atrasos ou não são prioridade, sobretudo os que destacam o protagonismo da agricultura familiar.

Não estamos, portanto, descredibilizando os dados que são emitidos pelos órgãos oficiais, até porque utilizamos esses dados e sabemos que eles são uma oportunidade ímpar de mapear e dialogar com um volume gigantesco de informações sobre a produção brasileira. Estamos, porém, alocando novas camadas de complexidade a esses dados quando interpretados, pois mudanças de governo promovem, também, uma mudança em como os dados são coletados, com que periodicidade e a partir de que prioridades.

Esse tema não surge nesta pesquisa, por isso que a maioria das pesquisas acadêmicas tende a utilizar mais de uma fonte, ou a complexificar a interpretação de

dados com o entrelaçamento de fontes, temporalidades e vieses. Os desafios em se interpretar o Brasil e os dados do IBGE foi foco inclusive de uma publicação do próprio instituto, com o livro publicado em 2021 intitulado *O desafio de retratar o país - Entrevistas com os presidentes do IBGE no Período de 1985 a 2015*, que narra os desafios encontrados por dez presidentes do instituto.

Oliveira (2010) também acrescenta ponderações importantes no texto “Os limites do Censo Agropecuário do IBGE”, no qual o autor delimita a necessidade de um olhar cauteloso sobre os dados agrários do Brasil, demonstrando até algumas imprecisões que precisam ser melhor explicitadas em estudos complementares.

Esse desafio não fica circunscrito à mudança de direcionamentos do instituto ao longo dos anos e das trocas de governo, pois está presente também nas repercussões dos dados na imprensa e que acabam influenciando na estruturação de políticas públicas, como pode ser visto na Figura 4.

Figura 4 - Repercussões do Censo Agropecuário 2017 na mídia



Fonte: Portais de notícias mencionados (2016-2022).

Organização: Sena (2022).

Apesar dessa repercussão, que torna alguns problemas recorrentes apresentados de forma didática para a população por meio de textos jornalísticos, o

conhecimento dos problemas no campo brasileiro não tem sido suficiente para mudar a realidade de décadas e que se aproxima dos novos contornos da modernização.

Nas principais manchetes sobre o atraso do Censo Agropecuário, tal como “Corte no Orçamento inviabiliza o Centro Agropecuário em 2017”, ou “Pretos e pardos têm menos terra e estão mais vulneráveis à insegurança fundiária”, e ainda dados sobre a participação da mulher no campo ou a qualidade da produção de indígenas, são apresentados dados esperados e até conhecidos por uma parte considerável dos gestores públicos e por quem ocupa as estruturas institucionais dos poderes legislativo, executivo e judiciário. Porém, quando nos deparamos com as ações e os esforços para mudar essa realidade, a manutenção do *status quo* tem sido o caminho predominante.

1.5 Mapeando outras produções em Goiás e na RMG

Na análise do uso do território, apresentamos mapas das principais produções de grãos do estado, com o exemplo do milho e da soja, para confirmar, com base em dados oficiais, o resultado das escolhas de políticas públicas no sentido de estimular algumas produções e, com isso, materializar um caminho guiado, de maneira quase totalizante, em prol do agronegócio.

De acordo com o IMB (2020), Goiás é o quarto produtor nacional de grãos, com uma produção em torno de 22,815 milhões de toneladas, ou seja, 9,5% da produção de grãos brasileira. Dentre as principais produções estão: soja, sorgo, milho, cana-de-açúcar, feijão, tomate, entre outros produtos. Por outro lado, a produção de pequi nem chega a aparecer nos cartogramas do Censo Agropecuário de 2017, apesar de ter registrado aumento, visto que a extração totaliza 2,7 mil toneladas, com alta de 8,1% na comparação com 2020. Os números integram a Pesquisa da Extração Vegetal e Silvicultura (PEVS, 2021).

Neste tópico, destacamos algumas contradições desse cenário produtivo, com a seleção de alguns alimentos de Goiás ou muito conhecidos em outros biomas e entendidos como brasileiros ou de relevância para se pensar na pluralidade de produção, demonstrando, de acordo com dados do último Censo Agropecuário, de que forma estão especializados.

Segundo um estudo da Embrapa, realizado por Mattos, Farias e Ferreira Filho (2013), a mandioca (*Manihot esculenta Crantz*), originária da América do Sul, é um dos principais alimentos energéticos para mais de 700 milhões de pessoas, principalmente nos países em desenvolvimento. Ainda segundo a Embrapa, mais de 100 países produzem mandioca, sendo que o Brasil participa com 10% da produção mundial (é o segundo maior produtor do mundo).

Nesse sentido, a mandioca é, também, uma das boas exceções no território goiano, já que, ao mesmo tempo que o estado possui uma produção relevante, trata-se de um alimento bastante vinculado à cultura do povo e do território brasileiro.

No dicionário de Ferreira (1986), a palavra “mandioca” origina-se do termo tupi *mãdi'og*, que significa “casa de Mani”, sendo Mani a deusa benfazeja dos guaranis que se transforma em mani-oca. Outros nomes também atribuídos a esse alimento também possuem origens indígenas, tais como: “*aipim*”, que vem do termo tupi *ai'pi*, e “*maniva*”, do termo tupi *mani'iwa*.

Essa origem relacionada com a cultura brasileira fez com que, nesta pesquisa, o alimento aparecesse duas vezes: neste capítulo como alimento mapeado e com grande relevância no uso do território. Ao discutir as possibilidades de resistência de culturas alimentares na Região Metropolitana de Goiânia (RMG), analisaremos o contexto de indicação geográfica e a estruturação de um festival gastronômico em Bela Vista de Goiás como uma tentativa de fortalecer alimentos brasileiros dentro de uma escala produtiva e atrelando a elementos políticos, econômicos e culturais.

Os registros da produção de mandioca em Bela Vista de Goiás aparecem organizados na base de dados do Instituto Mauro Borges (IMB) desde 2000 e até o ano de 2021. Considerando o quantitativo em anos específicos (de cinco em cinco anos, conforme Tabela 1) e a divulgação mais recente do instituto, em 2021, os municípios de Inhumas e Bela Vista de Goiás, ambos pertencentes à RMG, figuram entre os maiores produtos de mandioca de todo estado de Goiás.

Tabela 1 - Produção Agrícola - mandioca - quantidade produzida (t)* por ano (2000-2021)

	Município	2000	2005	2010	2015	2020	2021	Total (t)
1	Inhumas	6.000	17.000	4.000	7.500	9.192	9.280	52.972
2	Bela Vista de Goiás	2.800	14.000	11.250	6.300	8.315	7.963	50.628
3	Formosa	5.000	8.000	8.000	9.550	7.329	7.329	45.208
4	Jaraguá	960	15.000	4.500	4.250	3.835	3.900	32.445
5	Catalão	7.500	12.600	4.500	2.250	2.250	2.250	31.350
6	Uruana	750	720	9.000	6.600	6.600	6.600	30.270
7	Itaberaí	4.500	4.000	4.000	4.500	2.851	10.000	29.851
8	Porangatu	7.200	3.600	9.600	1.450	1.252	1.319	24.421
9	Iporá	6.000	6.000	6.000	2.975	1.360	1.360	23.695
10	Orizona	4.200	4.500	6.300	705	3.240	3.200	22.145

Nota: *Valores em (t) toneladas.**Fonte:** IMB (2000-2021).**Organização:** Sena (2022).

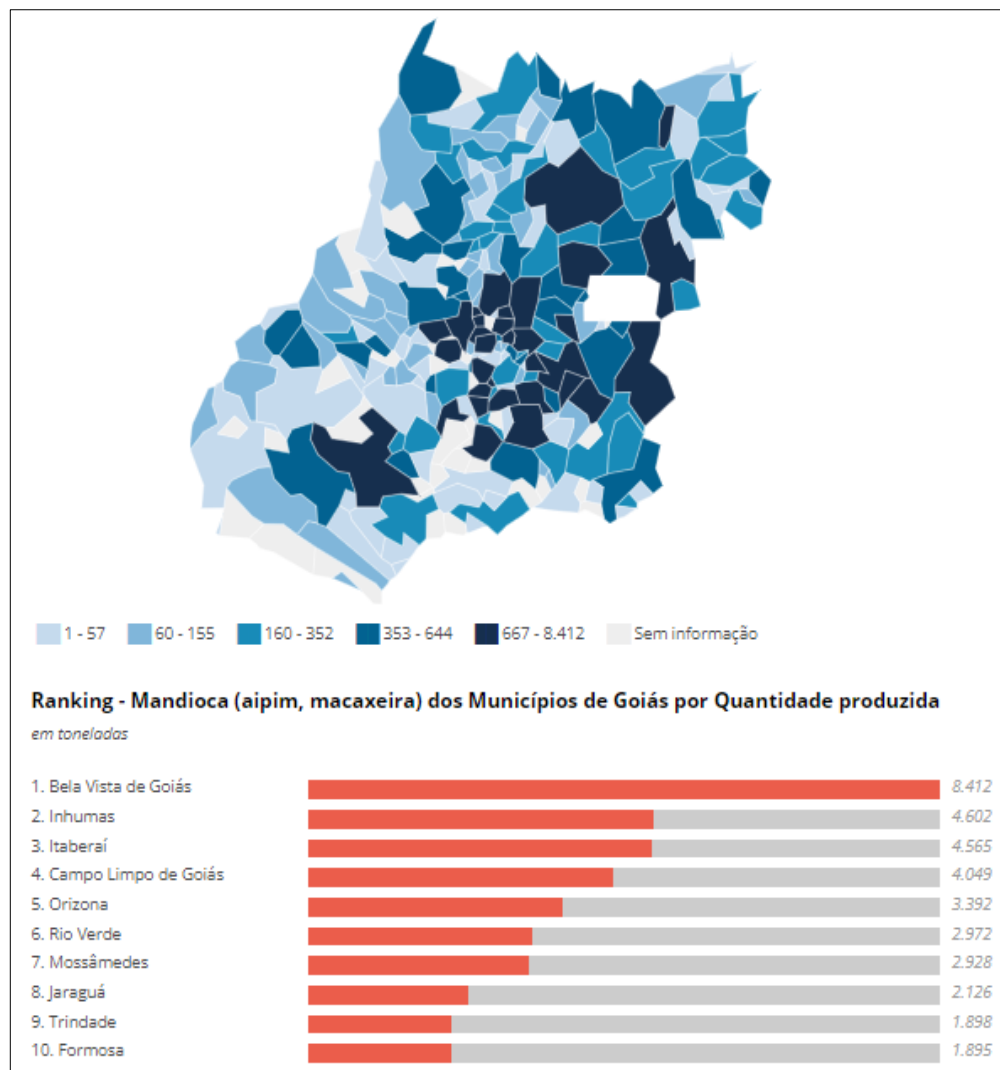
Quando se considera o somatório da produção de toda a série apresentada pelo IMB (2000-2021) sem a seleção de anos específicos, Inhumas continua em primeiro lugar em todo o estado de Goiás, com 230.422 toneladas de mandioca produzidas entre 2000 e 2021, seguido por Jaraguá em segundo lugar, com 222.270 toneladas produzidas, e Bela Vista de Goiás na terceira posição, com 166.318 toneladas de mandioca produzidas.

Com a apresentação de dados de cinco em cinco anos, incluindo o dado mais recente, como visto na Tabela 1, Bela Vista de Goiás sobe para a segunda posição entre os principais produtores de mandioca em Goiás. Além da tabela, se considerarmos os dados do Censo Agropecuário em 2017, os municípios de Inhumas,

Itaberaí, Campo Limpo de Goiás e Orizona também possuem uma produção bastante relevante, estando entre as maiores produções do estado, conforme a Tabela 1.

Acerca do município de Inhumas, cabe lembrar o que Teixeira (2012) pondera como especificidade do modo como o agronegócio se configura junto à RMG. Para esse autor, Inhumas tornou-se um município singular em virtude da tensão no arranjo produtivo local e, inclusive, já esteve fora da RMG por um embate com setores do agronegócio de Inhumas, por considerarem ameaçador aos seus nichos de poder o fato de a cidade ser incorporada ao avanço metropolitano.

Figura 5 - Cartograma da produção de mandioca (aipim, macaxeira) em Goiás por município, em toneladas (2017)



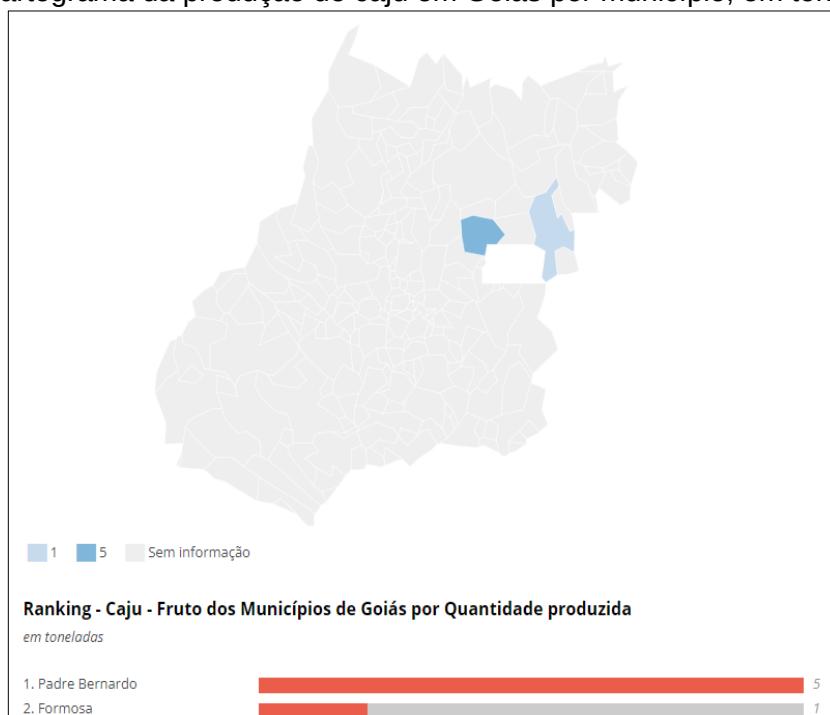
Fonte: Censo Agropecuário (2017).

Cabe ressaltar também a espacialização do último Censo Agropecuário (2017), que, apesar de apresentar menos detalhes do que a tabela acumulada do IMB, consegue trazer outros elementos importantes para análise: a espacialização da produção de mandioca por 246 municípios goianos (Figura 5). Essa espacialização, quando considerada para outros alimentos, evidencia a falta de diversidade goiana, como apresentaremos na sequência.

A palavra “caju” tem origem na língua tupi, *acaiu* (caju), e significa noz que se produz. De acordo com a Embrapa, o cajueiro (*Anacardium occidentale L.*) é uma planta tropical, originária do Brasil, presente em várias partes e regiões do país. Apesar de ser um fruto nacional com grande relevância, tanto pela fruta quanto por seus derivados, tais como suco e castanha, infelizmente a produção goiana dessa fruta é bastante limitada (Figura 6).

De acordo com o Censo Agropecuário (2017), apenas dois municípios do estado possuem uma produção relevante quando se considera a quantidade de toneladas produzidas, são eles: Padre Bernardo (cinco toneladas) e Formosa (uma tonelada), os dois municípios localizados próximos ao Distrito Federal.

Figura 6 - Cartograma da produção de caju em Goiás por município, em toneladas (2017)



Nota: Informações referentes aos estabelecimentos com mais de 50 pés em 30 de setembro de 2017. **Fonte:** Censo Agropecuário (2017).

No momento em que especializamos essas produções, começamos a identificar que, na realidade, a identidade de estado agrícola é vinculada a produções bastante específicas. Caso existisse o fortalecimento de outras culturas alimentares, certamente outros setores da economia também seriam beneficiados por consequência. Quando mencionamos específicas e limitadas, estamos nos referindo não somente ao que se esperaria de Goiás e do Cerrado, mas, também, com relação a outros biomas.

Outro dado a ser observado refere-se ao desmatamento desse bioma no Brasil e, especialmente em Goiás, que é o segundo estado brasileiro com menor porção de Mata Atlântica do país. De acordo com o Relatório do Atlas da Mata Atlântica (2021), esse bioma cobre apenas 3,5% do território goiano, representando, após os vários desmatamentos, uma intersecção com a Mata Atlântica que soma 1.190.894 hectares. Apesar da pouca extensão territorial, trata-se de uma rica biodiversidade – no Brasil, só as espécies de plantas somam mais de 20 mil, de acordo com o mesmo relatório.

A jabuticaba, compreendida como um fruto brasileiro originário do bioma Mata Atlântica, é muito pouco produzida em Goiás. As palavras “jabuticaba” ou “jaboticaba” (FERREIRA, 1986) são originários da língua tupi; considerando a etimologia, *ĩapotĩkaba* significaria “frutas em botão”, e *ĩabotikaba* significaria “gordura de jabuti”, pela junção de *ĩaboti*, “jabuti”, e *kaba*, “gordura” (NAVARRO, 2013).

Recorremos constantemente a algumas etimologias de palavras, sobretudo quando nos referimos a alimentos, porque as origens das palavras também nos dão pistas fundamentais sobre a origem territorial desses alimentos, muitas vezes inseridos em nossa cultura, mas boa parte das vezes sem creditarmos seu vínculo com a matriz indígena e de povos originários.

De acordo com Foucault, “conhecer um animal ou uma planta, ou qualquer coisa da terra, é recolher toda a espessa camada dos signos que foram colocados nelas ou sobre elas” (FOUCAULT, 1999, p. 64). Quando o autor teoriza sobre a codificação do mundo a partir dos discursos e suas estruturas, elabora importantes noções que podem auxiliar na perspectiva especial das análises, tal como:

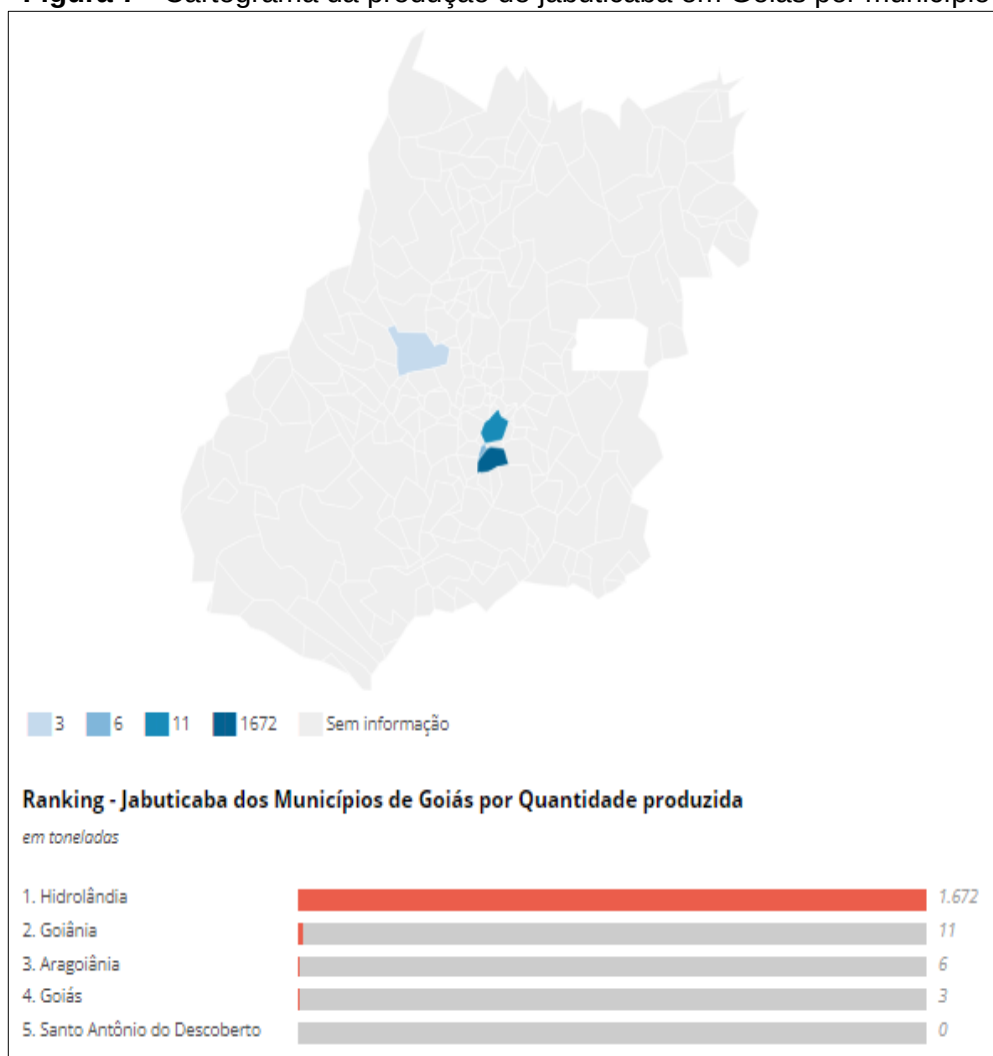
Assim, entre o olhar já codificado e o conhecimento reflexivo, há uma região mediana que libera a ordem no seu ser mesmo: é aí que ela aparece, segundo as culturas e segundo as épocas, contínua e graduada ou fracionada e descontínua, ligada ao espaço ou constituída a cada instante pelo impulso do tempo, semelhante a um quadro de variáveis ou definida por sistemas separados de coerências, composta de semelhanças que se aproxima sucessivamente, ou se espelham mutuamente, organizada em torno de diferenças crescentes, etc. (FOUCAULT, 1999, p. 12, grifo nosso).

Nessa obra, Foucault elabora ainda que a cultura seria uma eterna sucessão de continuidades e rupturas, com ações paralelas no tempo e no espaço. Os debates da cultura ocorrem em relações de poder, sendo uma eterna disputa pela hegemonia, e as transformações se situam entre o que foi e o que ainda será. Por isso a arqueologia do saber de Foucault versa sobre a possibilidade de entendermos a passagem de um ordenamento a outro.

Trazendo esse contexto de estrutura do pensamento para as culturas alimentares, estamos tentando traçar um paralelo interpretativo que entende que o desmatamento de biomas brasileiros, ao mesmo tempo que prioriza o plantio de soja – cuja etimologia nos remete ao japonês *shoyu*, uma planta originária da China e do Japão –, desmata para dar lugar à pastagem. Para além dos desdobramentos econômicos e políticos, essa ação passa a transformar nossa cultura alimentar.

Ao ocupar a maioria da produção do território para plantas nativas de outros lugares, deixamos de priorizar nossa cultura. Para verificar outros casos, traremos outras produções que poderiam ter mais incentivo, como é o caso da produção de jabuticaba a seguir.

Figura 7 - Cartograma da produção de jabuticaba em Goiás por município



Nota: Informações referentes aos estabelecimentos com mais de 50 pés em 30/09/2017.

Fonte: Censo Agropecuário (2017).

De acordo com o último Censo Agropecuário, o plantio de jabuticaba no território goiano está basicamente no município de Hidrolândia, com 1.672 toneladas; os outros municípios teriam uma produção bem reduzida e pouco expressiva, que são: Goiânia, Aragoiânia, Goiás e Santo Antônio do Descoberto, conforme cartograma apresentado na Figura 7.

Destaca-se que a defesa da diversidade na produção de alimentos encontra respaldo também na geração de novos empregos, para além do auxílio na preservação de partes dos biomas e das culturas alimentares.

O uso da jabuticaba, se incorporado na cultura culinária, poderia estar mais presente em sorvetes, doces, licores, manjar, bolo, entre tantas outras preparações, o que geraria um fortalecimento em cadeia e não o fortalecimento circunstancial.

Quando se selecionam os dados de produções como acerola, pitanga e goiaba (Figura 8, 9 e Figura 10, respectivamente), percebemos a sua baixíssima produção, conforme cartogramas apresentados a seguir. A pitanga não chegou a aparecer no Censo Agropecuário (2017) e a acerola apenas no município de Luziânia. A produção de goiaba fica circunscrita aos municípios de Padre Bernardo e Campo Limpo de Goiás.

Essa baixa produção acaba significando também a baixa distribuição e circulação de outros alimentos, pois os municípios passam a depender da importação, algo que vai na contramão dos circuitos curtos, defendidos por Menezes e Almeida (2022) e definidos por Chaffote e Chiffolleau (2007) como circuitos caracterizados pela venda direta realizada pelo agricultor ou de forma indireta por meio de um intermediário local entre o produtor e o consumidor final.

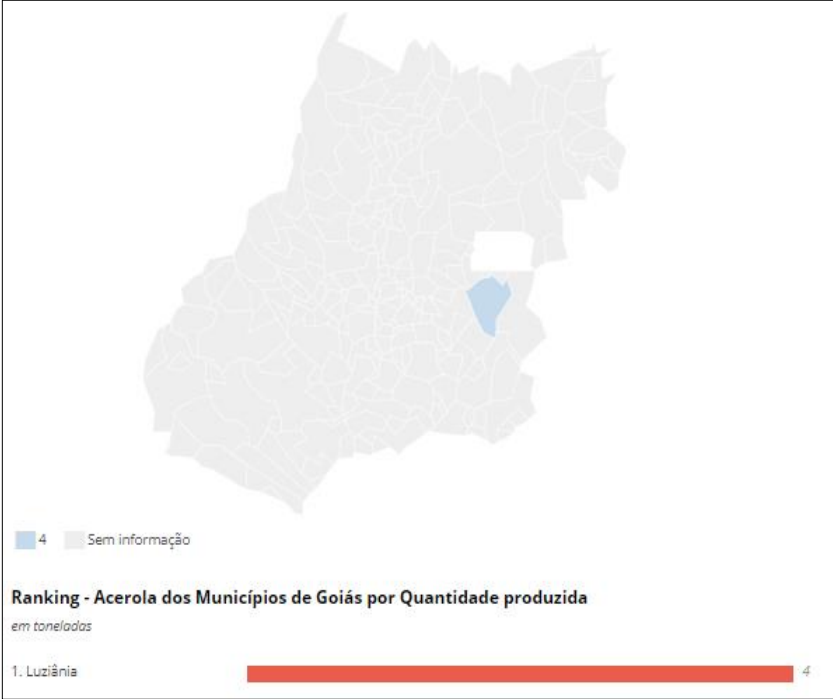
Figura 8 - Cartograma da ausência de produção de pitanga em Goiás



Nota: Informações referentes aos estabelecimentos com mais de 50 pés em 30/09/2017.

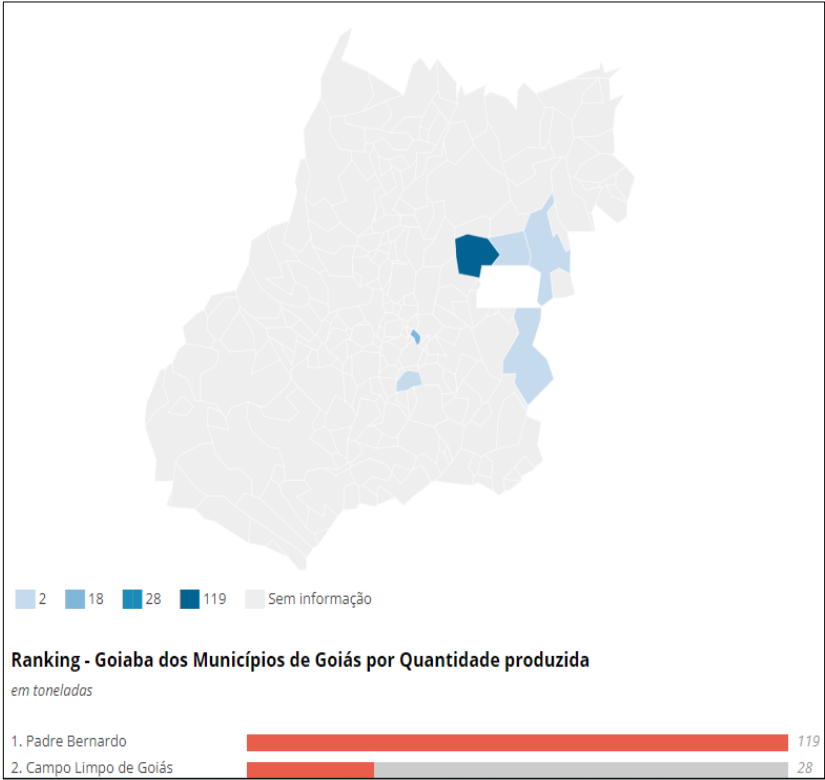
Fonte: Censo Agropecuário (2017).

Figura 9 - Cartograma da produção de acerola com destaque para Luziânia (GO)



Nota: Informações referentes aos estabelecimentos com mais de 50 pés em 30/09/2017.
Fonte: Censo Agropecuário (2017).

Figura 10 - Cartograma da produção de goiaba no estado de Goiás por município



Nota: Informações referentes aos estabelecimentos com mais de 50 pés em 30/09/2017.
Fonte: Censo Agropecuário (2017).

Devido a essa baixa produção de outros alimentos além dos exportáveis, percebemos que essa modernização territorial se apresenta de forma desigual, pois os vultosos investimentos não alcançam alimentos tradicionais importantes para a cultura alimentar goiana e brasileira. Por essa razão, quem frequenta os supermercados em janeiro, março, setembro ou dezembro, ou seja, em distintas épocas do ano, vê pouquíssima diferença na oferta de alimentos.

O que se apresenta é uma padronização que quase nada se relaciona com as estações do ano, com a cultura produtiva local e com a dinâmica dos biomas brasileiros, porque o que está à venda não é o que tem relação com o território, mas sim com produtos cujo consumo já foi “introjetado” culturalmente nas pessoas. Esses produtos são capazes de fazer sentido em qualquer região do Brasil, de fácil logística, com maior durabilidade e que já foram martelados em peças publicitárias ao longo de anos, a ponto de parecer que sempre estiveram presentes.

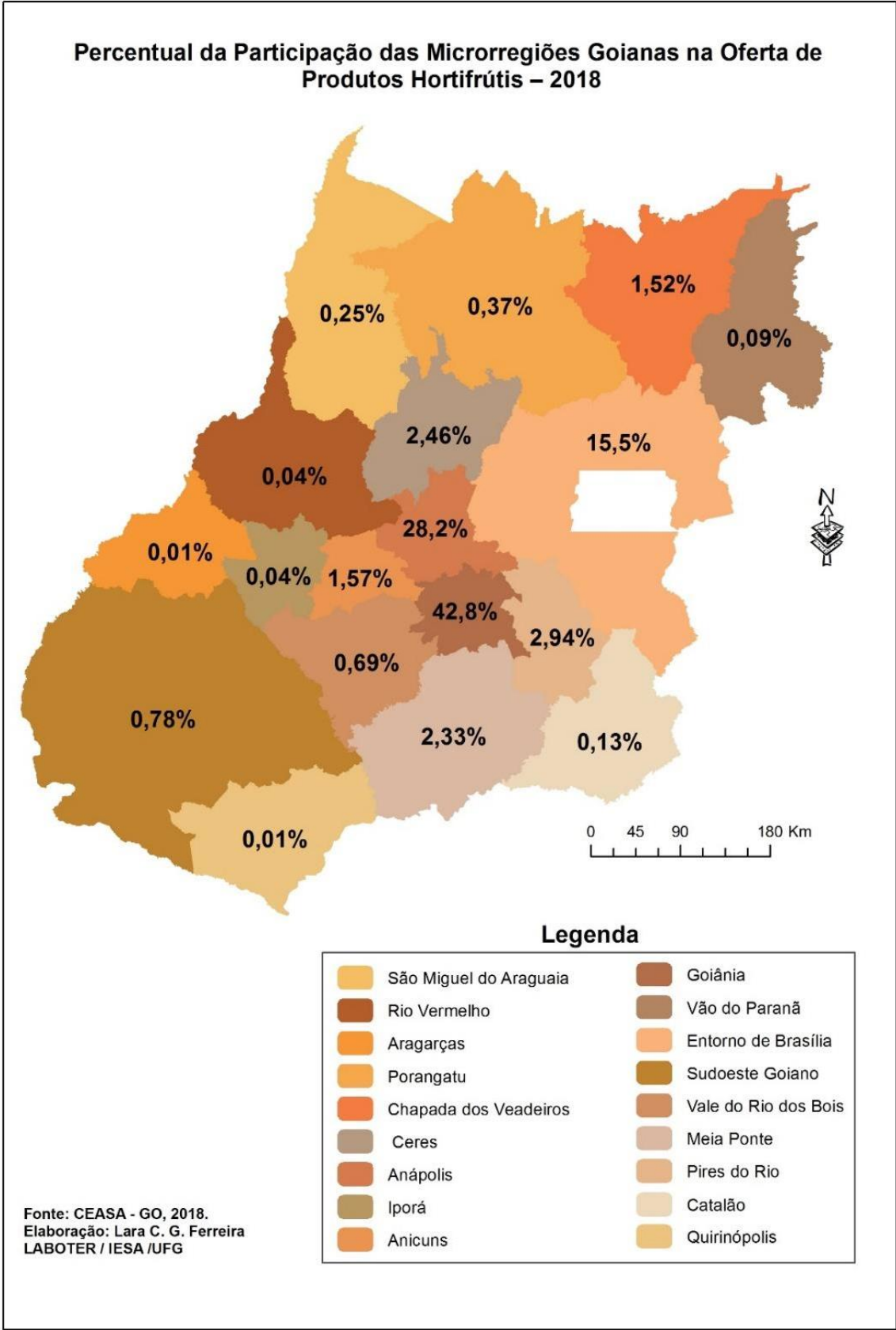
O impacto disso vai muito além do que o que está exposto em gôndolas de hipermercados, supermercados e minimercados. Devido a essa tentativa constante de padronização, está cada vez mais complicado para o pequeno produtor competir com as grandes redes porque o pequeno produtor precisa travar duas batalhas: **a)** a concorrência desleal por preços e **b)** a disputa pela cultura alimentar incorporada e publicada. Não são suficientes os esforços em produzir alimentos do Cerrado, ou frutas de cada época, uma vez que muitas crianças, jovens e adultos não alcançam a possibilidade de escolher esses alimentos.

Essa realidade impacta a lógica de construção de cardápios nas escolas públicas, a relação local-global, as festas de alimentos e até mesmo as noções que se tem quando se pensa em construir uma indicação geográfica, pois parte considerável da população está, não exatamente por livre escolha, alheia a essas questões, pensando apenas em acessar o que se vê. Esses tópicos relacionados ao supermercado serão aprofundados junto ao debate sobre globalização e alimentação.

Retornando à leitura espacial do território goiano, apresentamos na sequência (Figura 11) a participação das microrregiões de planejamento goianas na oferta de hortifruti em 2018. Um dos dados mais importantes a serem observados no mapa que segue é a produção concentrada na proximidade da Região Metropolitana de Goiânia, onde também se localiza um forte adensamento populacional.

Uma questão primordial é que o campo brasileiro, por exemplo em áreas do Centro-Oeste do Brasil, no qual o estado de Goiás está inserido, apresenta uma agricultura altamente mecanizada. Dessa forma, tem se verificado um crescimento na produção de hortifruti nas proximidades das metrópoles associado à necessidade de produção desse tipo de alimento frente aos grandes centros urbanos e áreas conurbadas.

Figura 11 - Participação das microrregiões goianas na oferta de hortifruti – 2018



Fonte: Central de Abastecimento de Goiás - CEASA-GO, 2018.

Traçando um paralelo entre a produção de *commodities* em Goiás e a produção de comida, tem-se que, das 18 microrregiões do estado, a que mais se destaca na oferta de produtos hortifruti é a microrregião Goiânia (Figura 11), que produziu mais de 219.970 toneladas de hortifrúti no ano de 2018; seguida pela microrregião Anápolis e Entorno de Brasília. Verifica-se, portanto, que a demanda urbana por comida tem aumentado a sua produção nas regiões metropolitanas ou nas adjacências de grandes e médias cidades como Brasília, bem como no Distrito Federal e em Anápolis.

Por meio dos dados citados (Figura 11), observa-se claramente a concentração da produção de hortaliças em regiões específicas, sendo elas principalmente Goiânia (42,8%), Anápolis (28,2%) e Entorno de Brasília (15,5%). Juntas essas três microrregiões somam 86,5% de toda oferta de produtos hortifruti do estado de Goiás.

Essa concentração não favorece o abastecimento da população justamente por estar concentrada em algumas regiões. A necessidade de transporte desses alimentos pode repercutir tanto no aumento do preço quanto pode também apresentar vulnerabilidade de abastecimento em caso de manifestações como foi a greve dos caminhoneiros de 2018 (Figura 12), quando ocorreu uma breve interrupção do abastecimento de alguns produtos alimentícios em alguns supermercados, sobretudo em grandes cidades do estado, como na capital Goiânia.

Figura 12 - Repercussão midiática da greve dos caminhoneiros 2018



Fonte: Jornal Opção, G1, Metrôpolis e Uol Economia (2018). **Organização:** Sena (2021).

Diante da repercussão da greve dos caminhoneiros em 2018, dois discursos foram particularmente hegemônicos entre a repercussão na mídia: **a)** o impacto da paralisação dos caminhoneiros no abastecimento urbano e **b)** os debates sobre o que motivou e quem teria financiado a greve. Algo que atravessa essas duas correntes de interpretação sobre a paralisação é o fato de que, apesar dos investimentos (que serão melhor detalhados em série histórica no próximo tópico), o estado de Goiás não conseguiu se tornar independente e soberano com relação à sua produção alimentícia.

Isso porque, conforme demonstrado no mapa da Figura 11, as áreas mais produtivas do estado estão dedicadas à monocultura, enquanto a principal produção se encontra justamente nas proximidades da metrópole. As suspeitas de que a greve teria financiamentos ocultos é que ela teria motivações financeiras, pois atacaria alvos específicos.

A região mais produtiva em quantidade de alimentos coincide com a proximidade com o local de residência de grande parte dos consumidores e facilita a logística de entrega de comida. A conversão da maior parte do território em produtos não necessariamente destinados à população local torna a conquista da soberania alimentar um pouco mais distante.

Segundo dados do IMB (2017)¹³, observa-se a presença de muitos municípios da Região Metropolitana de Goiânia e adjacentes a Anápolis e Brasília na oferta dos produtos disponíveis na CEASA-GO, podem-se citar: tomate, cenoura, chuchu, milho verde, cará, jiló, mandioca, batata-doce, entre outros. Entretanto, isso não significa que essas grandes cidades ou o estado de Goiás sejam autossuficientes em hortifruti.

Apesar de a CEASA concentrar a produção antes de distribuir, o consumidor final que frequenta semanalmente supermercados e feiras não encontra com muita frequência hortifruti ou uma produção de comida relacionada com as estações do ano ou épocas de produção. Isso se explica, em parte, porque, mesmo a produção um pouco mais diversificada (diferente das produções de monocultura), ainda não consegue ser diversa a ponto de atender à população na diversidade que o bioma

¹³ Disponível em Goiás em Dados – 2017. Acessível pelo link a seguir:
<http://www.imb.go.gov.br/files/docs/publicacoes/goias-em-dados/godados2017.pdf>.

Cerrado poderia oferecer e, mais dificilmente, ainda há um agrupamento de potências alimentares que o Brasil poderia oferecer e explorar de forma eficiente.

Abordamos essa questão de oferta de produtos e relações com os biomas ou as questões climáticas locais em visita técnica realizada na sede da CEASA em 2021. Na oportunidade, dialogamos com o setor responsável pela produção estatística e que também lida com operação e estratégia de mercado, um setor estratégico que visita as chegadas de alimentos periodicamente.

A justificativa do diretor do departamento (E9)¹⁴, bem como da equipe que trabalha com esse catálogo de informações que depois subsidia uma série de estudos, inclusive o que possibilitou nosso mapeamento, é que existe uma questão de oferta e demanda. A CEASA compra mais o que é mais produzido na região. Existem também estratégias de importação de alimentos, seja de outros estados brasileiros ou até países, mas até mesmo essa importação segue a lógica do mercado: “procuramos os melhores produtores, preços e o que o goiano consome, não podemos ficar com produto parado, é caro pra gente”, relatou.

O relatado em entrevista demonstra parte do que estruturamos como argumento: uma vez que se dominam ou se constroem noções específicas de construção do paladar, todo o mercado seguirá esse caminho. Essas construções são estratégicas e envolvem uma série de elementos que serão discutidos em outras seções ou capítulos da pesquisa.

Dialogar com representantes da CEASA é importante por conta da centralidade dessa instituição, presente em Goiás desde 1970, quando foi constituída nos termos da Lei nº 7.490, de 26 de abril de 1972, e regulamentada pelo Decreto nº 70.502, de 11 de maio de 1972, ainda como Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento (SINAC).

Essa centralidade deve-se ao fato de que a CEASA abastece, além de supermercados, uma parte significativa dos pequenos mercados, feiras e até mesmo parte da aquisição de produtos para alimentação escolar. Então, de certa forma, o que está disponível na CEASA é bastante representativo do que o povo goiano possui enquanto disponibilidade e possibilidade de acesso à comida. Há de se considerar

¹⁴ E9 - Entrevista com o responsável pelo departamento de logística e organização de dados da CEASA.

também as pequenas feiras independentes, bem como produções agroecológicas inseridas em outras lógicas produtivas, que em certa parcela também participam indiretamente da comercialização da CEASA, mas, em outros momentos, se inserem em outras correntes e outros circuitos produtivos e de consumo.

1.6 Investimentos na produção de alimentos em Goiás: dados que revelam o distanciamento da conquista por soberania

A análise de investimentos nas produções alimentares em Goiás nos auxilia na compreensão de prioridades selecionadas por gestores e empresas privadas. Neste tópico, nos esforçamos para compreender de forma mais objetiva como esse investimento financeiro se deu ao longo dos últimos anos.

O mote da Revolução Verde, modelo baseado no uso intensivo de agrotóxicos e fertilizantes sintéticos na agricultura, provocou mudanças profundas nas formas de se produzir alimentos. A partir da inserção de tecnologias diversas, estávamos diante de uma alteração substancial nas formas e, principalmente, na quantidade possível de se produzir toneladas e toneladas de alimentos.

Essas mudanças ocorrem em diversos lugares do globo justamente por conta do modelo econômico e da competitividade inerente a ele, conforme observaram Andrade e Ganimi:

[...] numa agricultura globalizada em que a produção se dá em escala global por meio das empresas hegemônicas que buscam, incessantemente, o lucro, a competitividade reflete uma luta desigual na qual aquelas que não conseguem obter a mais-valia maior estão fadadas à falência e tal mais-valia consiste, segundo o pensamento miltoniano, no motor único da globalização perversa. (2007, p. 50).

O modelo citado ganhou ainda mais força na década de 1970 justamente por conta dos investimentos realizados por parte do Governo Federal por meio do crédito rural, de incentivos fiscais e de outros subsídios. Desde então, houve a ampliação do pacote tecnológico no Brasil com o intuito de modernizar o campo com máquinas, equipamentos e pesquisas. Tal modernização tem propagado um modelo de crescimento econômico centralizado com diálogos não muito frutíferos ao desenvolvimento dos menores produtores de alimentos.

Cabe lembrar ainda que esse pacote de transformações incorpora a expansão da fronteira agrícola, os incentivos ao uso de agrotóxicos e as alterações no Código Florestal (Lei nº 12.651/2012), Lei federal que regula o uso da terra e dos recursos naturais do país, considerada o principal marco legal ambiental.

Dados do governo brasileiro apontam que 48,45% da vegetação nativa do Cerrado, por exemplo, foram suprimidas até o ano de 2010 (MMA, 2016). Ou seja, o Cerrado possui apenas 51% de vegetação remanescente, sendo esse percentual representativo, especialmente nas regiões de presença das comunidades tradicionais (norte e nordeste goianos), constantemente atacadas em forma de discurso e fisicamente, pois parte dos empresários do ramo alimentício e as bancadas políticas do agronegócio entendem as comunidades tradicionais como uma “barreira” ao “progresso” e à “modernidade”. Destacamos as aspas nesse caso para lembrar as contradições desse progresso e dessa modernidade, bastante elucidadas na obra de Dupas (2007).

Isso nos permite afirmar que, além do desastre ambiental anunciado, perdemos, no bojo desse desmatamento e das queimadas em favor da expansão de uma só cultura alimentar (ou de pouquíssimas culturas em diversidade), parte considerável de comidas ou de Plantas Alimentícias Não Convencionais (PANCs) que nem mesmo tivemos tempo de reconhecer ou incorporar nas dietas.

Conforme afirma Jacob (JACOB, 2020, p. 3), “o critério de não convencionalidade é sempre relativo em termos de geografia e cultura”. Nesse contexto, a autora considera que dentro desse tema existem duas discussões principais: uma nutricional e outra cultural. Para confirmar isso, cita o exemplo da *Spondias tuberosa Arruda* (umbu), percebida como não convencional para a maioria das pessoas na parte sul do Brasil e convencional em alguns lugares do Nordeste.

Dessa maneira, notamos que a convencionalidade ou não de um alimento remete às tradições do uso desse alimento nas culinárias mais populares. A Revolução Verde e os novos modos de se produzir alimentos atacam frontalmente esses modos de vida tradicionais quando desmatam e quando desapropriam populações em nome de uma monocultura.

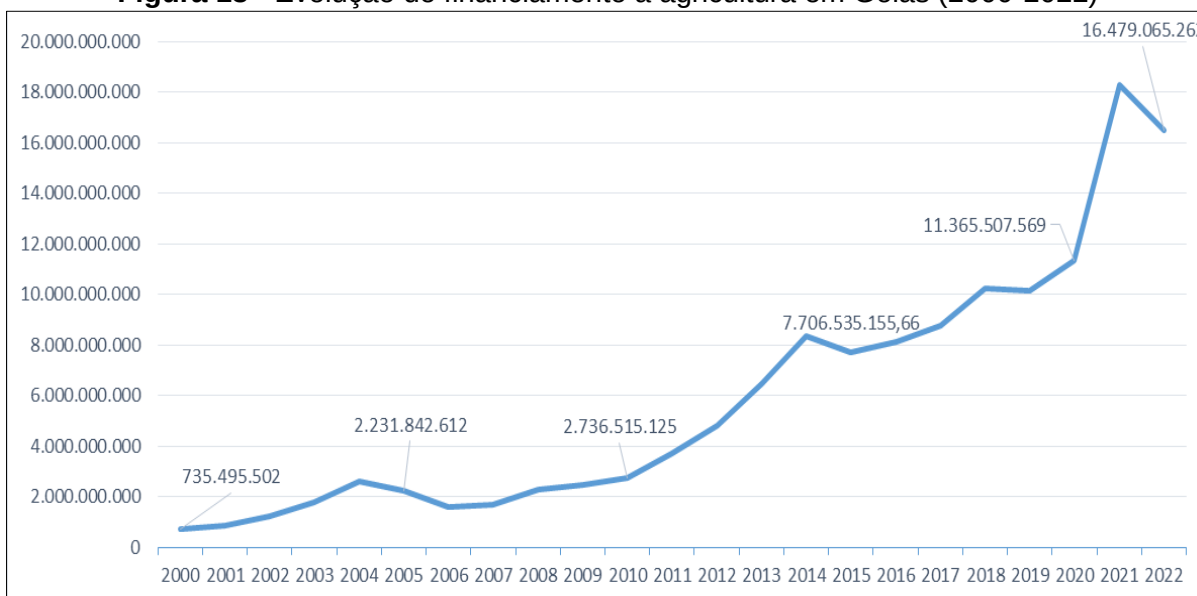
Voltando às dificuldades em se produzir no campo produções convencionais ou não, citamos a concentração de terras e o monopólio de sementes e insumos, verificando-se, também, a falta de políticas públicas¹⁵ que favoreçam a classe.

A Figura 13 mostra um aumento bastante representativo referindo-se à evolução do financiamento à agricultura em Goiás, demonstrando que os R\$ 735.495.502,00 no ano 2000 saltaram para R\$ 16.479.065.262,00 em 2022, um aumento percentual de cerca de 2.140%¹⁶.

Com valores tão expressivos ao longo das últimas décadas, era de se esperar um cenário de investimentos amplos que alcançasse pequenos, médios e grandes produtores. Mas não foi o que ocorreu, pois, nos mapas apresentados no início do capítulo, as maiores produções do território goiano são recorrentemente as mesmas, e as de exportação também. Não se trata de um aumento de financiamento circunstancial, nem mesmo de dobrar ou triplicar o financiamento, mas sim de valores exorbitantes, então a justificativa de que não se tem dinheiro para investimentos diversificados não se aplica a esse caso concreto.

¹⁵ Ressaltamos que algumas políticas públicas de desenvolvimento rural foram muito importantes para o fortalecimento da agricultura familiar nas últimas décadas. Podem ser destacados o Programa de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) na década de 1990 e, mais recentemente, em 2003, o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). Contudo, a intenção do presente texto é realizar, de forma crítica, uma reflexão acerca dos vultosos investimentos do Estado brasileiro no agronegócio em comparação aos investimentos na agricultura camponesa.

¹⁶ Os valores brutos em reais são referentes aos anos destacados no gráfico, informados pelo estado de Goiás na plataforma do Instituto Mauro Borges (IMB).

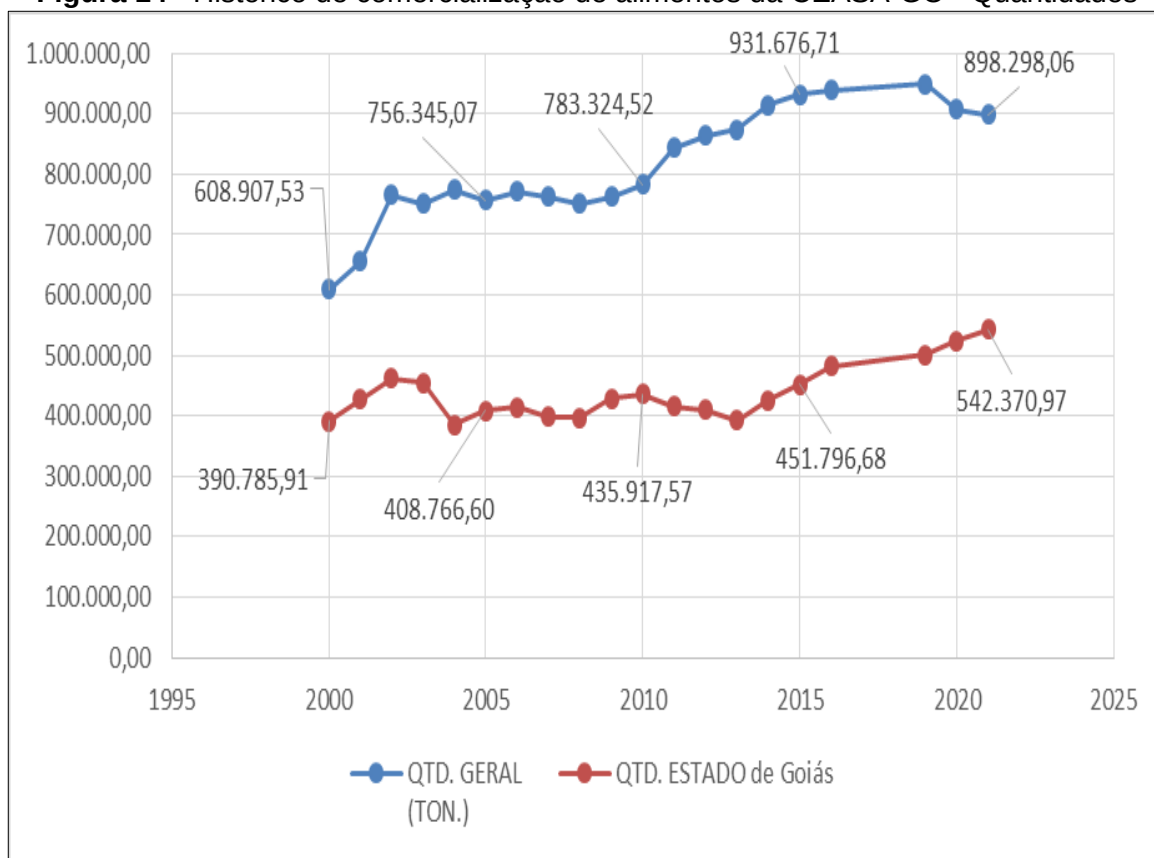
Figura 13 - Evolução do financiamento à agricultura em Goiás (2000-2022)

Fonte: IMB (2022).

Analisando-se esse investimento e considerando o patamar de tecnologia disponível no campo goiano atualmente, percebemos que, caso as políticas públicas e os direcionamentos políticos tivessem foco na ampliação da segurança e da soberania alimentares do povo goiano, poderíamos observar outros mapas quando o assunto fosse produção alimentar voltada ao que o povo goiano realmente necessita comer.

Ao longo da série histórica analisada (2000 a 2022), o estado de Goiás poderia ter se tornado menos dependente de outros estados em termos de oferta de alimentos. Esse dado fica ainda mais evidente quando se observa o histórico de comercialização da CEASA no mesmo período de tempo, pois, apesar de aumentar a comercialização de produtos, o aumento percentual nem se aproxima do que seria esperado após um financiamento tão significativo.

Para esta análise, apresentam-se, na Figura 14, a quantidade em toneladas de comercializações advindas da produção de Goiás e a quantidade geral, podendo vir de outros estados brasileiros ou até mesmo de outros países.

Figura 14 - Histórico de comercialização de alimentos da CEASA-GO - Quantidades

Fonte: CEASA-GO, Banco de Dados (2022).

Organização: Sena (2022).

Com a análise dos dados apresentados na Figura 14, imediatamente após a apresentação dos dados de investimentos e financiamentos da agricultura em Goiás, evidenciamos que a quantidade expressiva de aplicação de recursos não significou, nitidamente, uma correlação em termos percentuais da independência de Goiás com relação a outros estados brasileiros.

A base de dados da CEASA é bastante ampla e considera hortaliças, folhas, flores, hastes, frutos, raízes, bulbos e tubérculos, frutas nacionais e importadas, aves e ovos, cereais, entre outros produtos diversos. Na série apresentada (2000-2021), observa-se que em 2000 a quantidade comercializada em Goiás era de 390.785,91 e passou para 542.370,97 em 2021, um aumento percentual de cerca de 38,7%, frente aos 2.140% citados anteriormente, o que se refere ao aumento, no mesmo período, do financiamento à agricultura no estado de Goiás.

Para que esta análise não se limite aos anos iniciais e finais do recorte selecionado (que se justifica pela disponibilidade da CEASA, sendo também o período

em que a modernização da agricultura se intensifica significativamente em Goiás), foram apresentados os valores de comercialização de produção geral (em toneladas) paralela à de Goiás em todos os anos, com destaque para o dado mais recente e os valores parciais de cinco em cinco anos.

Para compreender de forma integrada os dados inicial e final, apresentamos, na Tabela 2, os valores percentuais resultantes do comparativo: **a)** comercialização geral e **b)** comercialização da produção goiana.

Tabela 2 - Financiamento à agricultura e histórico da comercialização na CEASA-GO (2000-2021)

FINANCIAMENTO E PARTICIPAÇÃO GERAL			PARTICIPAÇÃO DE GOIÁS	
Ano	Financiamento em R\$	QTD. Geral (Toneladas)	QTD. ESTADO	Porcentagem (%)
2000	735.495.502	608.907,53	390.785,91	64,2
2001	853.952.098	655.626,06	427.598,36	65,2
2002	853.952.098	765.269,11	462.000,00	60,4
2003	853.952.098	751.836,41	454.219,63	60,4
2004	853.952.098	774.908,75	385.285,30	49,7
2005	853.952.098	756.345,07	408.766,60	54,0
2006	853.952.098	771.002,63	414.088,03	53,7
2007	853.952.098	762.483,08	398.193,56	52,2
2008	853.952.098	750.485,52	396.613,67	52,9
2009	853.952.098	763.123,09	428.488,61	56,2
2010	853.952.098	783.324,52	435.917,57	55,7
2011	853.952.098	843.077,63	416.156,67	49,4
2012	853.952.098	864.567,59	410.590,65	47,5
2013	853.952.098	873.310,15	392.529,98	45,0
2014	853.952.098	913.814,99	426.316,71	46,7
2015	853.952.098	931.676,71	451.796,68	48,5

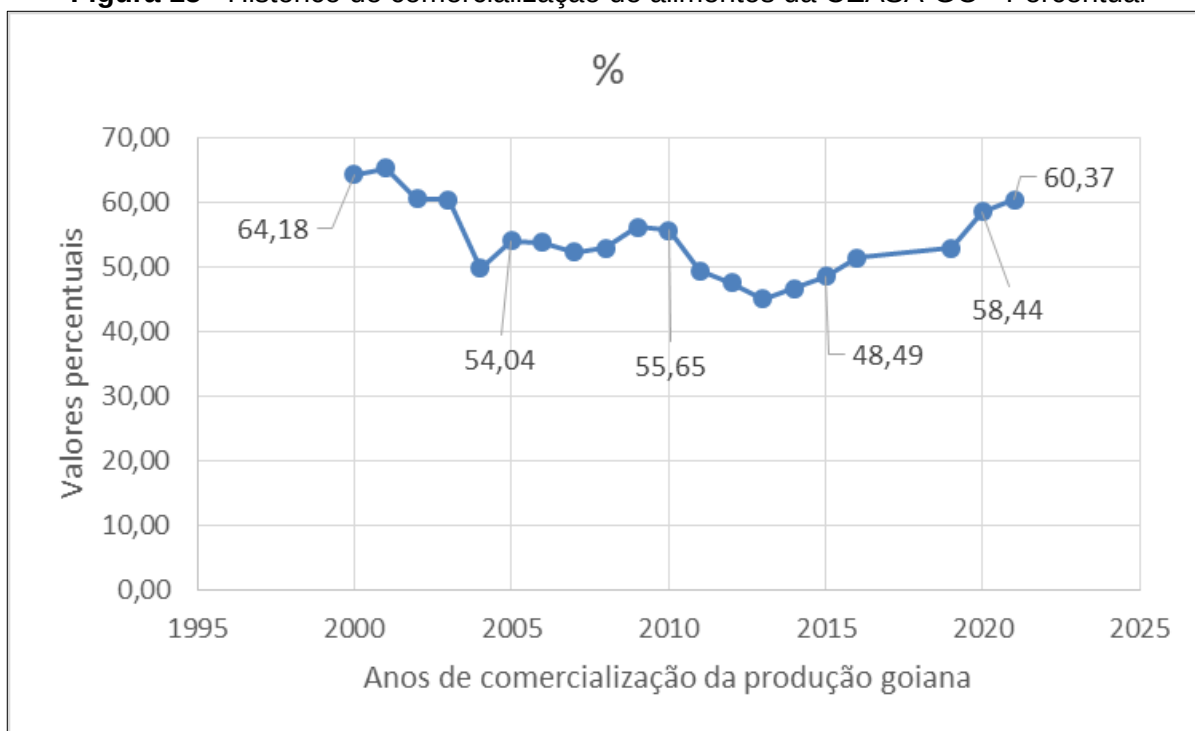
2016	853.952.098	939.034,05	482.709,76	51,4
2017	853.952.098	943.171,55	479.782,23	50,9
2018	853.952.098	950.465,50	513.199,89	54,0
2019	853.952.098	949.286,74	501.563,94	52,8
2020	853.952.098	906.570,12	523.908,24	58,4
2021	853.952.098	898.298,06	542.370,97	60,4

Fonte: IMB (2022) e análise conjuntural – Boletim CEASA (2021).

Organização: Sena (2021).

Curiosamente, como apontado na Tabela 2, o ano em que o estado de Goiás mais comercializou sua própria produção, sendo menos dependente dos produtos de outros estados brasileiros e de outros países, foi o ano 2000, já que 64,18% do que era comercializado pela CEASA também era produzido no próprio estado de Goiás. Ou seja, apresentava um grau de dependência de 35,82% de produtos alimentícios vindos de outros estados ou regiões brasileiras. Em 2021, esse percentual passou para 60,37%, diminuindo, portanto, a participação de Goiás e o consequente aumento da dependência de outras regiões, que aumentou para 39,63%.

Houve ainda momentos em que a participação de Goiás na comercialização percentual foi de apenas 46,65% (no ano de 2014). Ou seja, por mais contraditório que possa parecer, no comparativo financiamento à agricultura e percentual de comercialização, quando se tinha menos financiamento, se comercializavam mais produtos goianos. Seguimos com o detalhamento do que foi apresentado na Figura 15, dando destaques circunstanciais aos dados mais importantes para essa compreensão.

Figura 15 - Histórico de comercialização de alimentos da CEASA-GO - Percentual

Nota: Quantidade em toneladas geral e do estado de Goiás (2000-2021).

Fonte: CEASA-GO, Banco de Dados (2022).

Organização: Sena (2022).

As contradições apresentadas no comparativo de toneladas gerais e toneladas de Goiás sintetizadas na Tabela 2 não deveriam parecer uma casualidade. Trata-se, na realidade, de um projeto de modernização agrícola implantado anos atrás, conforme observaram Mendonça (2002), Calaça e Dias (2010), Oliveira e Chaveiro (2010) e, especialmente, Queiroz (2010), com seu trabalho sobre modernização agrícola e transformações socioespaciais em Goiás. Tais contradições são a síntese dos caminhos e investimentos tomados outrora e que agora se materializam em forma de dados objetivos.

Como afirmamos algumas vezes, os financiamentos à agricultura goiana não são um financiamento descentralizado e que alcança os 246 municípios do estado de forma minimamente equivalente em recursos e culturas alimentares. Em outra via, são recursos bastante centralizados para produtores e produções específicas e que, por mais que se utilizem bancos públicos ou recursos com participação expressiva do Estado, não alcançam, de fato, os cidadãos em sua diversidade. Por isso a mera

comparação de financiamento com comercialização não é suficiente para compreender o que se passa no campo e em sua relação com a cidade moderna.

Com esses dados iniciais, pretendemos refletir e afirmar que o estado de Goiás, assim como muitos outros no Brasil, parece se afastar de uma soberania alimentar. Isso ocorre não apenas porque os investimentos públicos e privados têm transformado a alimentação da população cada vez mais próxima de uma questão mercadológica do que uma questão de saúde e cultura alimentar dos povos. Os investimentos e financiamentos realizados atendem a interesses diversos, nem sempre em diálogo com as comunidades próximas aos locais de produção.

Isso é problemático em muitos níveis. Do ponto de vista nutricional, mesmo com tantos incrementos tecnológicos e expansão em investimentos financeiros na agricultura, parte da população ainda passa fome e possui carência nutricional. Segundo dados do DATASUS (2018), a lista de morbidade registrou 398.234 atendimentos a pessoas desnutridas, junto ao quadro de doenças endócrinas nutricionais e metabólicas.

Tais dados deixam em destaque que a soberania alimentar envolve a cultura. A noção de soberano caminha com o sentido mais amplo de liberdade e de suficiência. Não parece ser possível ter uma cultura alimentar soberana dependendo mais da produção externa do que da interna. Outro entrave observado para a soberania seria importar não apenas os ingredientes de outras culturas, mas também os modos de fazer. Tal fato é mais negativo ainda quando o modo de fazer coincide com um modelo industrial de alimentação.

Por esses motivos afirmamos que a soberania alimentar possui significados que ultrapassam esse atendimento nutricional imediato. Pela falta de compreensão ou falta de interesse em querer solucionar questões fundamentais sobre o significado dos alimentos para as pessoas, alguns governantes brasileiros já chegaram a propor a criação de uma “ração para humanos”¹⁷, que quase ficou incorporada na

¹⁷ Manchete do El País: “João Doria e arcebispo de São Paulo: ‘Pobre não tem hábito alimentar, pobre tem fome’”. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/18/politica/1508347385_718583.html. Acesso em: 12 out. 2017.

alimentação escolar¹⁸. Não aprofundaremos neste capítulo as questões sobre a construção do gosto na alimentação escolar porque isso será feito em outros momentos da pesquisa.

Inclusive, a ração só não foi inserida na alimentação escolar por conta das regras e da estrutura do programa de alimentação escolar brasileiro, o PNAE, que não abarcou tais condutas do ponto de vista técnico e financeiro. O fato de esse tipo de discurso ser proposto demonstra os desafios de nosso tempo, bem como o baixo grau de compreensão sobre as necessidades humanas e os significados da alimentação para cada grupo social.

No livro *Em defesa da sociedade*, Foucault (2012) articula acontecimentos eruditos e das memórias locais, elucidando a constituição de um saber histórico de lutas e a relação desse saber nas táticas atuais. Retomamos esse livro pelo alerta aos efeitos de poder vinculados à instituição e ao funcionamento de um discurso considerado científico.

Estamos apontando para o fato de que é possível justificar, científica e nutricionalmente, uma proposta que “desumaniza” estudantes e seres humanos, promovendo uma equivalência entre a comida de animais domésticos e a de seres humanos. Essa proposta parece, ao olhar de vários, adequada e “pragmática” por propor um falso encurtamento entre o problema da fome e o problema da nutrição mínima.

Nessa corrente de pensamento, parece mais fácil equivaler a ração humana e a ração animal como “solução” do que enfrentar os grandes problemas da concentração de renda, dos investimentos desiguais, da modernização excludente, entre outros. Ou seja, ao se depararem com a complexidade dos sintomas da fome no país, certos sujeitos preferem tapar o sol com a peneira, recorrendo a uma expressão popular, a enfrentar a dura realidade e a estrutura desses males. Tratam, recorrentemente, do sintoma e não da doença.

Isso nos alerta que o discurso científico também pode ser perigoso. Todo saber está, de alguma forma, ligado ao exercício de um poder (FOUCAULT(1978). O

¹⁸ Manchete da Veja: “Doria desiste de incluir ‘ração humana’ na merenda escolar. Pessoa próxima ao prefeito de São Paulo diz que ele recuou por perceber que medida contrariava regras de programa alimentar da própria prefeitura”. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/doria-desiste-de-incluir-racao-humana-na-merenda-escolar/>. Acesso em: 12 out. 2017.

discurso de uma época explode sozinho ou de forma isolada. Frases e propostas como essa só foram possíveis, nesse momento histórico, por conta de uma série de acontecimentos e de discursos menores que serviram como arcabouços e escadas para que os discursos dos alimentos fossem levados para esse lugar.

Essa proposta é descabida porque novamente reduz a fome e o alimento ao fator nutricional, ignorando-se a geografia, a economia e a sociologia do problema. A medida foi encarada como desrespeitosa e precária por ignorar parte do caráter social e cultural e da dignidade humana na conquista por seus alimentos. Não é demais reforçar que os alimentos também constituem e fazem parte da identidade dos povos e possuem um sentido social.

Maciel (2005, p. 49) afirma que, na alimentação humana, natureza e cultura se encontram, “pois se comer é uma necessidade vital, o quê, quando e com quem comer são aspectos que fazem parte de um sistema que implica atribuição de significados ao ato alimentar”. A autora complementa que a alimentação não se restringe a ser uma resposta ao imperativo de sobrevivência, ao comer para viver, “pois se os homens necessitam sobreviver (e, para isso, alimentar-se), eles sobrevivem de maneira particular, culturalmente forjada e culturalmente marcada” (MACIEL, 2005, p. 49).

Isso acaba sendo uma oportunidade para repensar as contradições em termos de produção e consumo e a própria logística de distribuição dos alimentos em Goiás. Se as políticas públicas e uma parte considerável do território e dos investimentos público-privados se voltam à construção de um “estado do agronegócio”, como ficará o abastecimento dos grandes centros urbanos?

Para além dos investimentos no campo, que repercutem nas cidades, sobretudo em regiões metropolitanas, as paisagens urbanas e os territórios de alimentação se tornam alvos recorrentes de empresas do ramo alimentício que visam conquistar, cada vez mais, novos e velhos paladares a partir de estratégias cada vez mais arrojadas.

Diante dessa realidade, ressaltamos que, mesmo com diversas revoluções técnicas e científicas disponibilizadas e experimentadas em diversos territórios, ainda persistem problemas elementares como a fome. As cidades e as metrópoles

brasileiras caminham para uma lógica e uma cultura alimentares que intensificam a lacuna entre os produtores e os consumidores.

A cada ano, assistimos ao aumento das redes de atacado e grandes supermercados que vão dominando a oferta de alimentos para as residências, praticamente fazendo sucumbir os pequenos mercados de bairro, aqueles em que conhecemos o dono pelo nome. Uma rede mexicana chamada OXXO chegou ao Brasil em 2020 focada justamente em dominar o mercado de pequenas padarias e pequenos mercadinhos, vendendo “praticidade” para a vida corrida das grandes cidades. O *podcast* *O joio e o trigo*¹⁹ roteirizou, com uma pesquisa bastante interessante, um episódio inteiro sobre esse caso, demonstrando o caminho de apenas 15 meses até a inauguração de mais de cem lojas apenas em São Paulo.

No livro *Os donos do mercado*, os autores Matioli e Peres (2020) se organizaram para mostrar como as redes Carrefour e Pão de Açúcar, a partir de um aparato e do apoio estatal, estão há décadas dominando em uma concorrência desleal parte significativa do mercado de alimentos no Brasil, estando localizadas especialmente em regiões metropolitanas. Os autores chamam atenção ainda para uma ação e uma inação do Estado, que acaba favorecendo grandes redes e seus subprodutos.

Inicialmente, constatamos a inação diante de suas responsabilidades quando deveriam estipular, mediar e cumprir as regras de concorrência. Posteriormente, notamos a ação concreta de direcionamento de recursos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), no caso denunciado pelos autores, quase que totalmente direcionados para as duas redes. Também mencionam momentos em que o Estado não recolheu adequadamente os tributos.

Especialmente em ambientes metropolitanos, fica cada vez mais desigual e desleal a concorrência pelos territórios da alimentação. As grandes redes de comercialização, muitas vezes com capital aberto em bolsas de valores e com possibilidade de angariar recursos em diferentes frentes, e multinacionais não veem problemas em adotar estratégias predatórias para retirar seus concorrentes de cena.

¹⁹ *Podcast O joio e o trigo* sobre a rede OXXO. Disponível em: <https://ojoioetrigo.com.br/2022/04/o-que-esta-por-tras-da-multiplicacao-das-oxxo/>. Acesso em: 8 abr. 2022.

Tal concorrência predatória de vender abaixo do preço de custo é conhecida como *dumping*²⁰.

Além de visar exclusivamente o lucro, essas empresas têm adotado cada vez mais em seus planos de ação estudos da cultura local. No caso da OXXO citado anteriormente, foram realizados diversos estudos sobre o lugar das padarias nas culturas urbanas brasileiras antes de iniciar uma estratégia de territorialização voraz.

Segundo Proença (2010), uma das questões que mais evidenciam os novos caminhos da alimentação, sobretudo em grandes centros urbanos, está no distanciamento do que é humano em cada alimento do dia a dia, pois, enquanto no mercado de bairro e nas padarias sabemos exatamente quem são os funcionários e os donos, que às vezes são encontrados no cotidiano, as grandes redes de supermercado são cada vez mais presentes e dominantes na oferta de produtos alimentícios, e os funcionários seguem anônimos para a maioria da população. Quando se apagam os sujeitos por trás dos alimentos, se apaga também a história deles.

Esses exemplos não são exclusivos da Região Metropolitana de Goiânia. Estratégias desleais empregadas por redes de alimentos são vistas em outras regiões do Brasil, incluindo a capital do país, como no caso de expansão de redes em Brasília estudado por Agner (2016). Em seu estudo, o autor notou que “os supermercados se tornam parte fundamental da compreensão dos processos que permeiam a produção capitalista do espaço urbano e da reprodução desse modo de vida” (AGNER, 2016, p. 106).

Pensar a realidade da produção, da circulação e do consumo de alimentos diante da complexidade da vida metropolitana requer o esforço de interpretar as diversas facetas e os significados da alimentação na sociedade contemporânea, desde as questões ideológicas das dietas, como estudou Woortmann (1978) a partir da interpretação de ideologias e hábitos em grupos sociais de baixa renda, até a

²⁰ *Dumping* ou *dumpingue* (do inglês e em tradução livre: despejo) é o ato de liquidação abaixo do custo. Vende-se, temporariamente, determinado produto abaixo do preço de custo para eliminar, em uma concorrência desleal e predatória, outros comerciantes que não possuem o mesmo fôlego financeiro ou capital de giro capaz de suportar crises. Depois de realizar por meses ou anos tal prática, grandes empresas dominam algum mercado e voltam a subir os preços em busca do lucro encolhido temporariamente.

importância em se delinear novos caminhos e possibilidades de construção de novos hábitos alimentares.

No próximo capítulo, buscaremos compreender as principais tendências alimentares na Região Metropolitana de Goiânia, partindo de seu histórico de formação socioespacial, bem como dos encontros e desencontros das tensões entre empresas diversas do ramo alimentício e das resistências que conseguem permanecer, mesmo diante de cenários pouco favoráveis.

CAPÍTULO 2

REGIÃO METROPOLITANA DE GOIÂNIA:

formação territorial, características e diferenças regionais dos espaços da alimentação

“A galinha é sempre a tragédia mais moderna. Está sempre inutilmente a par. E continua sendo redesenhada. Ainda não se achou a forma mais adequada para uma galinha.”

O ovo e a galinha
Clarice Lispector (1977)

No decorrer da vida, passamos pela mesma rua várias vezes. Entre uma caminhada e outra, conseguimos notar as várias mudanças nas paisagens que nos cercam. Foram essas observações, ainda na infância, que me auxiliaram na construção de algumas noções espaciais, posteriormente melhoradas pelas teorias sobre o espaço e pelas vivências em outras fases da vida.

Lembro que, na esquina próximo a uma casa onde morei em Goiânia, existia uma mercearia que vendia de tudo. Mas, para o olhar das crianças, o que mais chamava atenção era o famoso vidro giratório que possuía várias guloseimas dentro de cada subdivisão. Consigo me lembrar do barulho que fazia a cada giro originado a partir de algo enferrujado. O som era uma das marcas das tantas vezes em que Manoel girava o bote a cada dia, orientado pelo dedo apontado das tantas crianças que passavam por ali. Vez ou outra, ele acabava dando mais doces do que as moedas eram capazes de comprar.

Esse pote de vidro atualmente virou objeto de decoração “retrô”. Ele faz sucesso porque remonta à infância de muita gente. Para matar a curiosidade sobre o paradeiro de Manoel, em um dia na volta do trabalho, passei na mesma rua onde um dia estive a mercearia do Manoel, que infelizmente já não existe, se tornou memória. Pela ausência de uma mercearia de bairro, as crianças também não frequentam mais as ruas em busca de guloseimas. Não existem tantos comércios onde se pode comprar anotando na caderneta para pagar no fim do mês.

Esse relato não marca apenas a nostalgia de uma criança em busca de um tempo que não volta. Marca algumas mudanças significativas na paisagem e na forma como os bairros são organizados. Os pequenos mercados, que já não podem mais competir com os supermercados, têm deixado de existir. O açúcar para o público infantil continua presente e ganhou estratégias midiáticas que agora envolvem redes sociais diversas e o mundo dos jogos on-line.

Os desenhos animados nos programas tradicionais da TV já não existem, ou pelo menos não possuem o mesmo destaque, sumiram da programação na mesma época em que surgiu a Resolução nº 163 (2014), do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), que dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança e ao adolescente.

Mesmo com algumas orientações legais, em regiões metropolitanas ou fora delas, as empresas de comunicação se reinventam em estratégias midiáticas diversas, pautadas na construção de uma indústria cultural da alimentação, em busca de ampliar seu público. A RMG é bastante diversa, por isso mesmo as desigualdades podem parecer mais latentes nela.

É fácil perceber essas desigualdades, mas é extremamente difícil romper com as lógicas que as sustentam. Conforme Adorno (2002, p. 31), “a cultura sempre contribuiu para domar os instintos revolucionários bem como os costumes bárbaros. A cultura industrializada dá algo mais. Ela ensina e infunde a condição em que a vida desumana pode ser tolerada”. Dessa forma, quem se importa com o fechamento da mercearia do Manoel se a indústria dos alimentos e a lógica dos grandes mercados recolocaram quase tudo o que ele vendia em um espaço “gourmet”?

Sobre o tema amplo, Bauman salienta que, em nossa organização social, “o ambiente existencial que se tornou conhecido como ‘sociedade de consumidores’ se distingue por uma reconstrução das relações humanas a partir do padrão, e à semelhança, das relações entre os consumidores e os objetos de consumo.” (BAUMAN, 2007, p. 17).

Por conta desse atravessamento pelo consumo, nossa revolta temporária é constantemente esmagada pelo excesso de trabalho, pelo tempo gasto no trânsito, pelo IPTU e pelas tantas demandas do dia a dia. Há de se considerar que, hoje ou no passado, era e é muito diferente ser criança em Goiânia ou em Bela Vista de Goiás, Caldazinha. Talvez em municípios com menos habitantes ainda seja possível comprar na mercearia de outros Manoéis, ou os pequenos estabelecimentos ainda façam parte do cotidiano das pessoas. Porém, ainda assim, as novas lógicas da modernidade atravessam todos os espaços e em uma velocidade voraz.

Nos mercadinhos de Abadia de Goiás, Caturaí, Guapó ou Terezópolis de Goiás, é possível pagar pelo celular, aproximando-o da maquininha de cartão de crédito. A Coca-Cola e suas linhas alternativas de refrigerante patrocinam as fachadas dos pequenos comércios e sugerem num *banner* de propaganda pré-moldada que a “coxinha” ou o “salgado do Zé” combinam com a Coca-Cola. Nas distribuidoras de bebidas, se o freezer for da *Heineken*, significa que esse território já está em disputa

e que a AMBEV certamente estará propondo alguma parceria para dominar outras fatias do mercado. Cada novo estabelecimento importa.

Se uma empresa domina as “papinhas infantis”, outra vai tentar dominar os derivados do leite. As festas universitárias são patrocinadas geralmente por empresas de cerveja que visam vender uma cerveja bem barata para um público que está iniciando na vida adulta e na fase etílica, pois sabem que, se conquistar aquele paladar nessa fase da vida, depois terão um consumidor eterno. Para conquistar jovens, vale também fazer inserções milionárias no *reality show* mais visto no momento. Não importam os meios, mas sim que o fim seja a conquista de mais um cliente.

Uma estratégia para cada fase da vida. Para crianças, os personagens dos desenhos favoritos atrelados aos doces. Para os jovens, a ideia de felicidade e o reforço de identidades e comunidades pelo consumo de álcool. Para os adultos, as tantas variações dos produtos *gourmet*. Para os idosos, o reforço das ideias de recuperar nutrientes, reforçar o cálcio ou alimentos para longevidade. Apesar de esse caminho ser conhecido por muitos, somos alienados constantemente a pensar que isso faz parte do processo civilizatório moderno, ou que é simplesmente parte do conjunto que é entendido por “viver em cidades”.

Neste capítulo, nos esforçamos para entender como essas disputas estão organizadas nos territórios da RMG. Para tanto, percorremos todos os municípios conversando com as pessoas, fotografando as paisagens, com atenção especial às toponímias dos estabelecimentos alimentares, e buscamos fazer alguns mapas que conseguissem localizar onde estão os principais restaurantes locais e regionais e as redes de *fast food*. Quanto mais complexas se tornam as paisagens e suas múltiplas referências iconográficas, mais difícil se torna o exercício de tentar organizar o que seria local ou externo à lógica daquele município.

A necessidade de compreender as estruturas locais e globais que auxiliam na construção de uma cultura alimentar explica por que selecionamos uma região metropolitana para este estudo. Por acumular mais redes de comunicação e transporte, além do maior quantitativo populacional, espera-se que nas metrópoles as disputas por cooptação de subjetividades vinculadas às formas e ao que comer sejam bastante intensas.

As metrópoles são mais populosas e por isso abrigam também múltiplos sujeitos (nativos ou migrantes), bem como atraem uma complexidade econômica e comercial mais intensa, o que explica também a entrada com maior frequência de empresas do ramo alimentício sobretudo em bairros mais centrais e valorizados, pois elas estão interessadas em conquistar mais consumidores. Esse parece um mote importante e um território ideal para quem pretende se envolver com as geografias alimentares.

Temos de levar em consideração que o estado de Goiás e suas cidades são relativamente novos. A capital, Goiânia, comemora seus oitenta e tantos anos, mas ainda se encontra com menos de cem anos. E os municípios localizados na região metropolitana, por mais que tenham mais idade, ainda estão em uma fase da modernidade que aceita, tranquilamente, qualquer nova tendência alimentar sem questionar muito se aquilo faz ou não sentido para os sujeitos que ali residem.

Isso significa que a absorção de novas tendências parece muito mais direcionada por grandes grupos e indústrias do que pelo protagonismo de uma população. Nosso esforço neste momento se direciona à tentativa de mapear, analisar e, depois, sintetizar alguns traços dos territórios alimentares na RMG que depois serão verticalizados em outras seções.

2.1 O urbano e as regiões metropolitanas: expressão ou supressão de singularidades?

O processo de metropolização das cidades brasileiras é relativamente recente. Os adensamentos urbanos mais significativos do país foram estruturados há menos de um século. Apesar disso, essas configurações têm promovido mudanças profundas tanto na forma quanto na função (SANTOS, 2017) dessas cidades e, consequentemente, na vida de seus habitantes.

A urbanização é o primeiro passo a ser dado para que, posteriormente, outras cidades venham a se conurbar e finalmente formar as metrópoles. No Brasil, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, somente na década de 1970 a população urbana superou a rural.

Embora superar a população rural não seja o único critério para se caracterizar uma região metropolitana ou até mesmo uma cidade, é um dado importante, pois isso

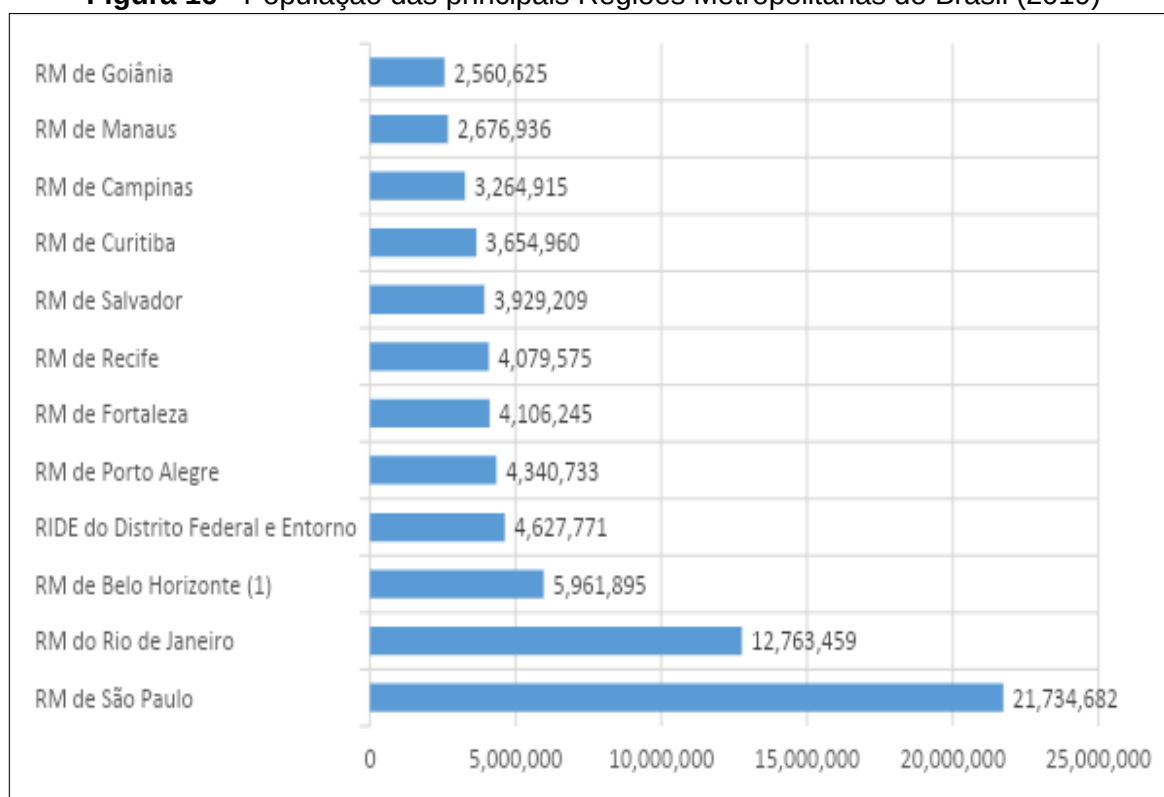
demonstra uma tendência de comportamento e, principalmente, uma tendência de migração – do rural para o urbano –, intensificando o processo de urbanização.

Os motivos que levam as pessoas a migrarem para grandes centros urbanos são vários, a citar: problemas com emprego, questões sociais, perseguições políticas, aspectos econômicos, culturais, religiosos, entre outros, os objetivos finais da migração tendem a ser a busca por melhores condições de existência e de produção da vida.

O primeiro passo para que ocorra uma migração campo-cidade costuma ser a busca por um emprego. A expectativa da maioria dos migrantes é que cidades ou regiões com setor industrial e de serviços especializados mais expressivo possam oferecer mais oportunidades do que as cidades menores.

Nessa busca por regiões específicas, o Brasil foi observando os grandes adensamentos metropolitanos; os 12 principais, incluindo nossa área de estudo, estão representados no gráfico que segue (Figura 16).

Figura 16 - População das principais Regiões Metropolitanas do Brasil (2019)



Nota: (1) Inclui Colar Metropolitano. **Organização:** Sena (2018).

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas (DPE); Coordenação de População e Indicadores Sociais (COPIS) (2018).

Todas as regiões político-administrativas e regionais do Brasil possuem pelo menos alguma região metropolitana, conforme destaca a Figura 16. A maioria delas se localiza na região Sudeste, que concentra as Regiões Metropolitanas (RM) de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Campinas. O Norte, por outro lado, possui apenas uma RM, a de Manaus.

No Nordeste há três RMs: Fortaleza, Recife e Salvador. No Sul, as RMs são as de Porto Alegre e Curitiba. Por fim, no Centro-Oeste, e considerando o Distrito Federal, localizam-se a Região Integrada de Desenvolvimento (RIDE) do Distrito Federal e Entorno e a RM de Goiânia, nossa área principal de estudo. Além das RMs destacadas no gráfico da Figura 16, já foram reconhecidas 35 RMs no Brasil, distribuídas da seguinte forma: Região Sul: 11 Regiões Metropolitanas, Nordeste: 12, Sudeste: 7, Norte: 3, Centro-Oeste: 2, as mesmas citadas no gráfico.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística define como Região Metropolitana uma região estabelecida por legislação estadual e “constituída por agrupamentos de municípios limítrofes, com o objetivo de integrar a organização, o planejamento e a execução de funções públicas de interesse comum”. Isso significa que cada unidade federativa do Brasil tem autonomia para criar suas Regiões Metropolitanas. Ao observar as atuais RMs do Brasil, nota-se que os fatores concentração populacional e conurbação são recorrentemente os principais critérios utilizados para esses agrupamentos.

Para Lencioni (2017), estamos vivendo um novo contexto cujo processo dominante é o de metropolização do espaço. Esse processo corresponde a um momento mais avançado do processo de urbanização. A metrópole se coloca ao mesmo tempo como uma condição para a reprodução do capital. Ainda para a autora, o conceito de metropolização se desenvolve inicialmente restrito às transformações que ocorriam nas regiões metropolitanas, “notadamente dizendo respeito ao desenvolvimento de policentralidades, à crescente extensão territorial e à intensificação das conurbações urbanas” (LENCIONI, 2020, p. 174).

A partir da estruturação das RMs, é bastante comum gestores públicos e empresas privadas tentarem pensar em planos integrados de desenvolvimento ou, no caso dos agentes públicos, em políticas públicas destinadas à melhoria da qualidade dos serviços públicos para a população que habita essas regiões.

O grande número de cidades conurbadas em RMs no Brasil aconteceu de forma bastante rápida. Por isso se pode falar em uma certa particularidade no processo brasileiro de urbanização e metropolização. Se compararmos com outros países que se urbanizaram nessa mesma época, a velocidade com que o processo se alastrou pelo país foi realmente impactante. Essa velocidade repercute na estrutura das cidades, pois elas foram sendo ocupadas e adensadas muito rapidamente, o que dificultou um planejamento mais adequado para abrigar tantos sujeitos com tantas demandas e particularidades.

Se formos analisar a urbanização pelo número de habitantes, considerando a segunda metade do século XX no Brasil, notamos que a população urbana passou de 19 milhões para 138 milhões, multiplicando-se 7,3 vezes (IBGE, 1991). Nesse período, observou-se uma taxa média anual de crescimento de 4,1%.

Os resultados desses processos ficam mais nítidos à medida que novos dados vão sendo lançados, dando a dimensão dos rumos de crescimento urbano no país. Apesar de o Brasil experimentar esse crescimento acelerado e com bastante intensidade, não podemos afirmar que a busca pelo urbano é exclusividade do Brasil ou de países em desenvolvimento.

De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), atualmente 55% da população mundial vivem em áreas urbanas, e a tendência é de que essa proporção aumente para 70% até 2050, ou seja: precisaremos aprender a viver em sociedade e em cidades cada vez mais cheias.

Em 2018, quando o IBGE lançou a estimativa populacional, ficou marcado que mais da metade da população brasileira vive em apenas 6% das cidades do país. Em termos numéricos, isso significava que, no ano mencionado, 317 municípios, de um total de 5.568, concentram 118,9 milhões de habitantes (57%), de um total de 208,5 milhões.

Essa desigualdade numérica na distribuição da população não significa apenas números, pois envolve questões que impactam no cotidiano das cidades, muitas vezes percebidas como caóticas em países em desenvolvimento ou com realidades de vida muito desiguais. O aumento populacional aparentemente repentino, devido ao êxito rural, desafia o planejamento em múltiplas dimensões: como abrigar a quantidade de povos, culturas, crenças em cidades tão lotadas?

Segundo Berman (1986), o turbilhão da vida moderna tem sido alimentado e motivado por muitas fontes, que vão desde a industrialização, um marco inicial desse turbilhão, até o incremento de técnica e tecnologia que criam novos ambientes humanos e destroem os antigos. O autor lembra que esse processo acelera o próprio ritmo de vida ao gerar novas formas de poder corporativo e de luta de classes.

Sobre esse processo de concentração de população apenas em algumas cidades, Berman o assinala como uma

[...] descomunal explosão demográfica, que penaliza milhões de pessoas arrancadas de seu habitat ancestral, empurrando-as pelos caminhos do mundo em direção a novas vidas; rápido e muitas vezes catastrófico crescimento urbano (BERMAN, 1986, p. 16).

O autor lembra ainda que os sistemas de comunicação de massa, apresentados como dinâmicos em seu desenvolvimento, acabam por embrulhar e amarrar, no mesmo pacote, os mais variados indivíduos e sociedades. Diante desse contexto, retomamos a pergunta deste tópico de discussão: seriam as metrópoles expressão ou supressão de singularidades?

Ponderamos que as metrópoles podem ser, ao mesmo tempo, expressão e supressão de singularidades. Expressão porque guardam em si a diversidade e é mais possível se organizar no sentido de reivindicar representatividade junto à imensidão que são as cidades grandes ou médias, pois existe maior possibilidade do encontro de grupos com características semelhantes.

Lefebvre (2008), ao refletir sobre o Direito à Cidade, se atenta à preocupação de considerar o espaço urbano e a cidade como locais de reprodução, produtos das relações de produção e de propriedade. Então contradições como lugar da pluralidade e do controle são possíveis.

Essa linha de pensamento sobre o urbano caminha em sintonia com o que defende Carlos (1994) quando aponta que “a discussão da transformação do urbano deve passar pela consideração de que a reprodução da vida não se resume à satisfação das necessidades materiais” (CARLOS, 1994, p. 231). Por mais que o sistema capitalista nos empurre constantemente para atribuir valor e financeirizar o que possui significado para as pessoas, também existirão sempre resistências diversas num par dialético.

Ainda de acordo com Lencioni (2011, p. 136), quando aborda o processo de metamorfose da metrópole, afirma que o processo de metropolização do espaço se expressa na “intensificação e multiplicidade dos fluxos de pessoas, mercadorias e informações”. Ao pontuar essa questão, a autora acrescenta ainda que, ao observar os novos espaços urbanos no estágio atual do capitalismo, deve ser levado em consideração o crescimento do número de cidades conurbadas. Esse processo tende a ser complexo porque não se distingue muito bem na continuidade da área construída e nem nos limites municipais, mas sim em todo o contexto regional em que as metrópoles se inserem.

Acrescentamos que, se a própria materialidade da cidade é diversa, a noção de pluralidade ganha contornos mais amplos ainda quando se consideram os elementos que vão além do material diante dessa possibilidade de interpretação da cidade e do cotidiano enquanto obra de arte ou como obra humana. Usualmente os sujeitos que compõem e ajudam a construir tanto as cidades quanto as metrópoles ou regiões metropolitanas são múltiplos tanto em origens quanto na manifestação de suas materialidades e subjetividades.

A supressão do espaço-tempo, ou pelo menos a sensação de supressão, é observada constantemente na construção do espaço metropolitano, pois os grupos sociais que compõem as metrópoles quase nunca compartilham os espaços plurais de forma equivalente.

As múltiplas vivências cotidianas em cidades médias e grandes tendem a ser atravessadas pela formalidade e pela burocracia. Damiani (2001, p. 52) nos lembra que dos “[...] lugares neutralizados, higiênicos e funcionais, como as avenidas, voltadas para a circulação do automóvel”. É improvável a possibilidade de compartilhar o poder e dominar as representatividades nos territórios de forma definitiva, visto que não existe apenas um, mas vários grupos que disputam os territórios das metrópoles – mesmo que em muitos momentos percebamos um domínio maior de um ou outro grupo ou do próprio Estado.

Toda a racionalidade econômica e política pesa sobre o cotidiano enquanto vivido. Uma parte significativa das diversidades surge dos sujeitos e grupos sociais carentes de expressividade e representação, ou seja, são múltiplos, mas não podem expressar sua multiplicidade. Assim, ficam camuflados por uma falsa neutralidade

imposta por poderes hegemônicos, inclusive em metrópoles, já que não basta ser plural, é necessário poder expressar essa pluralidade.

Para entender esse jogo de representações das manifestações individuais e de grupos periféricos na metrópole, é necessário mais do que disputar as espacialidades de manifestações culturais e das expressões de identidades e poder pelos territórios. É preciso considerar quem domina os usos e em que temporalidade. Lefebvre propõe para tanto sua tríade hierarquização-fragmentação-homogeneização ao interpretar o tempo da seguinte maneira:

Tempo cotidiano homogêneo: a medida abstrata do tempo determina a prática social. Tempo cotidiano fragmentado: atomizado pelas descontinuidades brutais, resíduos dos ciclos e ritmos rompidos pela linearidade dos procedimentos da medida, atividades desconectadas, mesmo que submetidas a um ordenamento geral, decretado de cima. Tempo cotidiano hierarquizado: desigualdade das situações e dos instantes, certos passando como muito importantes e outros como insignificantes, segundo apreciações mal justificadas, elas mesmas em crise (LEFEBVRE, 1981, p. 83, grifos nossos).²¹

Consideramos que essa tríade nos auxilia na compreensão das expressões e supressões das manifestações dos sujeitos pela metrópole. A aceleração do tempo, promovida pela técnica e pela incorporação da técnica em territórios, sobretudo os mais impactados pela globalização – como discutimos anteriormente –, altera também o tempo e a própria noção de distâncias a serem percorridas pelos espaços pelos sujeitos.

Nesse sentido, se faz necessário considerar espaço e tempo simultaneamente para interpretar as cidades e suas singularidades. O tempo, por sua vez, pode ter frações mais homogêneas (prática social), fragmentadas (descontinuidades recorrentes) e hierarquizadas (os sujeitos não compartilham do espaço com o mesmo poder).

²¹ Do original (francês): “Temps quotidien homogène la mesure abstraite du temps commande la pratique sociale. Temps quotidien fragmenté mis en miettes par des discontinuités brutales, débris des cycles et des rythmes rompus par la linéarité des procédures de la mesure, activités disjointes bien que soumises à une ordonnance générale décrétée par en haut. Temps quotidien hiérarchisé inégalité des situations et des instants, certains passant pour très importants et d'autres pour négligeables, selon des évaluations mal justifiées, elles-mêmes en crise.”

O espaço urbano favorece a fixação de grandes empresas. Estas conseguem se aliar mais facilmente às estruturas formais e burocráticas para expandir seus exercícios de poder. Grandes empresas conseguem inclusive manipular, quando necessário, a legislação ou demais estruturas oficiais que indicam o que é permitido ou proibido em termos de manifestações culturais.

Geralmente quando pequenos grupos que buscam se expressar culturalmente em um ambiente burocrata, os movimentos tendem a se manifestar em forma de resistência ou ruptura com a ordem padrão. Por esse motivo podem ser interpretados como sujeitos indesejáveis ao planejamento ou à “ordem” urbana.

Existem estas duas possibilidades: integrar e segregar manifestações culturais por percebermos expressões dialética e simultaneamente ocorrendo nas metrópoles. Como já pontuamos, mas para reforçar: apesar de o jogo poder ser travado cotidianamente por vários grupos, muito do que já foi compreendido como cultura local ou formas autênticas de existência tem perdido força diante da modernidade.

Nesse sentido, não apenas em regiões metropolitanas ou nas grandes cidades, mas principalmente nelas, existem simultaneamente as possibilidades de expressão e supressão de singularidades, pois observamos nesses espaços o contato direto e cada vez mais frequente intensificado pelas redes técnicas que aceleram a globalização.

A apresentação de possibilidades de expressão cultural em espaços urbanos e em sociedades que se desenvolvem dando passos largos junto à globalização apresentados até aqui tem como objetivo organizar argumentos para que se possa discutir a produção, a apropriação e as transformações de hábitos alimentares na Região Metropolitana de Goiânia.

Isso porque parte do que se constitui como “hábito”, ou seja, expressões cotidianas que tendem a se repetir – em nosso caso específico uma cultura alimentar que se repete e se torna a manifestação da forma de comer de um povo –, só é construída após estruturas fundamentais serem consolidadas e serem tomadas como comuns para um povo.

O que é comum nos tempos atuais só foi possível porque décadas atrás algumas ações e medidas foram tomadas tanto na produção de alimentos quanto na

seleção de receitas e formas de fazer que foram entendidas como interessantes para determinada sociedade.

Essa consolidação de práticas no espaço urbano e também no espaço rural recebe influências das tradições acumuladas e passadas de geração para geração, bem como das novas formas de fazer propostas por grandes setores hegemônicos com tendências de dominação e expansão de suas práticas alimentares e de suas formas de pensar o alimento enquanto produção de massa.

Ao passo que os grandes centros urbanos são vistos pela população como espaços para tentar melhorar de vida e buscar mais oportunidades de trabalho ou qualidade de vida, para empresas do setor industrial alimentar, os grandes centros urbanos são escolhidos apenas por concentrarem mais pessoas e, dessa forma, por serem um espaço com concentração de mercado consumidor de qualquer produto, inclusive dos alimentares.

Cientes dessa necessidade de conhecer o contexto de formação de regiões metropolitanas, além de algumas características territoriais iniciais e as múltiplas formas de ser da região metropolitana, analisaremos na sequência a constituição da Região Metropolitana de Goiânia como representação dos diferentes e dos iguais.

2.2 Região Metropolitana de Goiânia: características e diferenças regionais

Ao selecionar uma região com vários municípios para estudo, temos o pressuposto de que, por se tratar de uma região, determinado agrupamento de municípios ou cidades possui mais pontos em comum do que diferenças entre si. Iniciamos a caracterização da Região Metropolitana de Goiânia (RMG) salientando que a premissa do agrupamento de igualdades não existe, pois, a região selecionada para esta pesquisa não reserva tantas semelhanças internas entre os municípios que a compõem, pelo menos não *a priori*.

Essa noção de que uma região, enquanto recorte espacial, reserva mais homogeneidades do que diferenças parece fazer mais sentido quando consideramos que esses recortes são feitos por órgãos de planejamento ou departamentos específicos da gestão territorial. Eles lidam de forma administrativa com uma região porque muitas vezes o que é entendido como uma região foi determinado por políticos,

individualmente, ou em parceria com técnicos de planejamento que constituem um governo em determinada temporalidade.

Esses recortes legítimos normalmente são fundamentados por leis e auxiliam bastante no tratamento de dados, ou até mesmo na estruturação de políticas públicas, pois dados regionais são bastante utilizados quando se pretende intervir em uma realidade.

Sobre essa questão, Gomes (1995) conseguiu distinguir pelo menos três grandes domínios nos quais a noção de região está presente, a saber:

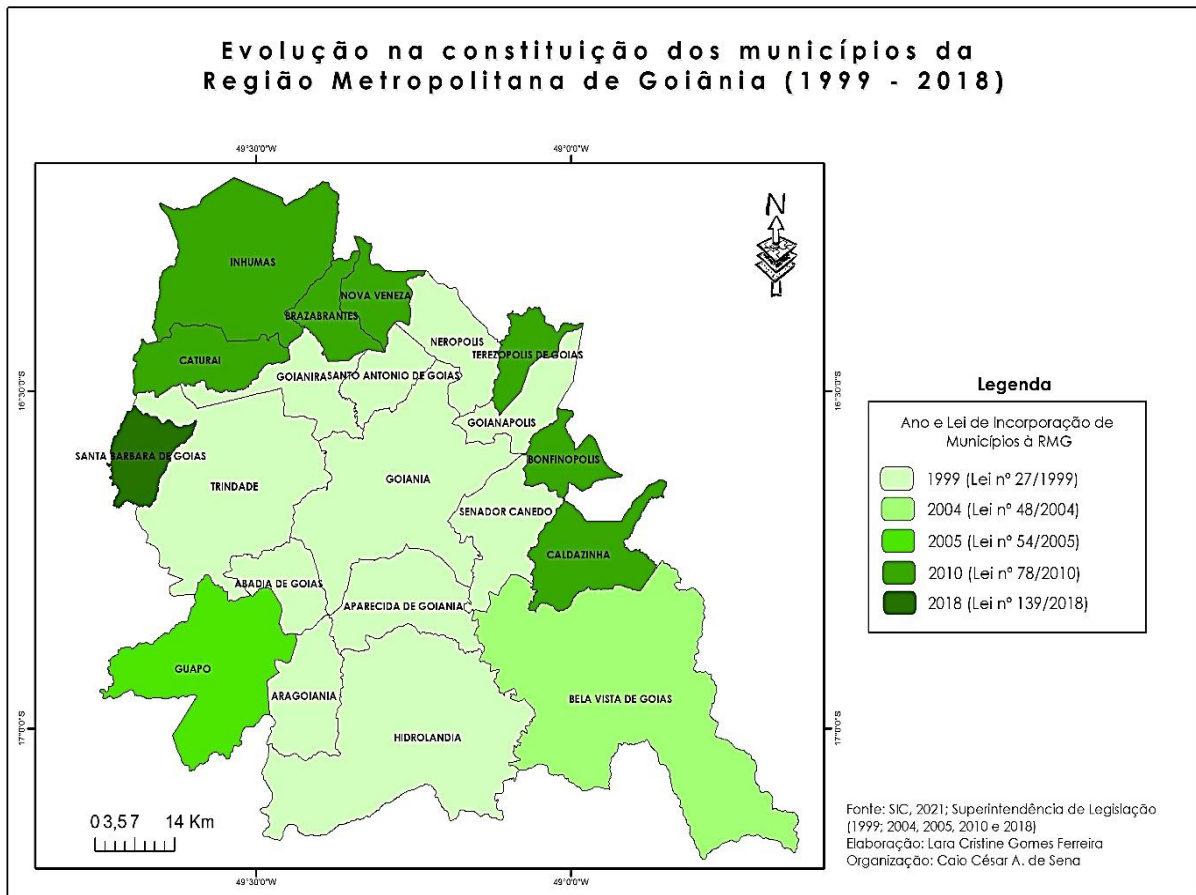
- a)** linguagem cotidiana do senso comum;
- b)** unidade administrativa e
- c)** região enquanto domínio das ciências, que é quando o emprego da noção de região se associa à ideia de localização de determinados fenômenos.

Nesse último caso, o uso do conceito de região resguarda vínculos com a etimologia, visto que a região é entendida como “área sob um certo domínio ou área definida por uma regularidade de propriedades que a definem” (GOMES, 1995, p. 53-54).

Diante dos pontos apresentados, o grande impasse metodológico observado é que, normalmente, encontramos dados gerais sobre as regiões enquanto localizações administrativas. Já a realidade e o cotidiano se organizam e se desorganizam de maneira bastante singular, muitas vezes fragmentada. Ou seja, quase nunca os dados encontrados sobre determinadas regiões representam, de fato, as singularidades dos povos que as constituem.

Para que se compreenda como a Região Metropolitana de Goiânia foi sendo estruturada, apresentamos a seguir um mapa (Figura 17) com a formação territorial com a gradação dos principais marcos desse processo.

Figura 17 - Mapa – Região Metropolitana de Goiânia (1999-2018)



Fonte: SIC (2014), IMB (2014).
Elaboração Cartográfica: Ferreira (2017).
Organização: Sena (2017).

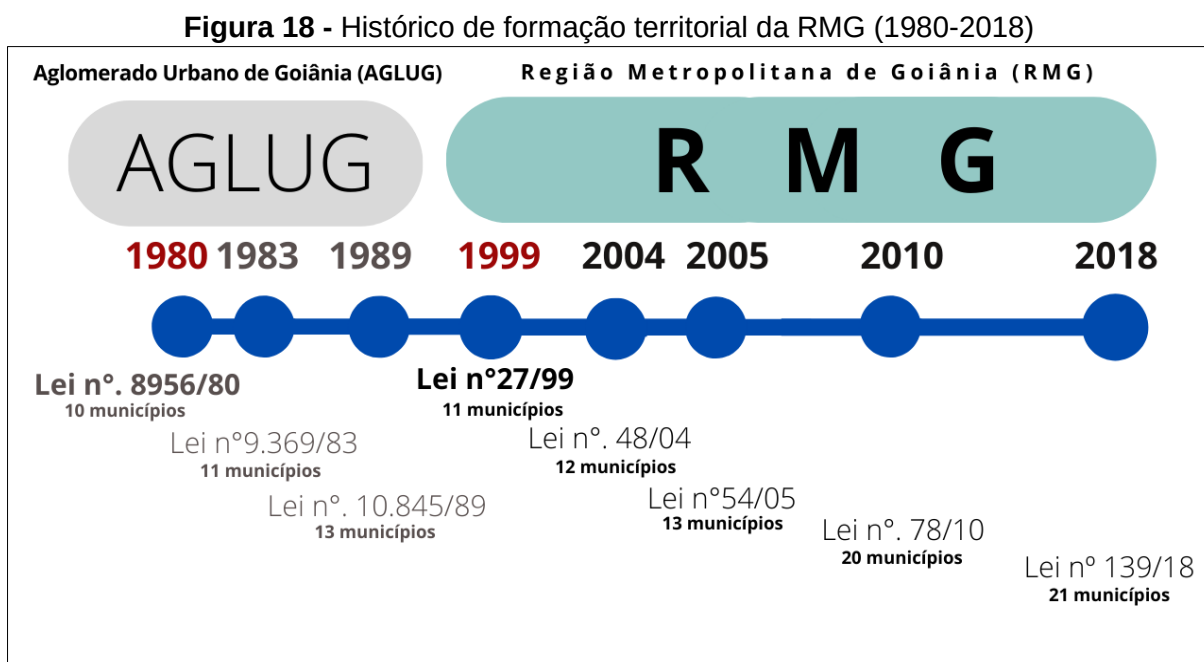
O mapa apresentado (Figura 17) auxilia na compreensão de como a RMG foi construída porque é uma organização das legislações que promoveram mudanças no número de municípios e na extensão territorial da RMG ao longo do tempo, sendo os limites territoriais mais claros também os mais antigos, e os mais escuros, na tonalidade verde, os mais recentes.

De acordo com o Estatuto da Metrópole, criado pela Lei n  13.089 (BRASIL, 2015), os Estados são os responsáveis pela criação das “regiões metropolitanas e aglomerações urbanas, constituídas por agrupamento de Municípios limítrofes, para integrar a organização, o planejamento e a execução de funções públicas de interesse comum” (Art. 3 ).

Por isso alertamos que, quando consideramos uma região metropolitana para estudo, usaremos alguns suportes legais e de governança entre municípios, mas

buscaremos, em outros momentos, analisar as dinâmicas internas dos municípios para tratar de singularidades inerentes às preocupações de nosso estudo.

Na Figura 18, a seguir, organizamos as principais leis e os marcos de formação territorial e integração de municípios tendo Goiânia como centralidade, considerando, portanto, o período anterior à formação da região metropolitana.



Fonte: Casa Civil de Goiás (Leis).

Organização: Sena (2020).

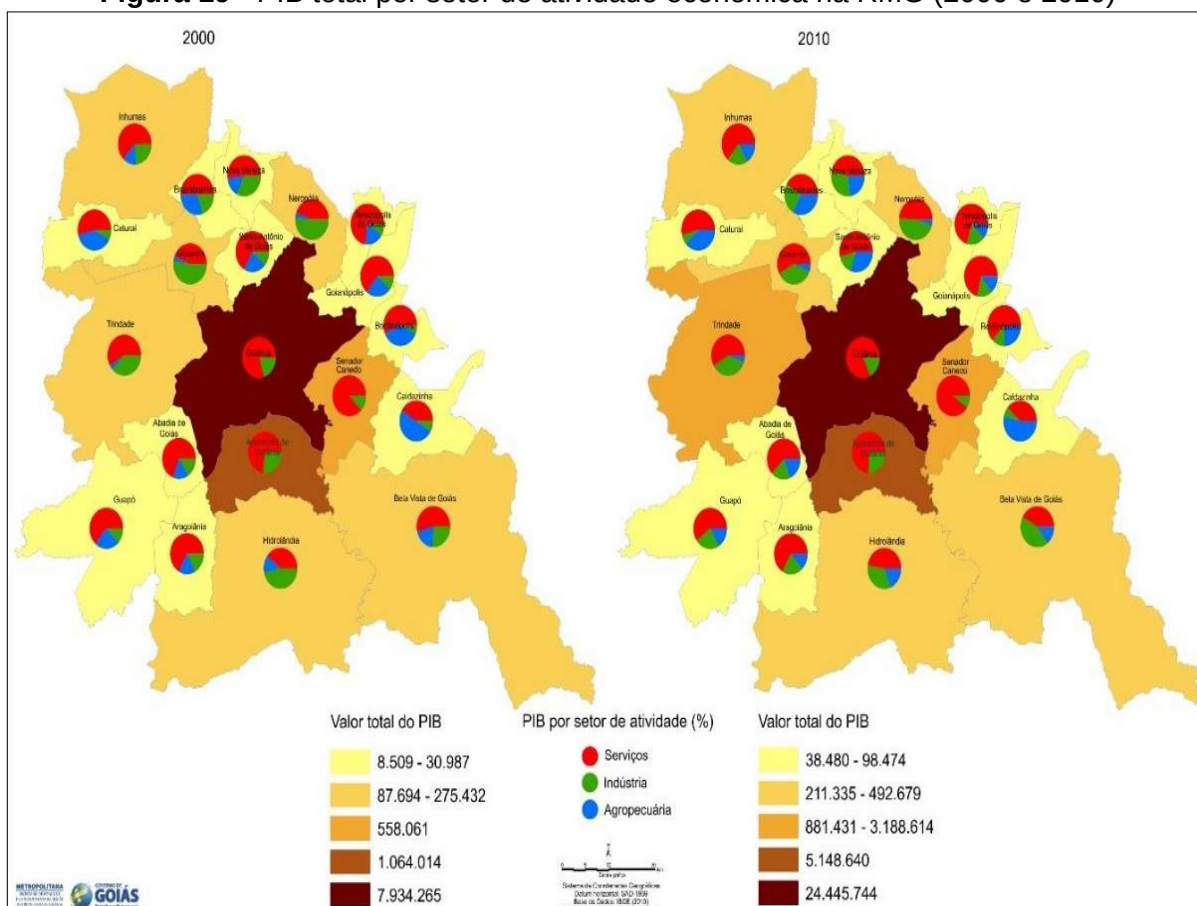
O ano de 1980 é um marco inicial bastante importante, pois foi o ano em que se estabeleceu o Aglomerado Urbano de Goiânia, com 10 municípios por meio da Lei nº 8.956/80, momento em que pela primeira vez foi aventada a possibilidade de desenvolvimento regional integrado por parte de vários gestores públicos de Goiânia e municípios da região, conforme destaca a Figura 18.

O segundo marco importante ocorreu no ano de 1999, quando a Lei nº 27/1999 instituiu a Região Metropolitana de Goiânia com 11 municípios, e, a partir desse momento, a RM havia sido estabelecida por lei. A Figura 18 sintetiza e localiza as principais mudanças na Região Metropolitana de Goiânia (RMG) desde 1999. Após esse período, a RM foi alterada por outras quatro leis (2004, 2005, 2010 e 2018), expandindo o número de municípios gradativamente, conforme mostra o mapa.

Atualmente, fazem parte da RMG 21 municípios: Goiânia, Abadia de Goiás, Aparecida de Goiânia, Aragoiânia, Bela Vista de Goiás, Bonfinópolis, Brazabrantes, Caldazinha, Caturaí, Goianápolis, Goianira, Guapó, Hidrolândia, Inhumas, Nerópolis, Nova Veneza, Santa Bárbara de Goiás, Santo Antônio de Goiás, Senador Canedo, Terezópolis de Goiás e Trindade. A mais recente inclusão refere-se ao município de Santa Bárbara de Goiás, a partir da Lei Complementar nº 139, publicada no ano de 2018.

Para compreender melhor a caracterização econômica da RMG em estudo, apresentaremos a contribuição de cada município da RMG para a construção do PIB (Produto Interno Bruto) com dois recortes temporais: os anos de 2000 e 2010, com os seguintes setores econômicos: Serviços, Indústria e Agropecuária – organizados pelo IBGE nos anos da análise.

Figura 19 - PIB total por setor de atividade econômica na RMG (2000 e 2010)



Fonte: Secretaria de Estado de Desenvolvimento da Região Metropolitana de Goiânia (SEDRMG) (2013). **Elaboração cartográfica:** Viana (2015), com dados do IBGE (2010).

Nos dois anos apresentados pela Figura 19, Goiânia e Aparecida de Goiânia são os municípios com PIB mais elevado no conjunto da RMG. Tal índice é puxado principalmente pelo forte destaque para o setor de serviços e indústria. Senador Canedo e Trindade cresceram muito na comparação entre os dois anos e em 2010 estiveram à frente dos demais municípios da RMG, com exceção dos mencionados anteriormente. Nesses dois municípios, serviços e indústria também são os setores com maior contribuição para a construção do PIB geral. Trindade também possui uma participação no setor agropecuário.

Por meio do mapa, é possível observar ainda que os municípios mais “distantes” de Goiânia, capital do estado e principal cidade da RMG, tendem a adicionar ao seu PIB o setor agropecuário. Apesar disso, em nenhum dos dois anos analisados e em nenhum dos municípios, o setor agropecuário é o com maior participação no PIB.

Cabe destacar ainda que a distância mencionada não é necessariamente uma distância física em quilômetros, mas sim uma distância em termos de relações com a capital e o modo de vida: quanto mais relações os municípios estabelecem com Goiânia, maiores tendem a ser os vínculos principalmente com o setor de serviços.

Quanto aos aspectos populacionais, a RMG possuía em 2010 o total de 2.173.101 habitantes de acordo com o Censo Demográfico do IBGE. A maior parte dessa população está concentrada na capital Goiânia, que possuía, nesse mesmo ano de referência, 1.302.001 habitantes, correspondendo a 59,9% do total na região.

Mesmo com essa quantidade de pessoas dependentes da produção de alimentos principalmente em circuitos curtos, por mais contraditório que possa parecer, o estado de Goiás, onde essa RMG se localiza, tem construído uma imagem nacional e internacional bastante atrelada ao agronegócio. Mais do que uma imagem, é uma postura institucional e social.

Ainda de acordo com o Censo Demográfico, o segundo município em número populacional é Aparecida de Goiânia, com 445.657 habitantes (20,9%). Juntas, as duas cidades já concentravam nessa época mais de 80% da população da RMG.

A Tabela 3 mostra a população dos outros municípios da RMG, para além dos dois municípios mais densos popularmente. O que ocorreu durante o Censo Demográfico de 2010 continuou com as mesmas tendências com a estimativa

populacional de 2020, ou seja, todos os municípios da RMG tiveram aumento populacional, principalmente os mais próximos de Goiânia.

Tabela 3 - População total na RMG em 2010 e 2020

	Municípios da RMG	2010	2020
1	Abadia de Goiás	6.876	8.631
2	Aparecida de Goiânia	455.657	569.347
3	Aragoiânia	8.365	10.204
4	Bela Vista de Goiás	24.554	29.679
5	Bonópolis	3.503	4.345
6	Brazabrantes	3.232	3.717
7	Caldazinha	3.325	3.817
8	Caturai	4.686	5.144
9	Goianápolis	10.695	11.126
10	Goiânia	1.302.001	1.516.662
11	Goianira	34.060	43.432
12	Guapó	13.976	14.602
13	Hidrolândia	17.398	21.442
14	Inhumas	48.246	53.504
15	Nerópolis	24.210	29.546
16	Nova Veneza	8.129	9.784
17	Santa Bárbara de Goiás	5.751	6.588
18	Santo Antônio de Goiás	4.703	6.134
19	Senador Canedo	84.443	112.206
20	Terezópolis de Goiás	6.561	7.970
21	Trindade	104.488	126.526

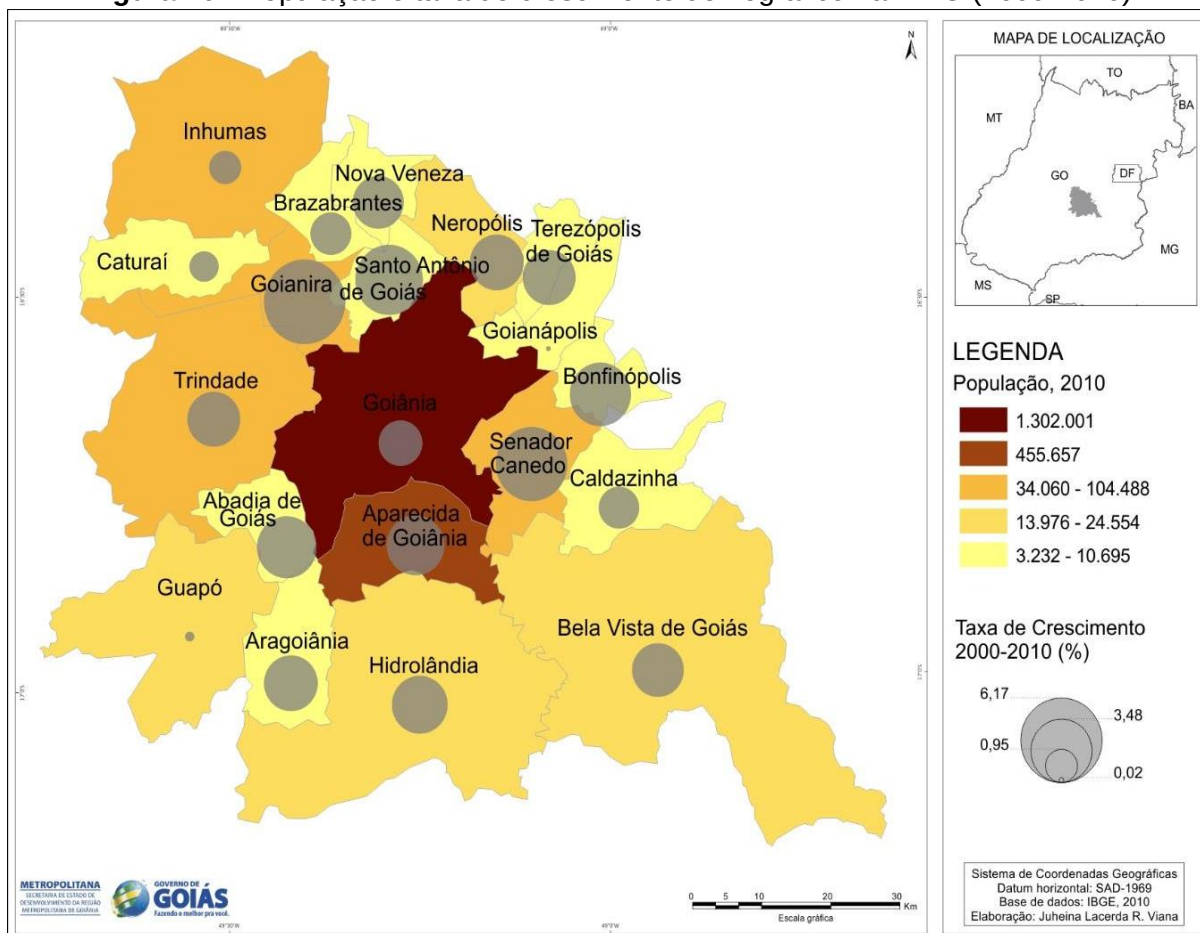
Fonte: Censo Demográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2010.
Estimativa Populacional do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2020.

Organização: Sena (2020).

Além da população que apareceu na Tabela 3, devemos considerar que a taxa de crescimento anual da RMG foi de 2,83 (1991), de 3,20 (2000) e 2,48 (2010), ainda de acordo com o IBGE nos mesmos anos citados. Isso revela um expressivo crescimento populacional, com taxa média anual de crescimento em torno de 3%.

Levando em conta as últimas três décadas, a população da RM aumentou cerca de 1,7 vezes entre 1991 e 2010. Esse aumento pode ser melhor compreendido com o mapa da Figura 20, revelando esse crescimento populacional mencionado.

Figura 20 - População e taxa de crescimento demográfico na RMG (2000-2010)



Fonte: Secretaria de Estado de Desenvolvimento da Região Metropolitana de Goiânia (SEDRMG) (2013).

Elaboração cartográfica: Viana (2015), com dados do IBGE (2010).

Notamos com o mapa apresentado (Figura 20) que a distribuição espacial da população na RM é extremamente desigual. Além da desigualdade já apresentada com os dados de Goiânia e Aparecida de Goiânia, também são relativamente populosos os municípios de Trindade, com 104 mil, e Senador Canedo, com 84 mil habitantes (IBGE, 2010).

Os municípios menos populosos, de acordo com o último Censo, merecem destaque: Inhumas, com 48 mil; Goianira, com 34 mil; Nerópolis, com 24.210, e Bela Vista de Goiás, com 24.554 habitantes. Apesar de ter sido criada por uma decisão

governamental há pouco mais do que duas décadas, considerando as principais alterações ocorridas na RMG, podemos afirmar que, do ponto de vista das dinâmicas territoriais promovidas ou articuladas com a globalização, muitas alterações já ocorreram, sobretudo pela expressão das culturas e manifestações culturais.

O Censo Demográfico de 2022, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2023), apresenta a concentração urbana de Goiânia e seu entorno como a que mais cresceu no país. Segundo os dados apresentados, a região teve um salto de 18,9% desde o último levantamento, considerando a comparação com o último Censo Demográfico de 2010, ou seja, os últimos 12 anos, recebendo mais de 390 mil pessoas.

O quantitativo populacional indica ainda uma consequente dinâmica diferente entre os municípios representados na Figura 20, por isso alguns recortes se fazem necessários para que possamos focar em alguns momentos nos municípios que concentram a maior parte das redes globais de alimentação.

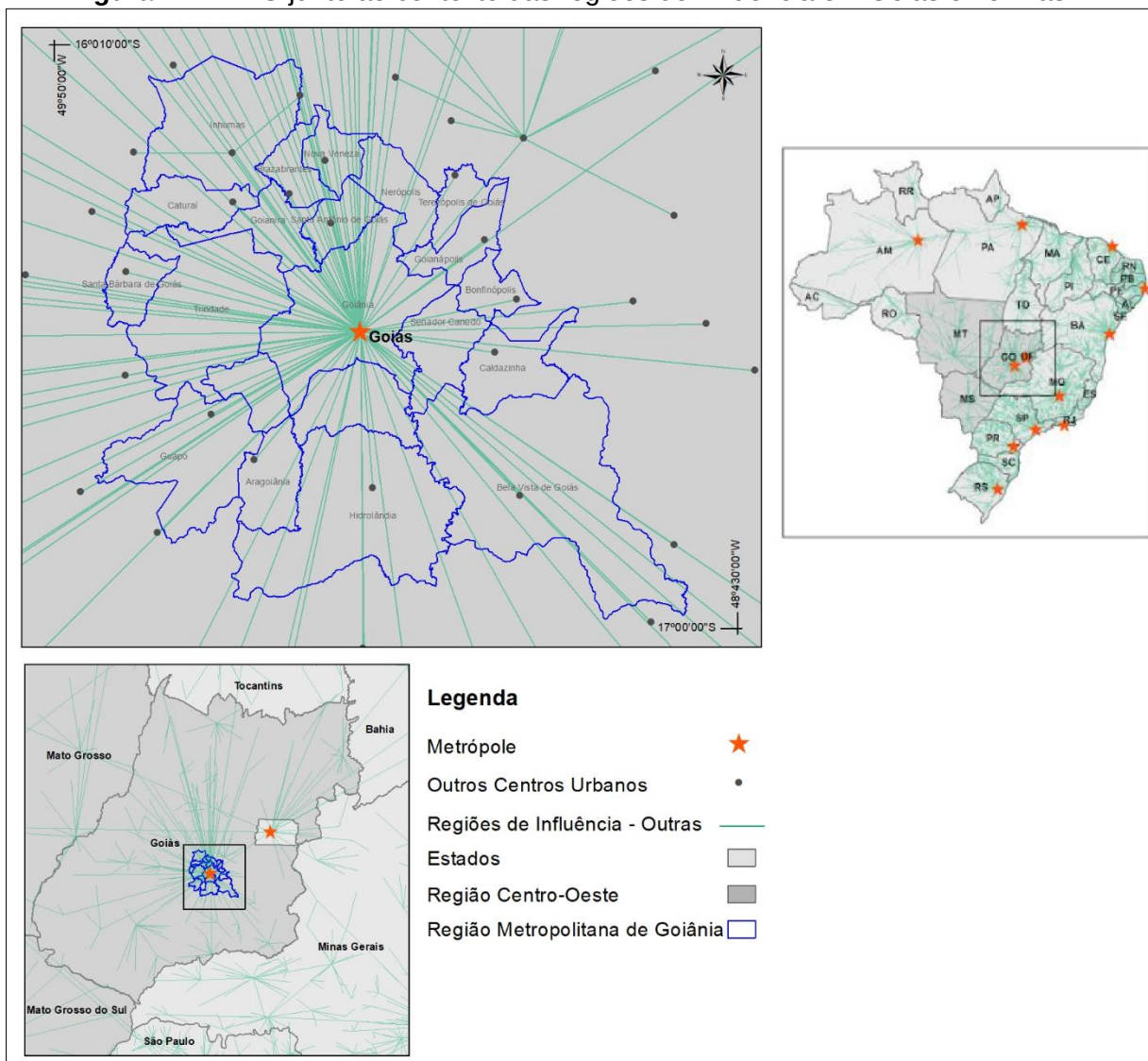
Nesse contexto, faz sentido considerar também as relações e hierarquias entre os municípios que compõem uma mesma região. Essa comparação pode ser bastante elucidada por meio da metodologia do IBGE denominada Regiões de Influência das Cidades (REGIC).

Apesar de não ser muito atualizada pelo órgão, cuja última atualização foi em 2018, o Estatuto da Metrópole também reconhece a importância da pesquisa REGIC, apontando que ela apresenta um relevante conjunto de dados sobre as categorias que compõem as unidades territoriais urbanas, entendidas como regiões metropolitanas, aglomerações urbanas e microrregiões, a serem instituídas pelos estados federados para o exercício de funções públicas de interesse comum.

V – metrópole: espaço urbano com continuidade territorial que, em razão de sua população e relevância política e socioeconômica, tem influência nacional ou sobre uma região que configure, no mínimo, a área de influência de uma capital regional, conforme os critérios adotados pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (BRASIL, 2015).

Diante desse contexto, apresentamos na Figura 21 a Região Metropolitana de Goiânia junto ao seu contexto regional (Goiás) e nacional (Brasil).

Figura 21 - RMG junto ao contexto das regiões de influência em Goiás e no Brasil



Fonte: REGIC, IBGE (2018).

Elaboração cartográfica: Ana Silva (2021).

Organização: Sena (2021).

De acordo com o relatório técnico do IBGE (2018) e mapeado com a Figura 21, a região de influência de Goiânia ocupa, quanto à sua extensão territorial, cerca de 11,3% do território brasileiro, partindo do limite sul do estado de Goiás, exercendo influência em algumas cidades do Triângulo Mineiro. Ao norte alcança quase completamente o Tocantins, com entradas no sudeste paraense e no leste de Mato Grosso.

A RMG estabelece algum tipo de relação com cerca de 364 cidades, algumas mais próximas e outras menos próximas. Isso se deve à sua centralidade sobretudo

nos campos da saúde, do agronegócio e da centralização de equipamentos e serviços diversos, tais como universidades e compras de média e alta complexidade. Destaca-se a relação que a RMG estabelece com a capital Palmas (TO) e, por consequência, com a capital regional Araguaína (TO).

Quanto ao nível hierárquico, a REGIC primeiro classifica a Grande Metrópole Nacional: São Paulo, depois Metrópoles Nacionais: Brasília e Rio de Janeiro, e por fim os centros urbanos classificados como metrópoles, o que inclui Goiânia e também Porto Alegre, Curitiba, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Fortaleza, Belém e Manaus, que já ocupavam esse nível hierárquico pelo menos desde o estudo de 2008. A partir de 2018, o IBGE e a REGIC classificaram também as cidades de Florianópolis, Vitória e Campinas, que saíram da situação de capital regional para a de metrópole.

Os dados apresentados até aqui nos levam à seguinte colocação: por que delimitar uma RMG como área de estudo? A resposta é relativamente simples: porque uma Região Metropolitana possui dinâmicas variadas. No caso da RMG, existem cidades pequenas, médias e grandes com características mais ou menos urbanas e até rurais.

Reside justamente nessa diversidade a possibilidade de promover um rico estudo sobre os impactos da modernização do território e da globalização, pois existem tanto as tradições quanto as rupturas no campo da alimentação. Parte da justificativa é também o anseio que temos de entender melhor o território que nos cerca, que nos parece familiar.

Cabe adiantar que não é nossa pretensão analisar as singularidades e as manifestações culturais de todos os municípios estudados. É muito vasto o campo das identidades e particularidades em uma cidade. Portanto, por mais que em alguns momentos nos dediquemos aos contextos de formação socioespacial de alguns municípios da RM, tal como propõe Santos (1979), em outros momentos nos dedicaremos mais a territorialidades do intraurbano. Atentaremos-nos, então, a traçar as principais tendências e os principais pontos de convergência e discrepância entre os municípios estudados.

2.3 Fast food e indústria cultural: relatos a partir da RMG

As dinâmicas do cotidiano podem ser notadas ao se observar como as grandes franquias de *fast food* se territorializam, com que estratégias e em que localidades. Quando nos dedicamos a entender as particularidades dos modos de vida e dos modos de comer nas cidades, também estamos dialogando com questões maiores das realidades globais. Nem todas as cidades globais possuem a mesma aceitabilidade de redes de *fast food* como a sociedade brasileira.

Um estudo realizado pela EAE Business School, que se dedica à compreensão dos gastos com *fast food* global, aponta os brasileiros como o principal mercado consumidor de *fast food* na América do Sul (2016). O caso chegou a ser noticiado pelo jornal *El País*²², que viu o Brasil como um país almejado pelas grandes franquias por ter crescido e alcançado a sexta posição entre os países que mais gastam com essa categoria de alimento no mundo (dados de 2014), um *ranking* do qual não deveríamos fazer parte.

Para ocupar essa posição, os brasileiros gastam cerca de 53,7 bilhões de reais por ano em comida rápida, seguido pelo Japão (231,35 bilhões de reais), pelos Estados Unidos (205,37 bilhões de reais), pela Austrália (178,06 bilhões de reais), pelo Canadá (175,64 bilhões de reais) e pelo Reino Unido (97,96 bilhões de reais). Para entender como essas empresas se especializam na RMG, apresentamos a Figura 22 a seguir.

Goiânia concentra a maior quantidade de shoppings e redes de *fast food*. Isso não é uma surpresa, pois essa é também a capital do estado de Goiás. Então, é esperado que equipamentos da modernidade e o acúmulo de redes técnicas tenham sido mais acumulados nesse espaço.

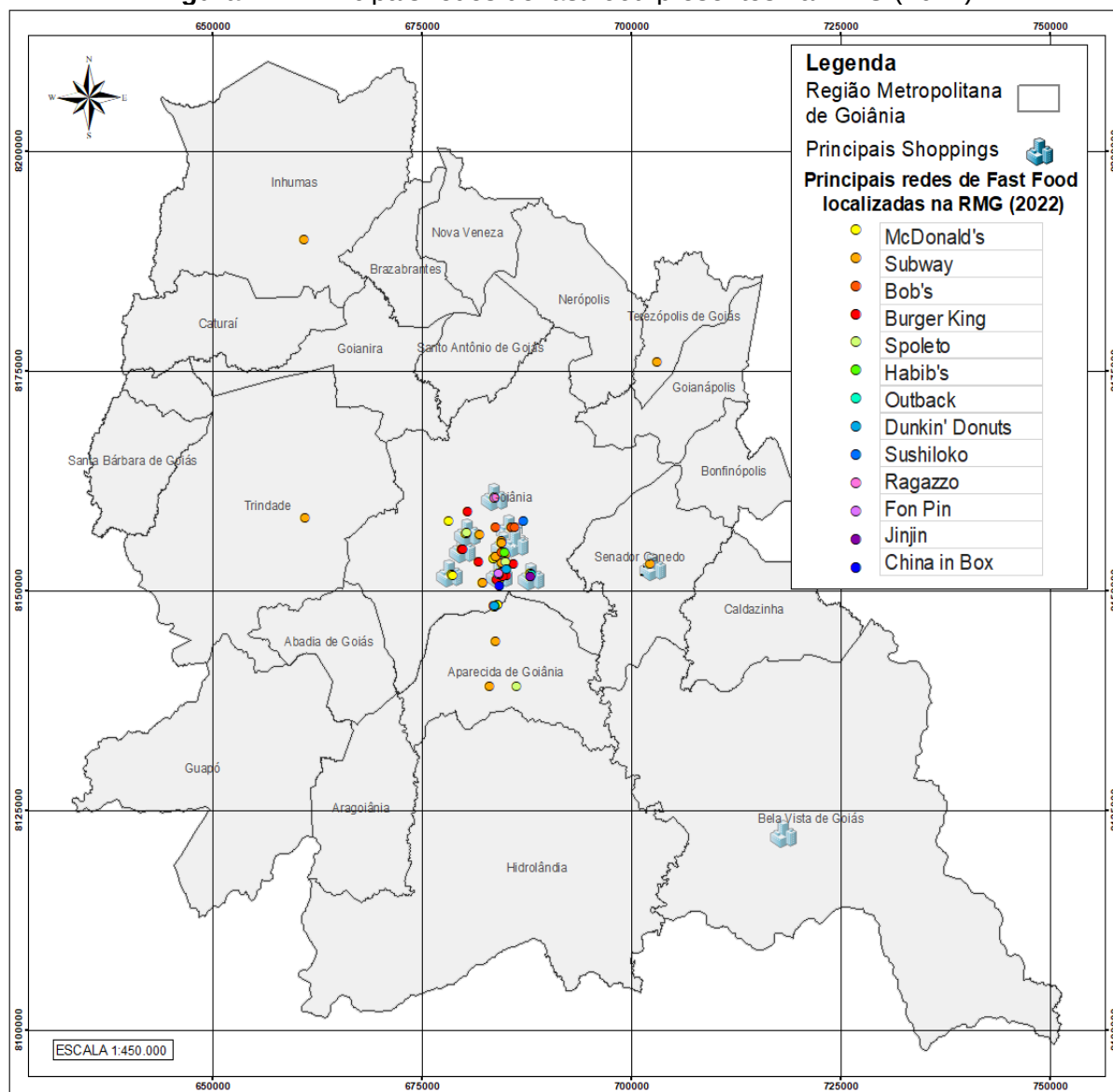
Selecionamos para esta síntese cartográfica as redes de alimentos que mais se repetem na paisagem e, também, as que não possuem tantas unidades mas representam uma forma de comer ou um cardápio advindos de outros países ou culturas. Neste exercício de síntese, compilamos cerca de 100 redes de *fast food*, que

²² El País, gasto de brasileiros com fast food. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2016/01/21/economia/1453403379_213071.html. Acesso em: 9 jun. 2017.

depois foram agrupadas por cores e, por fim, foi adicionada uma camada com os principais shoppings da cidade.

Chama atenção nessa lista o *Bob's*, que, apesar de ter um modelo de negócio bem parecido com o do *McDonald's*, é uma franquia brasileira criada por um jogador de tênis estadunidense-brasileiro em 1952 que se instalou no território brasileiro antes da chegada do *McDonald's*.

Também se fazem presentes no território goiano e na RMG quantidades expressivas de franquias de restaurantes japoneses ou de pizzarias, em alusão tanto à Itália quanto ao modo estadunidense de vender pizza. Também há unidades do *Outback*, que, apesar de reivindicar uma identidade “australiana”, compõe o modelo de franquias estadunidenses e tem sede em Tampa, no estado da Flórida, Estados Unidos.

Figura 22 - Principais redes de *fast food* presentes na RMG (2022)

Fonte: Google Earth.
Elaboração cartográfica: Ana Silva.
Organização: Sena (2022).

Nota-se, ainda na Figura 22, que a franquia que mais se expande para além da capital é a rede *Subway*, também vista em Inhumas, Trindade, Senador Canedo, Terezópolis de Goiás e Aparecida de Goiânia. Os shoppings, importante ponto de sustentação do capitalismo e do consumo, aparecem na imagem porque são também, recorrentemente, os espaços preferidos das franquias de alimentos por meio da estruturação de “praças de alimentação”. De acordo com Goés (2016), os shoppings podem ser entendidos como espaço de simulação e controle social.

Autores como Magnani et al. (2021) se dedicaram a entender o shopping center dentro da lógica das cidades e metrópoles contemporâneas, defendendo a ideia de que os shoppings centers, mais que um espaço de consumo, são um relevante investimento imobiliário atrelado ao capital financeiro. Já Garrefa (2007) entendeu o desenvolvimento dos shoppings na cidade em três perspectivas principais: como centro de abastecimento, produto imobiliário e produto de consumo.

Madeira Filho (2015, p. 15) aponta que a forma comercial shopping “se torna um lugar produtor de comportamentos mecanizados e organizados pela homogeneidade imposta pelo mercado”. Essa padronização é bastante simbólica e perceptível na materialização de cardápios. É quase imperceptível a diferença de se comer em qualquer franquia de alimentos ao redor do mundo, e a proposta é justamente esta: causar sensação de conforto e familiaridade toda vez que se encontra com determinada marca.

A rede de *fast food* com maior quantidade de unidades mapeadas na Figura 22 é o *McDonald's* (cerca de 30 unidades), que é também uma das maiores franquias de alimentos do mundo. No recorte espacial mapeado na RMG, temos também o destaque para o *Subway* (cerca de 18 unidades mapeadas), o *Bob's* e o *Burger King* (11 unidades), o *Outback* (3 unidades) e o restante com menos de 3 unidades cada.

Apesar de mais recente, a rede de restaurantes *Subway* surgiu em 1965, com a primeira unidade instalada em Bridgeport, Connecticut, Estados Unidos, inicialmente com o nome “Submarinos de Pete”. Em contraposição à proposta de hambúrguer do *McDonald's*, a rede buscou atrelar sua imagem a algo “saudável”, mesmo também vendendo frangos empanados, hambúrgueres e embutidos junto com molhos industrializados.

Quando se verifica a rede de expansão do *Subway*, novamente o Brasil e a América do Sul são alvo dessas marcas. De acordo com dados de sua plataforma de franqueados, a rede conta com cerca de 43 mil restaurantes distribuídos em 111 países. A América Latina é um dos dois mercados em que a rede mais se expandiu. O *Subway* chega ao Brasil em 2013 e em meados de 2022 já tinha alcançado mais de 2.000 restaurantes, quase o dobro do número de unidades do *McDonald's*.

Em termos de faturamento, o dado divulgado em 2011 pelas empresas mostrava que, apesar de mais numeroso em quantidade de franquias, o *Subway*, com

faturamento de 15,2 bilhões de dólares, ficava atrás do faturamento do *McDonald's*, com 24 bilhões de dólares de receita anual.

Os dados divulgados mais recentemente, em 2020 e 2021, reafirmam essa posição, com o saldo consolidado de US\$ 23,22 bilhões do *McDonald's* e US\$ 10,2 bilhões do *Subway*, cada um com uma pequena oscilação, mas com números bastante expressivos, demonstrando que, mesmo com documentários e uma maior conscientização das pessoas para hábitos saudáveis, esse mercado dominado está longe de ser abalado do ponto de vista do capitalismo e da indústria da cultura alimentar que moldaram.

Lang e Heasman (2015) apontam que parte desse sucesso financeiro da indústria dos alimentos, especialmente as redes de fast *food*, advém de buscarem se encaixar nos novos contornos da vida urbana, com a maior inserção da mulher no mercado de trabalho e o ritmo de vida corrido das grandes cidades, com jornadas de trabalho que nem sempre se torna possível cozinhar.

Para além do aspecto financeiro, com a venda de produtos alimentícios, o *McDonald's* é uma das únicas empresas de alimentos a figurar entre as marcas mais valiosas do mundo. No *ranking* da Ranking BrandZ (elaborado pela Kantar), o *McDonald's* tem marca avaliada em US\$ 196,536 milhões, número esse que revela também que um dos objetivos da marca não é apenas com os alimentos, mas com a constituição da venda de um estilo de vida e de consumo símbolo do capitalismo de nosso tempo.

Langer (2004) evidencia que, mesmo com a intensificação de críticas públicas e acadêmicas a essas grandes marcas, com a exposição de casos de abusos de seu poder de dominação ou mesmo seu papel no crescimento da obesidade global, crescem também as estratégias de captura dos novos consumidores ainda na infância.

Isso significa que, mesmo quando o país possui legislações proibitivas com relação à infância, não existe um mecanismo de fiscalização que consiga evitar excessos na imensidade de informações veiculadas na TV, no rádio e, agora, também na internet e nas redes sociais. Sem contar as estratégias mais camufladas do uso de cores vibrantes nos estabelecimentos e a conexão de referências com personagens,

que são mais trabalhosas de serem reguladas e, também, mais eficientes do ponto de vista de criar engajamento e simbolismos.

Para moldar esse “novo” estilo de vida e de consumo, a empresa criou a sua própria, a *Hamburger University*, com sedes espalhadas em pontos estratégicos do globo, para repassar não as “receitas”, pois isso já vem dentro do pacote de franquia, mas sim um arcabouço de uma construção estratégica de dominação do paladar das pessoas em diferentes partes do mundo.

Quando se veem essas evidências, fica claro que o mercado de alimentos tem se tornado um mercado cada vez mais nocivo aos territórios envoltos em alguma tradição local, pois o aparato de reação a essas tendências globais em escala local é cada vez menos potente para frear ou mesmo se chocar com alguma possibilidade de promover enfrentamentos e conduzir posturas menos predatórias.

Analisar as franquias de alimentos é especialmente relevante em países como o Brasil porque uma parte considerável da população já entendeu tais franquias e tais alimentos como algo que confere certo status, diferenciação ou algum valor fetichizado agregado, conforme Fontenelle (2006).

Um episódio nacional que revela bastante o lugar simbólico ocupado pelo *McDonald's* no imaginário de sucesso ou de realizar sonhos pode ser entendido como o depoimento público, postado em redes sociais, de duas cantoras de funk, Mariely e Mirella Santos (Mc Loma), quando fizeram seus primeiros shows remunerados, comemorando da seguinte forma:

Primeiramente obrigada a Deus, segundamente obrigada a cada um de vocês por tudo isso que está acontecendo em nossas vidas. [...] mesmo que isso tudo acabe hoje, eu já sou muito grata por tudo que aconteceu, pois realizei meu sonho Mc kk, moro em uma cidade muito pequena e minha família sempre teve pouca condição, mas hoje graças a cada um de vocês eu realizei esse sonho. Obrigada. (EXTRA, 2018, on-line, grifo nosso)²³.

Esse relato reafirma que os valores emoldurados pela sociedade do consumo proporcionam ao consumidor “uma sólida identidade social no interior de um universo

²³ Reportagem do jornal *Extra* (2018): Depois de comer no Mc Donald's, Mc Loma, do hit 'Envolvimento', sonha ir à Disney. Disponível em: <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/musica/depois-de-comer-no-mc-donalds-mc-loma-do-hit-envolvimento-sonha-ir-disney-22405566.html>. Acesso em: 20 maio 2022.

significativo” (SLATER, 2002, p. 144). Assim, fica possível compreender por que a imagem de sucesso ou de realização pessoal das cantoras está atrelada à ida a um estabelecimento de *fast food* e a compartilhar esse momento como a realização de um sonho, de alcançar algo que até então não era possível.

Como escrevem Adorno e Horkheimer, “Ao disciplinar tudo que é único e individual, ele permitiu que o todo não compreendido voltasse, enquanto dominação das coisas, contra o ser e a consciência dos homens” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 51).

Nas redes sociais, observam-se outros relatos semelhantes, como casais que fazem ensaios de pré-casamento também em franquias por ser um lugar de sociabilidade que remete à história das pessoas. Por isso se faz necessário compreender o papel das grandes redes de alimentos junto a seus significados simbólicos mercantilizados. Entender como elas foram fundadas, a partir de que propósitos e que mecanismos utilizaram nas últimas décadas para chegarem a tal relevância torna-se necessário.

O *McDonald's*, enquanto modelo de franquia de alimentos, tem origem por volta de 1940 e 1950, já com a proposta de comercializar em larga escala e em tempo rápido de preparo hambúrgueres, batatas fritas e *milk shakes*. A primeira loja a levar o nome de *McDonald's* foi inaugurada em 15 de maio de 1940, na Rota 66, em San Bernardino, Califórnia (HANCOK, 2016). Atualmente, a empresa possui mais de 39 mil restaurantes em cerca de 119 países.

É importante mencionar essa rede porque ela é um símbolo de consumo de alimento padronizado que depois inspirou outras redes. Segundo Aguiar e Luppe (2015), antes do *McDonald's*, o conceito de *fast food* não era conhecido fora dos Estados Unidos. Tal modelo de alimentação se baseia na linha de produção fordista²⁴, levando essa lógica para a forma de comer, criando, com estratégias de marketing, um fetiche, como bem ponderou Fontenelle (2006).

A rede *McDonald's* chega ao Brasil pelo Rio de Janeiro em 1979, em Copacabana, e a Goiás por volta de 1983, em Goiânia. O próprio portal oficial da rede

²⁴ Fordismo é um termo que se refere ao modelo de produção em massa de um produto, caracterizado principalmente pelo sistema das linhas de produção. O Fordismo ficou muito atrelado à figura do norte-americano Henry Ford em 1914. Nos anos 1970, o modelo fordista tornou-se elemento central nos debates da sociologia do trabalho pela teoria da desqualificação de Braverman (1974).

informa mais de 2.200 franquias na América Latina. O Brasil é um dos principais focos de territorialização da rede, com cerca de 1.020 restaurantes, 75 McCafés e 2.010 *desert centers* (lojas de sobremesa).

Como mencionamos anteriormente, uma parte significativa da estratégia da empresa é justamente atrelar uma comida rápida a personagens infantis que estão em evidência em cada momento histórico. Depois de conquistar um paladar logo na infância, a empresa acredita na fidelização de seu público até a fase adulta. De acordo com a “biografia” dos criadores da marca, Ronald McDonald é um superastro e o porta-voz oficial da companhia junto às crianças, tornando-se o palhaço mais publicizado do mundo (FISHWICK, 1983).

A criação da comida rápida, bem como suas estratégias variadas de inserção na sociedade, pode ser entendida como a constituição de uma “indústria cultural”. Esse termo, atribuído inicialmente por Adorno e Horkheimer (1985), nos lembra que cultura não tem apenas uma dimensão artística ou de representações, mas sim de uma “cultura moderna”, cuja dimensão material da vida foi organizada sob a forma capital. Assim,

Sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica, e seu esqueleto, a ossatura conceitual fabricada por aquele, começa a se delinear. Os dirigentes não estão mais sequer muito interessados em encobri-lo, seu poder se fortalece quanto mais brutalmente ele se confessa de público. O cinema e o rádio não precisam mais se apresentar como arte. A verdade é que não passam de um negócio, eles a utilizam como uma ideologia destinada a legitimar o lixo que propositalmente produzem. Eles se definem a si mesmos como indústrias, e as cifras publicadas dos rendimentos de seus diretores gerais suprimem toda dúvida quanto à necessidade social de seus produtos (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 114, grifo nosso).

Por isso, estudar a indústria cultural da alimentação é se atentar também às ideologias a ela atribuídas. Nas palavras de Kunsch (2003, p. 164), a comunicação mercadológica se responsabiliza pelas manifestações simbólicas no interior de “um mix integrado de instrumentos de comunicação persuasiva para conquistar o consumidor e os públicos-alvo estabelecidos pela área de marketing”. Essas estratégias também foram percebidas e estudadas por Silva e Rossi (2020), que, por meio da análise do discurso, identificam momentos em que a rede *McDonald's* alterou

sua forma de comunicar para parecer mais “saudável” e, assim, conquistar novos públicos. O objetivo da alimentação parece secundário nesse cenário.

Como reforçamos no capítulo anterior que o principal produto do agronegócio talvez não seja a monocultura e sim a “cultura agro”, aqui reforçamos que, ao adentrar uma cidade como Goiânia com cerca de 30 franquias, o *McDonald's* não pretende apenas vender sanduíches, batatas fritas e *milk shakes*, mas sim dominar uma estrutura alimentar e criar padrões por meio de estratégias publicitárias de dominação via poder simbólico, conforme Zizek (1992), Randazzo (1997) e Fontenelle (2002).

Figura 23 - McDonald's e Burger King e estratégias de adesão em Bangkok (2020)



Fonte: Trabalho de campo e acervo pessoal, Tailândia.

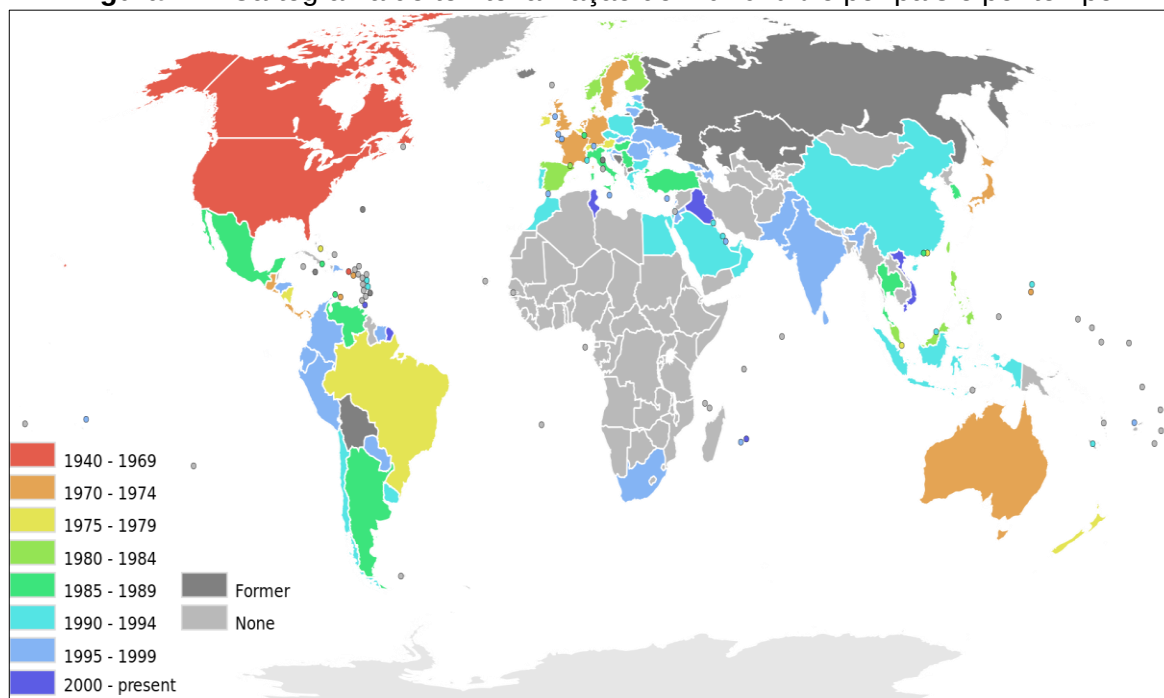
Foto: Sena (2020).

Em países como a Tailândia, com forte cultura de comida de rua, as redes de *fast food* tendem a ter uma maior dificuldade para se incorporarem culturalmente. Para isso, estão dispostas a realizar adaptações em cardápios e até reorientar seu personagem principal. Na Figura 23, notamos o arriscado movimento do Ronald McDonald's ao fazer o gesto *Wai*, que quer dizer “gratidão”. Já a rede *Burger King* adapta seus molhos e frangos para tentar competir com a imensidão de opções nas ruas da cidade de Bangkok.

A comida de rua é vista como concorrente forte dessas redes de *fast food* na Tailândia, pois são extremamente fortes culturalmente (com grande adesão da população local) e tradicionalmente baratas, pois podem ser compradas prontas ou semiprontas bem rapidamente, até mais rápido do que o tempo de preparo do modelo industrial estadunidense. Por essa e outras razões, existem atualmente cerca de 245

lojas do *McDonald's* na Tailândia (2019) e cerca de 1.020 no Brasil. A África e a Ásia foram os últimos continentes onde a franquia conseguiu se fixar, conforme Figura 24.

Figura 24 - Cartograma de territorialização do *McDonald's* por país e por tempo



Fonte: Astrokey, Hexagon e Szyslak (2007).

Em Goiânia, a rede *McDonald's* já não necessita criar estratégias de mudança do cardápio ou de aproximação com a culinária local para conquistar novos públicos. A empresa entende que o mercado consumidor já foi convencido de que o cardápio e a proposta oferecida pela rede foram amplamente aceitos. Assim, a estratégia de fixação no território passa por patrocinar eventos, como alguns em escolas públicas da região, inserir uma linha de sanduíches “*gourmet*” para competir com as quantidades gigantes de sanduicherias que se apresentam como artesanais, ou ainda tentar ser mais rápido e mais barato do que a concorrência dos “*pit-dogs*”.

Uma cena ocorrida em 2018 em Goiânia chama atenção para o fato de que, mesmo que as grandes redes se organizem constantemente para criar padrões nos cardápios, na arquitetura e até na forma de acessar o alimento, como por exemplo na inserção da cultura do *drive-through* (serviço de venda no qual a pessoa não precisa sair do carro), alguns traços das identidades goiana criam fissuras nesse espaço e

nessa proposta em cenas como a da Figura 25, em que dois homens frequentam o *drive-through* montados em cavalos, no bairro Celina Park, região oeste da cidade.

Esse evento foi noticiado por portais de notícias, como *Folha de São Paulo* (2018), por se tratar de um evento inusitado, por ser a franquia de alimentos um símbolo da globalização, tão expressivo do capitalismo em sua fase atual, talvez porque o senso comum e a divulgação jornalística deslocam o cavalo e a carroça imediatamente para o campo das ruralidades e seus estigmas, sem considerar que ele também pode compor as paisagens modernas e fazer parte do processo de globalização, como no caso ilustrado. Esse traço cultural, embora seja um caso isolado e não signifique necessariamente um questionamento ao modelo de *fast food* na cidade, demonstra que, apesar dos padrões impostos, as cidades possuem, também, suas formas únicas de lidar com algumas situações.

Figura 25 - Drive-thru a cavalo, Goiânia - RMG (2018)



Fonte: Foto publicada por Henrique Oliveira na rede social twitter em 2018.
Reportado pelo jornal *Folha de São Paulo* (2018).²⁵

²⁵ *Folha de São Paulo*: Estudante registra homens a cavalo em drive-thru de Goiânia, e post bomba nas redes. Disponível em: <https://hashtag.blogfolha.uol.com.br/2018/01/13/estudante-registra-homens-a-cavalo-em-drive-thru-de-goiania-e-post-bomba-nas-redes/>. Acesso em: 18 jan. 2019.

A repercussão do caso, visto por alguns como “piada” e por outros como “Goiânia ainda é rural”, também se torna um importante ponto de partida para reflexões acerca das fronteiras entre local e global e entre cultura urbana e ruralidades. Parte dos goianos incorporou o discurso hegemônico da modernidade e entende “prédio” e “carro” como algo atrelado ao progresso, e símbolos rurais como algo relacionado ao passado ou a “atraso”. Essa construção de imagem dos sertões ou do que é rural como algo negativo foi apontada por Almeida da seguinte forma:

O “sertão”, como por vezes Goiás e Mato Grosso foram denominados, seria o oposto do que existia no litoral – considerado como um espaço de progresso e desenvolvimento. O resultado foi a construção de uma imagem negativa dos sertões e dos costumes e tradições das suas populações. Em resposta, ocorreu também a construção de representações locais, que buscaram se contrapor às primeiras e negá-las, originando, assim, uma verdadeira luta de representações. (ALMEIDA, 2019, p. 26).

Esse mesmo debate sobre identidades e culturas impulsionado pelo caso do cavalo no *drive-through* pode ser feito para a alimentação tradicional em contraposição com os alimentos das redes de *fast food*. A ideia de “cidade sertaneja” e “capital country”, de Silva e Almeida (2010), é recorrentemente explorada pela TV ou ainda por propagandas turísticas da cidade, conforme estudaram as autoras acerca das identidades goianas com uma análise da mídia e das representações sociais. Isso significa que a construção de uma cultura agro tem sido amplamente alastrada para diversas facetas da vida social. Essa ideia de negar sua própria construção histórica e cultural para abraçar novas tendências mercadológicas favorece a expansão da indústria cultural.

Para algumas famílias, fazer um aniversário dentro de uma franquia estrangeira, comer sanduíche com *ketchup*, incorporar “hábitos alimentares” estadunidenses e com brinquedos do momento atrelados a eles, tomar refrigerante e todo o pacote que a indústria cultural do alimento cria constantemente são símbolos de “status” ou uma forma de se sentirem representadas como cidadãos urbanos, como se isso fosse uma vantagem de classe ou certo privilégio ostentativo da classe média.

Mirando justamente nesse público brasileiro bastante numeroso, parte das estratégias de territorialização das redes de *fast food* envolve a promoção de seus

produtos alimentícios junto com personagens “cativantes” de grandes redes como a Disney. Com isso, visam aproximação, engajamento e identificação com o que já faz parte do universo da criança, facilitando, assim, a construção de um paladar desde a infância, como alertam Lessa e Muleka (LESSA; MULEKA, 2017) em seu estudo sobre o papel das embalagens enquanto engrenagem da indústria cultural na infância.

Quando as crianças se vinculam a esse estilo de comer e a esses sabores, passam a ter uma dificuldade gigantesca no momento de ampliar seus horizontes gustativos e culturais no campo da alimentação. Chega-se ao ápice de, após entender que a comida “rápida” é sua comida favorita, estranhar seus alimentos tradicionais e ingredientes, legumes e frutas do bioma onde nasceu, ponto esse que será melhor abordado junto a outros pontos da pesquisa.

Desde o momento em que as primeiras franquias surgiram no país, o Estado brasileiro começou a aprovar leis sobre franquias, e, em 1987, surge a Associação Brasileira de Franchising (ABF). Em 1994, o Brasil aprova a Lei nº 8.955, que dispõe sobre o contrato de franquia empresarial (*franchising*) e dá outras providências. Ou seja, abre-se não apenas um caminho para a chegada cada vez mais frequente de todo tipo de franquias, incluindo a de alimentos, como também se organiza um aparato legal e de incentivo a elas.

Não é demais reforçar que, em outra via, o Brasil teve e ainda tem profundas dificuldades em organizar esse mesmo aparato legal de fortalecimento de franquias ou mesmo aprovação de leis de incentivo à produção de alimentos tradicionais. Um marco importante nessa jornada foi o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), criado em 1996, com os seguintes objetivos:

- a) atender de forma diferenciada os minis e pequenos produtores rurais;
- b) possibilitar a elevação de sua capacidade produtiva;
- c) gerar emprego e renda;
- d) contribuir para a redução das desigualdades sociais;
- e) utilizar de forma mais eficiente a mão de obra familiar.

Notamos que, apesar de ser um importante programa, existe um foco social de pensar no pequeno agricultor e também no tema segurança alimentar. A discussão sobre soberania e produção de alimentos veio mais tarde. Para Stédile e Carvalho (2012, p. 715), o conceito de soberania alimentar é mais amplo do que o de segurança

alimentar, pois “para ser soberano, e protagonista do seu próprio destino, o povo deve ter condições, recursos e apoio necessários para produzir seus próprios alimentos”. Então pensar a produção de alimentos por si só não é garantia de conexão desses alimentos com as culturas locais; para isso, é necessário entender a dimensão dos sujeitos e suas tradições alimentares ancestrais e locais.

A união do tema alimentação e cultura se faz presente na legislação brasileira muito tardiamente, apenas em 2013 a Comissão de Cultura aprovou o projeto (PL nº 6.562/13). Esse PL, ainda que tardio, não veio para criar uma categoria de incentivo à cultura alimentar, mas sim criar um adendo e adicionar à já existente Lei Rouanet (nº 8.313/91) a gastronomia e a cultura alimentar entre os beneficiários da política de incentivo fiscal.

Goiânia apresenta-se também como território estratégico, pois, com maior quantitativo populacional, é onde as empresas esperam encontrar maiores públicos e mercados consumidores. É na capital onde as principais tendências se fazem presentes primeiro, só depois se observa o movimento de interiorização.

Essa concentração de equipamentos e estabelecimentos de alimentação, ao mesmo tempo que vulnerabiliza tradições, também pode deixá-las mais fortes. Explicamos: Goiânia é, ao mesmo tempo, a cidade mais vulnerável a receber redes de *fast food* mais populares, mas também o local em que se concentram estruturas de poder fortes.

Localizam-se em Goiânia a Superintendência do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional em Goiás (Iphan-GO), concentração de renda para investimentos diversos e espaços de decisão no executivo, legislativo ou judiciário (decisões tomadas em Goiânia podem impactar todo o estado), bem como instâncias gerais de conselhos de cultura ou possibilidades de agrupamento de pessoas interessadas em defender outras formas de se alimentar ou de tratar o patrimônio alimentar do povo goiano.

Para adentrar as dinâmicas do cotidiano (LEFEBVRE, 1991), apresentamos no tópico a seguir uma deriva com registro fotográfico das principais paisagens e suas toponímias dos espaços de alimentação. Guy Debord (1958), proponente da teoria da deriva, define esse ato como uma passagem rápida por diversos ambientes, utilizada para a exploração de paisagens e fenômenos psico-geográficos. Para ele,

O sujeito é convidado a se dirigir só, a uma hora determinada, em um endereço que se lhe fixa. Ele está liberado das penosas obrigações do encontro ordinário, já que ele não espera nenhuma pessoa. Todavia, este “ponto de encontro possível” o tendo levado de improviso em um lugar que ele pode conhecer ou ignorar, leva-o a observar arredores. Pode-se ao mesmo tempo dar ao mesmo local um outro “ponto de vista possível” a alguém cuja identidade ele não pode prever. Ele pode mesmo jamais a ter visto, o que incita a entrar em conversação com diversos transeuntes. Ele pode não encontrar nenhuma pessoa, ou mesmo encontrar por acaso aquele que fixou o “ponto de encontro possível”. (DEBORD, 1958, p. 3, grifo nosso).

A deriva pelo espaço geográfico em que se pesquisa não pode ser confundida com caminhada aleatória. Trata-se, como defende o autor, de um desligar-se de uma atitude engessada em que o roteiro pode falar mais que a experiência: “compreende ao mesmo tempo esse deixar-se levar e sua contradição necessária: a dominação das variações psico-geográficas pelo conhecimento e cálculo de suas possibilidades” (DEBORD, 1958, p. 1).

Presente não apenas na Geografia, a possibilidade etnográfica e de deriva abarca estudos sociais, psicológicos e geográficos diversos devido à sua ampla versatilidade no campo das investigações, cujas possibilidades foram bem explicitadas por Espósito e Justo (2017).

Selecionamos uma metrópole, a RMG, na tentativa de compreender a estratégia e a forma de agir de grandes empresas do ramo alimentício a partir de cotidianos urbanos para visualizar suas expansões territoriais e novas formas de agir em conjunto com aplicativos de comida e os possíveis cenários de resistências ou persistências locais enquanto movimento de culinária de base, culinária histórica e cultural ou ainda a comida patrimônio.

Ao percorrer a RMG, não estaremos interessados em compreender a cultura ou manifestação de determinado grupo. Em outro caminho, buscaremos contemplar elementos culturais enraizados em certo espaço ou local (GEERTZ, 1978). O sentido de enraizar parece oportuno porque dialoga também com a categoria território. Ao percorrer as paisagens da RMG, ficará evidenciado que não se “enraízam” apenas traços de nossa cultura ancestral. Longe disso, é possível perceber uma RMG que tem enraizado em sua estrutura urbana e rural traços e formas de comer de lugares

bem distantes geograficamente, mas praticamente iguais na forma e na função, como os territórios do *fast food*.

Diante dessa conjuntura cultural, os costumes e os modos de vida também se fazem presentes nos letreiros e fachadas dos lugares de alimentação. A quantidade e o conteúdo do que ali é vendido representam, de certa forma, as escolhas e os posicionamentos dessa comunidade diante da avalanche de informações e referências da modernidade, conforme pontua Almeida:

O olhar sobre a prática geográfica por meio do discurso do qual duas chaves interpretativas podem ser extraídas. A primeira é a pós-modernidade, como crítica do saber (pelo menos nas suas pretensões universalizantes). A segunda é a nova sensibilidade estética. Posto que na geografia cultural a motivação para compreender seu campo teórico cresce em todas as suas dimensões, propõe-se também apontar as novas práticas discursivas nas quais a Geografia inspira e tem grandes possibilidades de enriquecê-la (ALMEIDA, 2013, p. 43), grifos nossos).

O campo das toponímias nas paisagens urbanas se configura com uma estética própria em nosso estudo. A cada novo letreiro, a cada novo batismo, signos, símbolos e significados são atribuídos à paisagem. Esses territórios e campos discursivos não são apenas “banais”, moram justamente no cotidiano muitos significados que quem se dedica a compreendê-los certamente encontrará campos oportunos de conhecimento. Conforme aponta com muita intencionalidade Gomes (2009, p. 29), “Renunciemos à banalidade para ganharmos em importância”.

O fato de os municípios da RMG, com menos ou mais habitantes, aclamarem em suas fachadas o nome das bebidas que os patrocinam, ou ainda o refrigerador de bebidas que pede exclusividade de uma só empresa, a aposta no sanduíche de praça como espaço de sociabilidade, diz muito sobre o que estamos compreendendo e reproduzindo.

2.4 Um giro pelas toponímias da geografia da alimentação na RMG: ainda é possível mapear as origens?

O estudo das espacialidades vinculadas à alimentação já foi tangenciado por Sorre (1951), que, em meados do século passado, chamou atenção para uma

geografia dos regimes alimentares. Dentre as várias contribuições de Sorre, atentamos ao vínculo entre consumo de determinados alimentos e grupos étnicos ou países.

Ao fazer essa relação, Sorre (1951) verificou como comidas e ingredientes se relacionam com as regiões, como exemplo o trecho:

[...] entre os elementos do regime [alimentar], há alguns essenciais: são os alimentos básicos cujo grupo é característico. Assim o arroz e o chá para os Orientais; o pão de trigo, a carne de boi ou de carneiro, o vinho no nosso Ocidente; em uma parte da África, os milhetes (SORRE, 1951, p.12).

Partindo desse pressuposto teórico para um giro pelo nosso cotidiano, imaginemos as seguintes cenas: o pipoqueiro na esquina; a moça que vende lanche no ponto de ônibus; quem sai de casa com a marmita; a nova franquias de sanduíche; o velho e tradicional restaurante do bairro; uma promoção pague 1 leve 2; combo disso, combo daquilo. São tantas as referências nas paisagens e nos territórios do cotidiano que remetem à comida que muitas vezes ficamos perdidos: em que cultura matriz se estrutura nossa comida cotidiana?

Como se esse mapa não fosse complexo o suficiente para ser entendido, existem ainda as misturas de várias culturas alimentares em um mesmo alimento, o que pode ter sido originado no Oriente, mas ter sido ressignificado para o mercado com referência ao Ocidente.

Pensar nas toponímias certamente levará nosso pensamento para outros lugares. De tão ocupados com outros assuntos, geralmente os porquês genuínos vêm do olhar ainda não cansado das crianças: “Pai, por que aquele lugar se chama Ginza?” Um “sei lá” geralmente é a resposta imediata. Mas, diante das facilidades de acesso a informações em nosso tempo, e para atender à expectativa de diálogos dos filhos, os pais recorrem aos buscadores e encontram coisas como: “*Ginza é um distrito de Chuo, Tóquio, localizado a sul de Yaesu e Kyōbashi, oeste de Tsukiji, leste de Yūrakuchō e Uchisaiwaichō, e norte de Shinbashi*” (WIKIPÉDIA, 2023).

Esse tipo de resposta certamente não atende por completo às necessidades questionadoras das crianças, que continuam: “E por que isso é nome de um restaurante em Goiânia?” Para responder, os pais podem novamente partir para a

generalização: “Deve ser porque muita gente gosta de comida japonesa por aqui”. O interrogatório geralmente continua: “E por que o povo daqui gosta de comida japonesa? Você já foi ao Japão? Eles também comem comida goiana por lá? A comida japonesa daqui é igual à comida japonesa de lá? Quando teve o primeiro restaurante japonês daqui? E o último?”

As perguntas são simples. Mas as respostas são extremamente complexas – o simples fato de os goianos terem aderido à “moda” dos restaurantes japoneses, com seus sabores às vezes questionáveis, quando se fala em origens; e, do outro lado do mundo, não existe uma “moda” ou uma tendência comercial de comida brasileira ou goiana, replicáveis na mesma intensidade, o que já diz muita coisa.

[...] o topônimo não é algo estranho ou alheio ao contexto histórico-político da comunidade. Sua carga significativa guarda estreita ligação com o solo, o clima, a vegetação abundante ou pobre e as próprias feições culturais de uma região em suas diversas manifestações de vida (DICK, 1992, p. 47, grifo nosso).

Uma parte dos significados dessas feições culturais será discutida neste capítulo com olhares iniciais para a origem dos nomes dos lugares e, depois, faremos um aprofundamento em alguns significados territoriais da espacialização desses espaços da comida e seus simbolismos em diferentes pontos da RMG.

Ao caminhar por Goiânia, notamos: “Churrascaria do gaúcho”, “*Dellux Burger*”, “Restaurante China”, “Ginza”, “*Porto Cave*”, “Tacacá da Dona Raimunda” e tantos outros nomes de restaurantes que nos remetem a outros lugares.

Dorion (1966), no texto “Toponímia – métodos de investigação”, desde meados do século passado tem alertado pesquisadores sobre a importância dos estudos toponímicos para a Geografia. Em suas colocações, geralmente reclama que a maioria dos geógrafos não dá a devida atenção a esse diálogo da linguística com os estudos espaciais, o que poderia enriquecer muito os estudos sociológicos e linguísticos. Assim, “O uso de topônimos pode servir à geografia histórica, como pode indiretamente ajudar a reconstruir o passado biogeográfico, geomorfológico,

hidrográfico, político, linguístico, social, e em suma: geográfico.” (DORION, 1966, p. 334), tradução livre)²⁶.

Dessa forma, Dorion (1966) vê uma grande versatilidade nas possibilidades de utilização das toponímias como elemento importante na construção histórica e espacial dos lugares, seja dentro do campo da geografia física ou na geografia humana e suas dinâmicas socioespaciais. Para o autor, as toponímias, quando vistas em profundidade, são capazes de libertar as palavras de seus sentidos mais preliminares. Essa libertação da palavra se dá em muitos níveis porque as palavras estão em constante transformação.

A libertação se situa pelo significado, matriz etimológica da própria palavra, que se modifica à medida que é utilizada, ou pelas mudanças de seus significados correlatos em combinação com outras palavras e outros contextos. Tais alterações são absorvidas, questionadas, alteradas e modificadas em cada cultura e em cada contexto tempo-espacial.

Nos exemplos que citamos antes, com nomes de lugares extraídos das fachadas dos espaços de alimentação em Goiânia, notamos muitas palavras em inglês e outras remetendo a outras regiões, estados ou mesmo países, revelando mais do que pode parecer. Darby (1957) e Tort (2000), ao proporem metodologias e estruturas de conhecimento com o uso de toponímias, mostraram a centralidade dessas estruturas na descrição e seleção de elementos importantes nos territórios.

Fizemos esse mesmo exercício em outras cidades da RMG, além da capital. Ao caminhar por todas elas em trabalho de campo, buscamos organizar as principais recorrências e tendências: com foco na recorrência do uso do inglês em espaços públicos que comercializam comida, notamos recorrentemente nomes como “burger” e suas derivações, “*bill*”, “*king*” “*mec milk*”, entre outros.

Nos casos elencados, a tomada de posse e as territorialidades em torno dos espaços de alimentação na RMG giram em torno de uma afirmação recorrente de comidas estrangeiras. Esse batismo nos parece peculiar porque passa a compor os hábitos alimentares mais recorrentes dos cidadãos. “Depois da missa, vamos passar

²⁶ Tradução livre do original: “Enfin, l'utilisation des toponymes comme des témoins d'une géographie dont il ne reste quelquefois que bien peu, peut servir la géographie historique, comme elle peut indirectement aider à reconstituer le passé biogéographique, géomorphologique, hydrographique aussi bien que politique, linguistique, social, géographique en somme.” (DORION, 1965, p. 344).

Não existe uma lei ou uma força estatal que determine o uso de palavras estrangeiras para nomear estabelecimentos de alimentação. Mesmo assim, de forma “espontânea”, e após passarem por um processo de construção simbólica e cultural, os cidadãos passam a incorporar o uso do inglês talvez por acreditarem que estão trazendo elementos que agregam valor aos seus comércios.

Outra explicação possível é que, ao utilizar o idioma inglês, os comerciantes tendem a fazer referência a nomes que já viram em filmes, comerciais, novelas e divulgações midiáticas. Por isso é comum correlações com nomes de desenhos animados, estabelecimentos comerciais de novelas ou de filmes *hollywoodianos* e afins.

Essa estrangeirização de nomes que se entrecruzam e se sobrepõem nas paisagens, presentes em pamonharias, pizzarias, lanchonetes, pit-dogs, revela a força do *soft power* estadunidense – incluindo a língua – nesse processo em que se está nitidamente incorporando mais do que refletindo sobre seus simbolismos e iconografias que passam a compor a paisagem urbana.

Não deveríamos encarar tais nomes como algo banal ou apenas uma forma de chamar um estabelecimento. Nesses casos, estão sendo construídas formas de comunicação, estamos materializando nas paisagens códigos materiais e simbólicos ao mesmo tempo, conforme destaca Cosgrove:

A produção e reprodução da vida material é, necessariamente, uma arte coletiva, mediada na consciência e sustentada através de códigos de comunicação. Esta última é uma produção simbólica. Tais códigos incluem não apenas a linguagem em seu sentido formal, mas também o gesto, o vestuário, a conduta pessoal e social, a música, a pintura, a dança, o ritual, a cerimônia e as construções. Mesmo esta lista não esgota a série de produções simbólicas através das quais mantemos o nosso mundo vivido, porque toda atividade humana é, ao mesmo tempo, material e simbólica, produção e comunicação. Esta apropriação simbólica do mundo produz estilos de vida (*genres de vie*) distintos e paisagens distintas, que são histórica e geograficamente específicas. A tarefa da geografia cultural é apreender e compreender esta dimensão da interação humana com a natureza e seu papel na ordenação do espaço (COSGROVE, 1998a, p. 1), grifos nossos).²⁷

²⁷ Do original: COSGROVE, Denis. Towards a Radical Cultural Geography of Theory. *Antipode*, p. 1-11, 1983.

Isso demonstra que a construção da vida em sociedade acontece concomitantemente aos conflitos. Apesar de aparentemente inofensivos, esses nomes em fachadas fixas ou anúncios que piscam vão dando contornos expressivos aos nossos modos de vida urbanos.

Chaveiro (2001), quando estudou Goiânia entendendo a cidade enquanto uma metrópole em travessia, destacou que a cidade guarda especificidades de sua tradição, mas sofre com as mudanças e inovações que o mundo globalizado impõe. As inovações que atravessam o território, para o autor, expõem desejos consumistas capazes de deslocar subjetividades. Os desejos antes requeridos de vivências sertanejas ou de cidades menos conectadas em redes começam a ganhar imagens, símbolos e objetos de desejo não só de outras regiões do Brasil, mas também do mundo.

A recorrência dos nomes em inglês que citamos anteriormente não recai apenas sobre os restaurantes, mas também sobre nomes de prédios empresariais ou residenciais, nomes de ruas, de marcas e outras “homenagens” ao estrangeiro. Assim, o que pode significar um espanto à primeira vista, já que o inglês não é um idioma oficial na cidade, com o passar do tempo acaba sendo incorporado em maior ou menor grau.

Esse mecanismo de padronizar muitas coisas a partir do inglês, lido por muitos como algo “universal”, pode revelar as estratégias da guerra cultural linguística. Essa suposta universalidade repercute não apenas no nome dos lugares, mas também nas formas de comer, pois, na maioria das vezes, um estabelecimento que utiliza o sufixo *burger* não se importa apenas com o idioma estrangeiro: incorpora um cardápio, uma sequência de ingredientes, os modos de fazer e de comer e, por fim, uma cultura alimentar.

Esse processo de transposição de características alimentares se faz presente em redes internacionais de alimentos, mas também dentro de regiões no mesmo país: “Tacacá da Dona Raimunda” não é apenas o nome do estabelecimento, trata-se da influência da culinária indígena com o jambu, que deixa a boca dormente. Em outro estudo, Chaveiro (2011) afirma que Goiânia é uma metrópole em que a pamonha encontra-se com o *ketchup*. Esse encontro demonstra diálogos culturais por meio da comida e reafirma o lugar de uma cidade e metrópole em travessia.

Quanto mais intensificamos as trocas, maior é o emaranhado que compõe as referências culturais na cidade, sobretudo em metrópoles. Questionamo-nos se ainda faz sentido se esforçar pela busca de uma possível origem ou informação que torne possível afirmar que algo ou alguém possui uma ou outra origem específica. Em que medida esse exercício nos auxiliaria na compreensão da totalidade espacial?

Seguindo nesse raciocínio: em quem ou em que origens está ancorada nossa cultura? Refletir sobre as origens é, também, uma forma de se posicionar acerca das identidades percebidas em um povo ou um território. Castells (2018, p. 22) afirmou que a identidade é “a fonte de significado e experiência de um povo”, então podemos inferir que para ele as identidades são entendidas pelos significados e experiências de um povo.

Claval (1979) afirma que a identidade é conferida pelo meio ou por alguns dos elementos do meio que nós escolhemos. Dessa forma, o autor afirma que, com essas escolhas, ingressamos num mundo de signos e de consumo cultural. O argumento do autor acrescenta um componente importante neste debate: as escolhas.

Diante do ponto destacado por Claval, questionamos: realmente podemos escolher nossas identidades? Ou os signos culturais que nos representam? Em parte. Apesar de reconhecer a importância da autonomia lembrada pelo autor, ressaltamos que muitas vezes os grupos que aparentemente compartilham de identidades semelhantes nem sempre escolheram os elementos que os identificam.

É justamente nesse embate que se fazem presentes os discursos identitários contemporâneos. Sobre essa problemática, Claval (2009, p. 22) afirma que “os discursos identitários contemporâneos proclamam assim a necessidade, para o grupo, de dispor de um controle absoluto do território que ele torna seu”. Na sequência, o autor lembra os discursos nacionalistas ou regionalistas.

Nesse aspecto, lembramos o argumento anteriormente selecionado de que nem sempre a busca por origens pode ser um exercício profícuo para interpretação cultural ou até mesmo para organização de lutas em defesa de uma sociedade mais plural e cosmopolita.

Refletindo sobre os discursos identitários alimentares em regiões metropolitanas como a de Goiânia, percebemos tentativas de criar nichos específicos, tais como alimentos orgânicos, feiras agroecológicas, feiras de produtos naturais,

feiras de produtos “da roça”, entre outros, que geralmente se projetam a partir da busca de identidades específicas com o público consumidor, como no caso ilustrado pela Figura 27, da comida “feita no fogão à lenha” e do restaurante “comida caseira” em Bonfinópolis (RMG).

Figura 27 - Estabelecimentos de Alimentação em Bonfinópolis (RMG)



Fonte: Trabalho de campo, junho de 2021.

Autoria: Sena (2021).

Os territórios de consumo de alimentos específicos podem se tornar também um lugar de pessoas que pensam a alimentação e muitas vezes também compartilham de visões de mundo e ideologias semelhantes.

Acerca da pluralidade das identidades e dos territórios, Almeida (2005, p. 110) nos lembra que “o território se pluraliza segundo escalas e níveis historicamente constituídos e sedimentados, englobando escalas como o local, o município, o estado, a região e o país”. Por isso faz mais sentido considerar que as identidades e as construções culturais na maioria das vezes são múltiplas e que, ao mesmo tempo que se relacionam com elementos de escalas variadas, também são construídos historicamente por diferentes povos e simbolismos.

Considerar essa multiplicidade não é uma tarefa fácil, pois, apesar de compreendermos que tanto a sociedade quanto suas formas de organizar significados e identidades caminham se relacionando com culturas de variados lugares e com a contribuição de vários povos, o encontro de referências simbólicas, identitárias e culturais é quase sempre acompanhado por muitos conflitos.

Claval (2009, p. 10) afirma que “os problemas do mundo contemporâneo são ligados à globalização, à multiplicação dos contatos entre culturas e as mudanças das territorialidades que resultam dessa dinâmica”. No contexto mencionado, o autor argumenta que tanto a multiplicação dos contatos entre culturas quanto as tentativas de universalidade negam a diferença.

Negar a diferença significa que, na aproximação de culturas por conta da globalização, são frequentemente observadas sobreposições, ou seja, constantes tentativas de dominação de uma cultura sobre a outra.

Diante do problema específico relacionado à globalização que esta pesquisa propõe, seria necessário perceber as disputas no sentido de analisar quais identidades nacionais, regionais ou empresas têm conseguido conquistar mais paladares e expandir suas referências culturais alimentares – fazendo um paralelo com os exemplos que citamos a partir dos nomes dos estabelecimentos quando migrantes se utilizam de seus lugares de origem para nomear os restaurantes.

Defendemos que os ingredientes, as formas de comer e as territorializações de restaurantes, redes globais de alimentos, bem como redes locais ou tradicionais de comida, ou seja, agentes hegemônicos e periféricos, revelam muitos aspectos sobre a geografia e as cidades.

Voltando ao problema da negação da diferença mencionada por Claval (2009a), destacamos alguns aspectos que permitiriam um início de resposta à questão outrora elaborada sobre o sentido de buscar origens culturais. Essa busca por uma “essência cultural” nem sempre nos auxilia na compreensão de identidades, ou na percepção e identificação de qual cultura fazemos parte e na qual estamos inseridos.

Quem vasculha para identificar origens pode incorrer em precipitadas afirmações sobre “quem sou” e “a que lugar pertença”. Paradoxalmente, ao mesmo tempo que se reforça uma identidade individual, é possível promover o estranhamento com o “Outro”, como se, ao fortalecer as próprias identidades, se colocasse uma fronteira entre o individual e singular e o social e plural.

Considerando o contexto urbano e metropolitano, há uma reconfiguração do que já foi entendido como espaço das tradições (HOBBSAWN; RANGER, 2012) – que são inventadas por diferentes agentes, razões, intencionalidades e temporalidades –,

ou ainda com a abordagem sobre o deslocamento de práticas sociais cotidianas para contextos indefinidos no tempo e no espaço (HARVEY, 1992).

Nessa obra, o espaço-tempo também é colocado como fonte de poder social, portanto quem domina o espaço pode controlar a política de lugar. Para Harvey (1992), a nova experiência do espaço e do tempo advém de práticas e processos materiais de reprodução social. Os exemplos mais recorrentes da obra são relacionados à arquitetura, que muitas vezes aparece como forma de comunicação e a cidade como seu discurso.

As contribuições de Harvey (1992) e de Claval (2009a) são especialmente importantes para analisarmos as mudanças na arquitetura relacionadas a alguns restaurantes da Região Metropolitana de Goiânia (RMG) – como os que usam em suas identidades visuais elementos que fazem referências a cidades ou regiões específicas; ou ainda as alterações de paisagem promovidas por grandes redes de *fast food*.

CAPÍTULO 3

GLOBALIZAÇÃO E METRÓPOLE:

estruturando um debate sobre os caminhos da alimentação

“O povo que chupa o caju, a manga, o cambucá e a jabuticaba, pode falar uma língua com igual pronúncia e o mesmo espírito do povo que sorve o figo, a pêra, o damasco e a nêspêra?”

Bênção paterna, prefácio de *Sonhos d'Ouro*
José de Alencar

A intensificação do processo de globalização tem mudado profundamente as formas de organização da sociedade no mundo moderno. Isso porque, quanto mais se implementam redes e conexões entre territórios, mais complexo se torna o exercício de compreender o papel e o lugar de cada cultura diante da totalidade.

O conceito e os efeitos da globalização presenciaram diferentes momentos de interpretação ao longo da história. Principalmente a partir da década de 1990, as metrópoles foram tão impactadas por mudanças envolvendo novas e antigas tecnologias acumuladas historicamente em seus territórios e paisagens que elementos globais inseridos em contextos locais, de tão corriqueiros, passaram a ser menos percebidos ou simplesmente não provocam mais a sensação de descobrimento, daí a importância de retomar os estudos de cultura.

Interpretar as cidades e os territórios a partir de elementos culturais nos permite entender que, quando um fenômeno como o da globalização se torna tão comum a ponto de ser naturalizado ou quase banalizado, isso não significa que seus efeitos também o foram.

Ao contrário disso, significa que precisamos entender novamente cada parte que compõe uma totalidade cada vez mais diversa. As grandes cidades são todas iguais? O que é específico de cada lugar? A sociedade tem passado a comer de forma muito semelhante em grandes centros urbanos? São algumas questões que podemos refletir sobre o processo de globalização e como ele influencia os modos de vida e os hábitos alimentares das pessoas que vivem em regiões metropolitanas.

Os estudos acerca do fenômeno da globalização foram especialmente debatidos no Brasil nos anos de 1980 e 1990. Desde então, apesar de o fenômeno ter se intensificado, os estudos e temas que envolvem a globalização não parecem ter se intensificado com a mesma velocidade que o fenômeno.

Mapear o que é local ou regional em comparação com o que é estrangeiro a determinada sociedade sempre foi uma tarefa complexa que exige esforços de pesquisadores de diversos campos do saber científico.

Neste capítulo, pretendemos analisar o conceito de globalização tendo como foco as noções de integração e de segregação das sociedades altamente impactadas pelo meio técnico-científico-informacional (SANTOS, 1994). Identificamos que os

estudos mais recorrentes do fenômeno da globalização consideram o encurtamento de distâncias entre as sociedades mediadas por redes técnicas.

Essas redes mencionadas por Santos também aparecem nos estudos de Castells (1999), que considerou uma dimensão de poder e cultura que muito interessa a esta pesquisa. Para ele, as redes constituem “a nova morfologia social de nossas sociedades, e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura” (CASTELLS, 1999, p. 497).

A maior parte das análises nesse campo de pesquisa identificam os impactos da segregação socioespacial, considerando a perspectiva econômica e o acesso desigual às redes técnicas construídas historicamente.

Quanto aos aspectos culturais que envolvem a globalização, o debate tem se voltado recorrentemente para medidas paliativas sobre os efeitos da pressão que culturas “globais” exercem sobre espaços locais, bem como debates sobre tentativas de resistir ou persistir diante de um movimento de exportação de culturas hegemônicas em um processo estrutural.

Selecionamos a cultura alimentar como forma de aprofundar o debate por entendermos que os alimentos também se globalizam e carregam cultura. Conforme pondera Da Matta (1986, p. 37), a “comida se refere a algo costumeiro e sadio, alguma coisa que ajuda a estabelecer uma identidade, definindo, por isso mesmo, um grupo, classe ou pessoa”.

Ainda de acordo com esse autor, a comida é também um traço importante para a leitura social. Isso significa que, se as formas de comer estão mudando, precisamos nos reposicionar e refletir também sobre os aspectos culturais da sociedade, pois, se um traço tão importante para se compreender a cultura está se movimentando e ganhando novos contornos com a intensificação dos processos de globalização, entendemos justificável uma atenção especial a esses movimentos.

Nesse processo, revisitamos autores centrais da análise territorial de sociedades globalizadas, colocando nosso foco no impacto da globalização nas culturas alimentares de regiões metropolitanas, para, no capítulo seguinte, tratar de algumas particularidades da Região Metropolitana de Goiânia (RMG), o principal campo de pesquisa deste estudo. Percorremos, então, esse trajeto na tentativa de

compreender melhor as possibilidades de defender partes específicas do que se come e pensar em estruturas que as protejam.

3.1 Caminhos e perspectivas dos estudos sobre globalização: consumo, construção e reconstrução de culturas alimentares

A globalização é um fenômeno muito estudado, sobretudo a partir de três prismas teóricos centrais: **a)** os aspectos econômicos e das redes; **b)** a compreensão da construção de uma possível aldeia global e **c)** os aspectos socioculturais dos choques e encontros de culturas.

Essa última abordagem, em algumas bases teóricas, sobretudo de matriz francesa, tais como aquelas de Benko (2002) e Veltz (1996), preferem estudar o fenômeno se utilizando do conceito de mundialização ao invés de globalização. Ressaltamos que tais conceitos não são exatamente sinônimos, embora sejam analisados dessa forma tanto pela sociologia quanto pela geografia.

O conceito de mundialização para Ortiz (1994, 2006) é mais frequentemente atrelado a eventos (econômicos, culturais, sociais) que alcançam o planeta inteiro. Já a globalização Santos (2003) aparece com maior frequência em estudos econômicos ou em referência a estratégias territoriais de escala mundial.

Como analisaremos estratégias para as transformações nas culturas alimentares considerando o papel do Estado e seus vínculos com questões econômicas e industriais, encontramos melhores diálogos com os estudos sobre globalização sobretudo na Geografia. Mas isso não significa que trataremos um conceito e descartaremos o outro, pois muitos estudos são importantes para compreendermos alterações recentes na vida moderna, como também afirmam Cesnik e Beltrame (2005), em outras áreas do conhecimento para além da Geografia.

Iniciaremos buscando compreender melhor esse fenômeno para posteriormente tentarmos interpretar as mudanças ocorridas na alimentação e nos hábitos alimentares metropolitanos, principalmente quando se observam influências estrangeiras em culturas alimentares locais.

Neste estudo, estabelecemos diálogos com abordagens do conceito de mundialização, que tem sido estudado em outras áreas do conhecimento, sobretudo na Sociologia. Esse diálogo conceitual é bastante importante e nos fortalece para

chegarmos às análises específicas em territórios culturais com melhores possibilidades de destacar especificidades da abordagem cultural e espacial.

Ficará posicionado nesta pesquisa que, à medida que a tese se desenvolve, conseguimos nos relacionar de forma mais fluida com o conceito de globalização e modernização do que com o conceito de mundialização. Isso se explica sobretudo porque, ao focar nas estratégias de atuação de grandes empresas na conquista por paladares para além das fronteiras de onde foram inicialmente concebidas, a análise econômica encontra a análise cultural. Entendemos a globalização como um processo imperativo, em pleno processo de intensificação, apesar de sua produção teórica mais expressiva ter sido há algumas décadas e poucas vezes relacionada à alimentação e aos territórios.

Nossos questionamentos centrais relacionam-se com a alimentação, e esta, por sua vez, se materializa no espaço e na vida das pessoas, correlacionando aspectos da cultura, da economia e até mesmo o impacto na fome e na alimentação escolar.

Antes de continuarmos com a abordagem sobre o conceito de globalização a partir de várias perspectivas, gostaríamos de direcionar as interpretações dos conteúdos que analisaremos a partir de quatro fases principais do que estamos chamando de globalização alimentar, ou as principais novidades que cada momento histórico trouxe para a forma como lidamos com os alimentos.

Levitt (1983) é reconhecido como um dos primeiros pesquisadores a utilizar o termo globalização para designar a convergência dos mercados no mundo inteiro, destacando, portanto, o aspecto econômico. Nesse momento, o economista notou estratégias territoriais de mercados e corporações que ultrapassaram os limites das cidades, regiões ou até mesmo países em que as corporações planejavam atuar.

Ohmae (1996), que também contribuiu com a noção de globalização no campo da análise econômica, acrescentou em seus estudos a observação do desenvolvimento e das formas de organização e expansão de empresas e da economia multinacional. As produções dos países que se industrializaram primeiro não miravam mais apenas seus próprios mercados, mas também a venda em rede para outros países e continentes.

Os estudos desse período enfocam principalmente o desenvolvimento, a comercialização e a forma de produção de algumas empresas – sobretudo as que expandiram sua área de atuação para além das fronteiras de onde surgiram. Entendemos como importante mencionar esse estudo porque, quando formos focar nas empresas de alimentação, também buscaremos entender suas estratégias de atuação e expansão territorial.

De acordo com Wallerstein (1992, 1993), o conceito de globalização ganhou força a partir da integração promovida sobretudo pelos sistemas econômicos impostos pela economia capitalista – que paradoxalmente passou a incluir também os Estados ou as sociedades que defendem ou defenderam perspectivas socialistas.

Essa matriz comum, mas não igual, percebida na realidade contemporânea foi denominada pelo autor como “sistema mundo” (*world-system*), quando assinala o recorte temporal a partir do final do século XV e início do XVI, momento em que parte do mundo passou a reconhecer as constantes tentativas de integração da então economia-mundo (*world-economy*)²⁸.

Keizer e Kenigswald (1996) destacam os três principais polos regionais e países que primeiro dominaram esse cenário corporativo da globalização, que foram: Japão, América do Norte e União Europeia. Tanto o Japão quanto alguns países da Europa e da América do Norte influenciam o comércio em escala global, pelo menos desde a década de 1950.

Por essa razão, são países que produzem e operacionalizam seus produtos vislumbrando acessar muito além da população de seu entorno produtivo, extrapolando inclusive os limites político-administrativos nacionais com o comércio exterior. Essa expansão geralmente acompanha mudanças de modelo e de estrutura industrial para possibilitar a produção em larga escala.

Sassen (1991) abordou o conceito das redes econômicas em cidades globais e da expansão de corporações com estratégias multinacionais e multiterritoriais.

²⁸ Economia-mundo, em Wallerstein (1993), vem do vocábulo alemão *Weltwirtschaft* e faz referência a um acordo entre comuns, não necessariamente incorporando o mundo inteiro – no sentido da totalidade de países, pois, para Wallerstein, as noções de centro, periferia, semiperiferia e a divisão do trabalho entre as regiões são bastante importantes. A noção de totalidade e integralidade foi proposta sobretudo por Braudel (1987), em seu trabalho *A Dinâmica do Capitalismo*, com os conceitos de vida material, economia de mercado e capitalismo.

Porém, ponderou que o fortalecimento dos grandes centros financeiros possibilitou a emergência de cidades globais como Nova York, Londres e Tóquio.

Nessa abordagem, as cidades globais são reconhecidas por serem cidades que existem, também, para além de seus territórios físicos por abrigarem pessoas, funções, processos e objetos que possuem usos e sentidos para pessoas e corporações muito além do que seus limites físicos parecem significar.

Andreff (1996) e Mucchielli (1998) entendem como multinacionais as empresas que centralizam e integram atividades financeiras, comerciais, industriais em um mesmo território ou em territórios variados, e, por isso, aceleram as fusões de setores como telecomunicações, audiovisual, informática, entre outros.

Essas cidades globais ou empresas que se globalizam com maior intensidade são capazes de influenciar as dinâmicas de vida em cidades no mundo. É possível notar na análise desses autores a influência do recorte “regional”, pois empresas multinacionais, quando se globalizam, ultrapassam fronteiras frequentemente.

Com a intensificação dos fluxos entre os lugares, alguns segmentos empresariais organizaram suas sedes em múltiplas centralidades, sendo possível apresentar um produto final em que a linha de montagem foi estabelecida em países diferentes.

A abordagem da globalização que examina o estabelecimento de uma rede global de culturas, transportes, finanças e pessoas, na construção de uma Aldeia Global, especula a possibilidade de construção de um mundo com o desaparecimento de algumas fronteiras.

A diminuição da sensação de distâncias é promovida com a constante integração de pessoas, culturas e países. Essa experiência de integração foi experimentada em algum estágio parcial em continentes que estabelecem acordos comuns no campo jurídico – com a flexibilização de exigências internas para o deslocamento de pessoas; com a unificação de moedas, ou com a aproximação de territórios por meio da rede de comunicação e transporte, como o que acontece em partes da Europa.

Os problemas relacionados à interpretação unificada do mundo foram alertados por Harvey (1992) ao afirmar que a compressão do espaço-tempo está ligada ao aumento da velocidade associado ao desenvolvimento dos meios de transporte e de

comunicação. O alerta feito é que a experiência do espaço depende, em grande parte, do tempo que é necessário para percorrê-lo.

Isso nos permite verificar que existe um acesso desigual a essas tecnologias de comunicação, mas, sobretudo, de transportes, ao redor do globo, uma vez que as redes não são distribuídas de forma igualitária pelo território – portanto, quem pode usá-las é um grupo restrito, que geralmente transforma concentração econômica em poder de se movimentar pelo território e, finalmente, comprimir o espaço-tempo.

Em outra obra, Harvey (2010) observa que o espaço, por si mesmo, não poderia ser considerado absoluto, nem relativo, nem relacional ao destacar que as relações no espaço ou entre os espaços podem se tornar absolutas, relativas, relacionais, separada ou simultaneamente, em função das circunstâncias de quem os usa ou das forças econômicas e dos poderes que ali se estabelecem.

Dessa forma, podemos compreender que a conexão entre lugares de forma mais rápida ou as narrativas e representações de um mundo cada vez mais conectado não significam uma supressão de fronteiras.

Harvey (1992), ao analisar a vida social, a economia e as relações de poder, utilizou como exemplo a arquitetura das cidades, bem como o roteiro e a forma como alguns filmes se desenrolam, para tratar da compressão espaço-tempo e para sugerir outras interpretações para que se possa compreender a fragmentada vida moderna.

Essas distorções foram explicadas pelo autor quando analisou filmes e estruturas de narrar consideradas pós-modernas. Nos exemplos selecionados, diferentemente das personagens, os humanos precisam lidar com as consequências das conexões entre os lugares. Nos filmes com supressão de espaço e de tempo, as personagens se deslocam sem sofrer as consequências das sucessivas transformações nas paisagens.

Castells (2010) também ressalta o papel das tecnologias de transporte e de comunicação como indutoras de velocidade, física e informacional, na alteração da nossa percepção do tempo e do espaço.

Apesar de a globalização ser um fenômeno percebido desde as Grandes Navegações, com destaque para o marco nos séculos XV e XVI, tal fenômeno ganhou novos contornos com a intensificação das mudanças promovidas pelo meio técnico-científico-informacional, propostas e estudadas por Santos (1994).

Para o autor, dois fenômenos ratificam o desenvolvimento dessa camada técnico-científico-informacional: a expansão das formas de organização do trabalho vinculadas aos serviços e o aumento da participação do trabalho intelectual. O meio técnico-científico-informacional é o que incita, na metrópole contemporânea, um comportamento que se traduz, segundo Santos (1994), em um grau maior e mais avançado de inteligência produtiva.

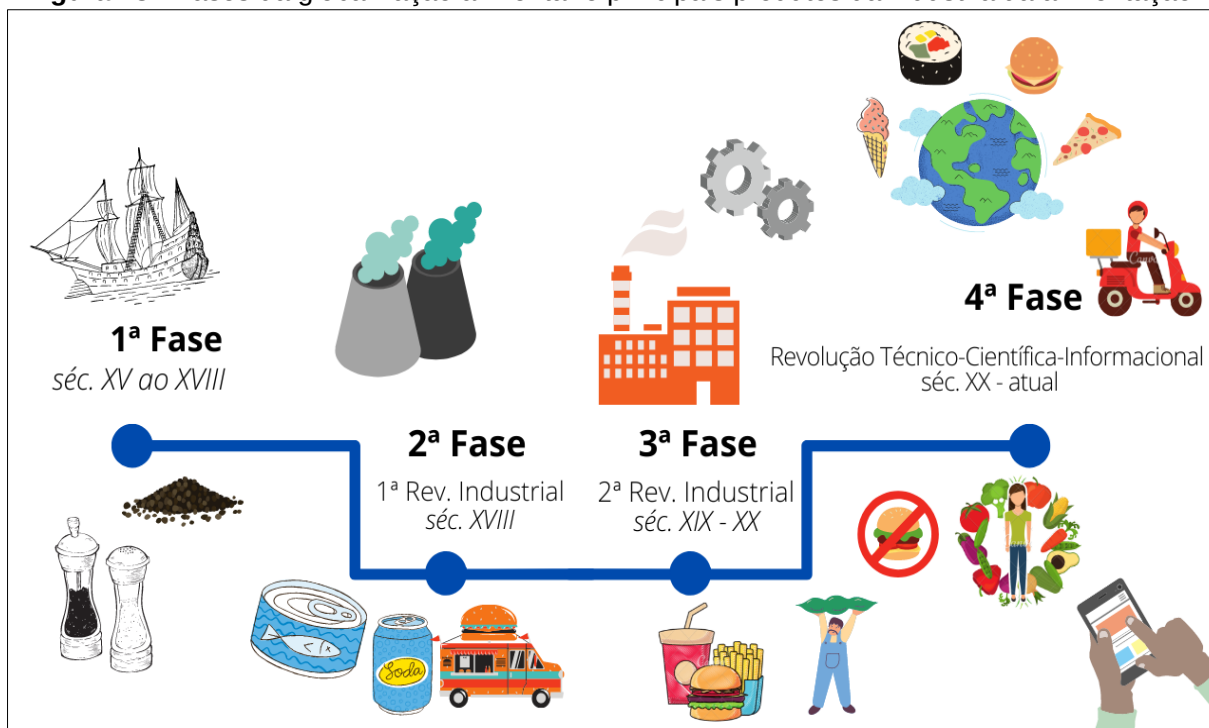
Em outra obra, Santos (2003) reafirma a importância dos transportes e dos meios de comunicação e aborda a intensificação de trocas de informações e comunicações e os deslocamentos de pessoas e mercadorias.

Essa intensificação causa uma espécie de percepção de “encurtamento de distâncias”. Quem vive em cidades altamente atravessadas por redes pode adquirir uma percepção de que os territórios estão mais conectados.

O diferencial da abordagem de Santos é que o autor divide a globalização em globalização como fábula, ou seja, da forma como nos é contada; globalização como perversidade, da maneira como ela realmente é; globalização como possibilidade, quando propõe uma outra globalização mais justa e igualitária.

Nessa obra, o autor organiza as críticas ao fenômeno da globalização, demonstrando que nem sempre é possível construir aldeias globais homogêneas com povos e atores hegemônicos e periféricos convivendo em equilíbrio. Portanto, a integração promovida pelo fenômeno da globalização une, ao mesmo tempo que separa, os sujeitos e suas culturas.

Para tentar organizar um pouco esses movimentos da globalização e seus principais impactos nas formas de comer, destacamos, para fazer esse infográfico, representado pela Figura 28, as quatro fases: 1) séc. XV ao XVIII; 2) 1ª Revolução Industrial (séc. XVIII); 3) Revolução Industrial (séc. XIX e XX) e 4) Meio Técnico-Científico-Informacional (séc. XX - atual).

Figura 28 - Fases da globalização alimentar e principais produtos da indústria da alimentação

Organização: Sena (2021).

A primeira ocorre entre os séculos XV e XVIII, marcada na visão eurocêntrica da história mundial pelas Grandes Navegações. Destacamos como importante neste estudo um pontapé no que seria a intensificação das trocas comerciais e, por consequência, dos alimentos, com a intensificação também das redes em cada fase seguinte.

Conforme apontam Canesqui, Garcia e Maciel (2005), as “viagens dos alimentos” existem desde os primórdios da história dos povos. Nesse estudo, é mencionado que o transporte de alimentos e suas respectivas culturas tiveram, a partir das Grandes Navegações, um grande impulso. Os atores afirmam ainda que

[...] a expansão europeia e a dominação colonial, no que se refere a comidas, apresentaram também outros aspectos, tornando o quadro mais complexo. Um deles se refere ao caso em que a cozinha do colonizador é adotada pela população local em detrimento das práticas tradicionais, ocasionando uma transformação radical em seus hábitos alimentares (CANESQUI; GARCIA; MACIEL, 2005, p. 51, grifo nosso).

Considerar essa fase em nossa análise é importante porque, para explorar os territórios em busca de riquezas, os colonizadores passam a impor sua cultura de diversas formas. No campo da alimentação, além de descobrir novas formas de comer, como a dos povos originários e das comunidades indígenas, se inicia também um processo de dominação cultural a partir do conflito de ingredientes e utensílios para comer.

Os relatos de Ribeiro (1958) demonstram bem as visões de alimentação no Brasil Colonial. Os relatos destacados pelo autor indicam o uso de tronco de palmeira queimado reduzido a cinzas como tempero, no caso o sal. “Das cinzas fazem então decoada, que fervem e assim obtém o sal. Eu julgava que era salitre e o experimentei ao fogo, mas não era. Tinha gosto de sal e era da cor parda. A maior parte da gente, porém, não come sal” (RIBEIRO, 1958, p. 13).

Os processos de expansão territorial e integração e desintegração de diferentes sociedades costumam ser reconhecidos a partir do final do século XV e início do século XVI, momento em que os europeus iniciaram a expansão colonial marítima. Malowist (2010) afirma que o período que se estendeu de 1500 a 1800 foi o momento em que se estabeleceu um novo sistema geoeconômico orientado para o Atlântico, com a estruturação de um comércio triangular conectando Europa, África e as Américas.

Esse momento inicial de apagamento de símbolos culturais trouxe nítidos prejuízos para os colonizados e os escravizados, prejuízos esses que perduram até os dias atuais, tanto nos aspectos econômicos quanto nos culturais. Dentro do comércio triangular citado, os principais prejuízos recaíram sobre a África e as Américas, enquanto a Europa se beneficiou (e ainda se beneficia) das explorações em territórios alheios.

Dória (2019), ao dialogar com Cascudo (2011), Freyre (1939) e Saint-Hilaire (1975), questiona alguns paradigmas que se constituíram como gosto nesse período. Para Dória (2019), o açúcar não fazia parte da culinária indígena e se tornou mais presente na culinária a partir das Revoluções Industriais (em nosso infográfico, o segundo e o terceiro momentos) e, sobretudo, da força da indústria dos alimentos na proposição de novos hábitos alimentares.

Para sustentar sua argumentação, Dória afirma que os indígenas conheciam o sabor doce, independentemente dessa imposição colonial, “o que evidentemente desautoriza a perspectiva difundida por Gilberto Freyre e Câmara Cascudo, segundo a qual o doce aporta na cultura brasileira a partir do empreendimento açucareiro” (DÓRIA, 2019, p. 2), perspectiva essa que antes havia defendido em *Cozinha materialista* (2009) e *Formação da culinária brasileira* (2014).

A primeira e a segunda Revoluções Industriais tiveram um impacto significativo na produção, na distribuição e no consumo de alimentos pela humanidade (MILLER, (2016). A primeira foi marcada pela transição do sistema de produção artesanal para a produção industrial em fábricas; e a segunda, pelo desenvolvimento de maquinário agrícola mais avançado, pela introdução de fertilizantes químicos e pelo uso de sementes selecionadas (ALLEN, 2007; KLEIN; CRAFTS, 2014; MOKYR, 2014).

Além das Revoluções, marcadas pela transformação significativa nos modos de produção, se criam também novos produtos para as mudanças de tempo. O filme *Tempos Modernos* (1936)²⁹ caracteriza bem esse período, demonstrando, por meio do personagem, como uma nova máquina ou uma nova visão sobre os meios de produção alteram significativamente os modos de vida e, por consequência, a relação que os trabalhadores possuem com seu tempo. O modo de produção e a economia dão novas complexidades ao processo primeiro de modernização e, depois, de globalização.

As Revoluções Industriais e os períodos de guerra – Primeira Guerra Mundial (1914-1918) e Segunda Guerra Mundial (1939-1945) – criam enlatados, leite condensado, micro-ondas, bases para refrigerantes e afins, e, depois desse período, cabe à indústria da alimentação, em parceria com a comunicação, elaborar estratégias midiáticas de convencimento da população para alterar ainda mais seus hábitos alimentares.

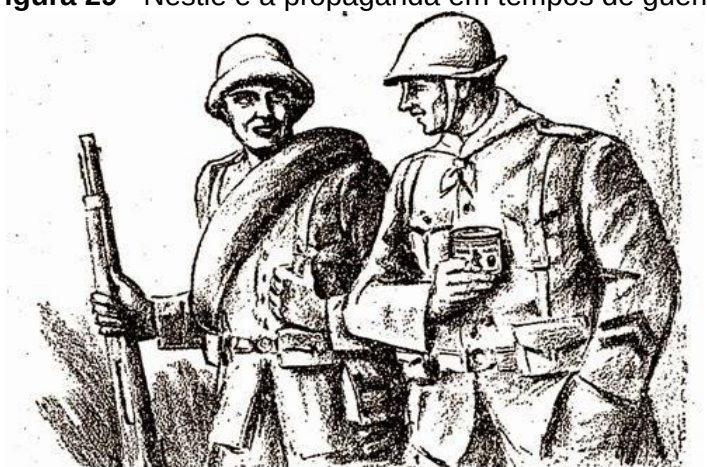
As propagandas do discurso publicitário como motor do agro também foram estudadas na Geografia por Carvalho (CARVALHO, 2022, p. 111) quando defende que “as principais empresas da indústria alimentícia fomentaram na década de 1970

²⁹ CHAPLIN, C. *Modern times* (Tempos Modernos). Estados Unidos, 87 min., 1936.

anúncios carregados de discursos e visões de mundo que em muito se mantêm ainda nos dias de hoje”, demonstrando a continuidade desses processos.

No Brasil, a Nestlé divulgou duas propagandas bastante simbólicas durante a Revolução Constitucionalista de 1932, que foi um movimento armado ocorrido no estado de São Paulo que buscava derrubar o governo provisório de Getúlio Vargas. Nesse período, a empresa divulgou: “Na calma do seu lar, em aprazíveis passeios domingueiros ou agora, no tumulto das trincheiras, uma lata de leite condensado Moça é uma reserva preciosa de energias que mal se abre já está pronta para uso”, conforme pode ser verificado na Figura 29.

Figura 29 - Nestlé e a propaganda em tempos de guerra



Vigor e Resistencia

*são os resultados de uma
alimentação rica em vitaminas!*



O LEITE puro é conhecido como uma das mais preciosas matérias na alimentação, em qualquer idade. No leite condensado Moça todos os elementos nutritivos do leite fresco estão conservados vivos e intactos. V. S. deve ter sempre uma reserva de algumas latas de leite Moça. É um alimento concentrado, de alto valor nutritivo e sempre pronto para usar. Dois pequenos furos na lata, um oposto ao outro, bastam para deixar escorrer a quantidade desejada. Depois tampam-se com dois pedacinhos de papel, enrolados. Dura, assim, muitos dias.

LEITE MOÇA

Mande uma lata de leite Moça como dádiva aos soldados

Fonte: Propagandas históricas.³⁰

³⁰ Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2014/01/leite-moca-soldados-em-guerra-1932.html>. Acesso em: 9 maio 2022.

Figura 30 - Nas Trincheiras ou no Lar - Nestlé e outra propaganda em tempos de guerra



Nas Trincheiras ou no Lar!



NENHUM alimento é tão benéfico, prático e nutritivo como o leite condensado Moça. Preparado com leite fresco dos mais puros e sadios, o leite Moça tem ainda a vantagem de ser concentrado sob vácuo, a baixa temperatura e conter no estado natural vivas e intactas todas as vitaminas do leite fresco. Na calma do seu lar, em aprazíveis passeios domingueiros ou agora, no tumulto das trincheiras, uma lata de leite condensado Moça é uma reserva preciosa de energias que mal se abre já está pronta para uso. Não deixe que a sua casa sinta a falta de algumas latinhas de leite condensado Moça.

LEITE MOÇA

Mande uma lata de Leite Moça como dadiwa aos soldados

Fonte: Propagandas históricas.³¹

Além da propaganda de guerra, destacamos, para abordar a transição da terceira para a última fase dos principais marcos e mudanças na indústria da alimentação, a arte pop pós-guerra de Andy Warhol em 1962. O artista elaborou 32 pinturas individuais, cada uma representando uma variedade diferente de sopa enlatada da marca *Campbell's* (Figura 30).

³¹ Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2014/01/leite-moca-soldados-em-guerra-1932.html>. Acesso em: 9 maio 2022.

Ao retratar as latas de sopa, Warhol estava explorando a ideia de repetição, padronização e produção em massa, características centrais da sociedade de consumo. As telas foram realizadas com um processo semimecanizado de serigrafia. Em alguns contextos artísticos, o conjunto de telas foi entendido como um ataque à técnica e à filosofia do expressionismo abstrato.

Esse exemplo demonstra que a relação entre arte, cultura e capitalismo não é recente, como ponderam Lipovetsky e Serroy (LIPOVETSKY; SERROY, 2015) ao denunciarem a era do capitalismo artista. Essa obra de arte controversa, por ter um tema muito comercial, acabou ajudando a arte pop a se instalar como um dos principais movimentos artísticos nos Estados Unidos, tornando Warhol um dos artistas vivos cujas obras eram as mais valorizadas no mercado.

Figura 31 - Obra de Pop Art *Latas de Sopa Campbell*, Artista Andy Warhol (1962)



Fonte: Andy Warhol. Campbell's Soup Cans, 1962. Disponível em MoMA³²: www.moma.org.

Essa obra de arte parece didática para demonstrar que, até mesmo na arte, os símbolos industriais estavam presentes. No anúncio (Figura 32) de chegada da sopa ao Brasil em 1970, era informado o seguinte: “o processo exclusivo da fabricação das

³² Museu de Arte Moderna (Museum of Modern Art), Nova Iorque.

sopas *Campbell's* mantém inalterados o sabor natural, as proteínas e as vitaminas, tudo fresquinho e selecionado, como se tivesse chegado da feira”, o que atualmente sabemos não ser possível.

Figura 32 - Anúncio de lançamento das sopas *Campbell's* no Brasil, datado de 1970



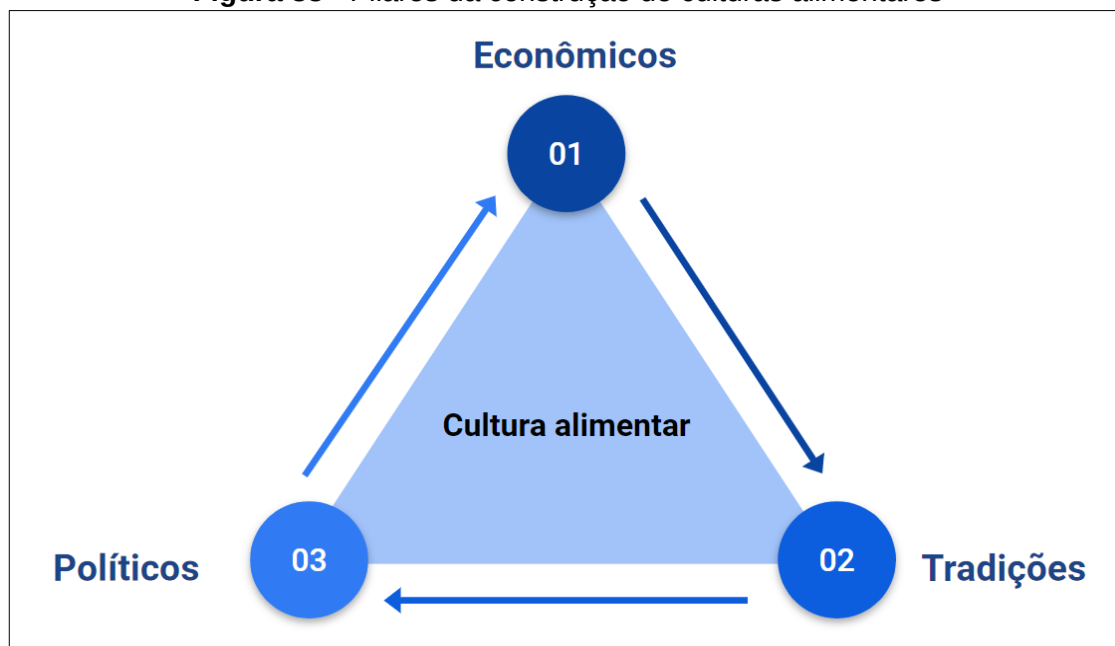
Fonte: Propagandas históricas.³³

A propaganda menciona ainda que a sopa seria “igualzinha às sopas gostosas que você faz em casa, só que não dá trabalho nenhum”. O comercial envolvia ainda crianças, buscando causar identificação em todas as idades. Notamos, portanto, que em qualquer momento da história o fenômeno da globalização avançava sobre as culturas locais de forma bastante contundente.

³³ Disponível em: www.propagandashistoricas.com.br/2018/06/propaganda-antiga-sopa-campbells.html. Acesso em: 9 maio 2022.

Considerando os aspectos mencionados, chegamos ao esquema que sinaliza os principais elementos que auxiliam na construção do conceito e das práticas da cultura alimentar, ou seja: econômicos, políticos e as tradições (Figura 33). Cada um desses pilares é estruturado a partir de relações e correlações constantes, que variam no tempo e no espaço.

Figura 33 - Pilares da construção de culturas alimentares



Organização: Sena (2021).

Pontuamos nesse esquema as tradições como forte componente quando se pretende abordar as culturas alimentares, pois, conforme afirmou Cascudo, “a escolha de nossos alimentos diários está intimamente ligada a um complexo cultural inflexível. O nosso menu está sujeito a fronteiras intransponíveis, riscadas pelo costume de milênios” (CASCUDO, 2011, p. 23).

Concordamos com esse apontamento do autor e acrescentamos que certamente a história e as tradições culinárias sejam o principal elemento dentro do tripé elencado, pois as tradições são as sínteses do que determinado povo conseguiu fazer com as políticas públicas e as limitações ou abundâncias financeiras que o cercaram. As tradições revelam ainda o sentido que foi dado a cada ingrediente ou construção culinária.

Gostaríamos de acrescentar a essa importante noção o que afirma Montanari:

A comida é expressão da cultura não só quando produzida, mas também quando preparada e consumida. As pessoas não utilizam apenas o que é oferecido pela natureza, mas criam alimentos, preparam-nos seguindo técnicas, escolhendo o que lhes convém conforme critérios também culturais (MASSIMO, 2013, p. 22), grifos nossos).

Se, por um lado, não deveríamos segregar grupos sociais por meio de identidades, também não podemos deixar de reconhecer que, diante da multiplicidade cultural de uma região ou mesmo de uma região metropolitana, algumas culturas se estruturam de forma mais hegemônica pelo espaço. Ou seja, para que se estabeleçam identidades, é necessário que se demarquem fronteiras e se oriente a partir das diferenças.

Com a recorrência e a insistência, a população vai se acostumando com as marcas, as cores, os sabores, as referências, a “praticidade” de se beber um refrigerante sem precisar lidar com o processo de colher, lavar, cortar e preparar uma fruta até que ela vire um suco natural. Todas as vezes em que as crianças passarem pela porta de um mercadinho, irão se deparar com as marcas dos refrigerantes e seus personagens infantis favoritos. Quando acessam as redes sociais, os algoritmos entregam melhor o conteúdo de quem paga mais, a propaganda da TV também.

Dessa maneira, crianças e jovens só vão ouvir falar dos alimentos do Cerrado em uma ou outra aula na escola, ao passo de não ser nem relevante a comparação da quantidade de memórias que são criadas a partir da indústria dos alimentos e de suas culturas alimentares locais.

Os lugares de sociabilidade são frequentemente os lugares onde há cerveja. A indústria da alimentação passa, então, a vender “histórias”, vender “momentos”, vender junto com seus produtos “experiências” sociais e relações com os principais momentos entre familiares e amigos.

Essas inserções vão transformando não só a “comida”, mas toda a forma como a sociedade lida com sua história, memória e cultura. Conforme reitera Poulain (2017, p. 221), “comer é incorporar um território”³⁴. Cabe destacar que esse discurso insere também novas formas de incorporar uma cultura estrangeira.

³⁴ Tradução do autor a partir do original: “To eat is to incorporate a territory” (POULAIN, 2017, p. 201).

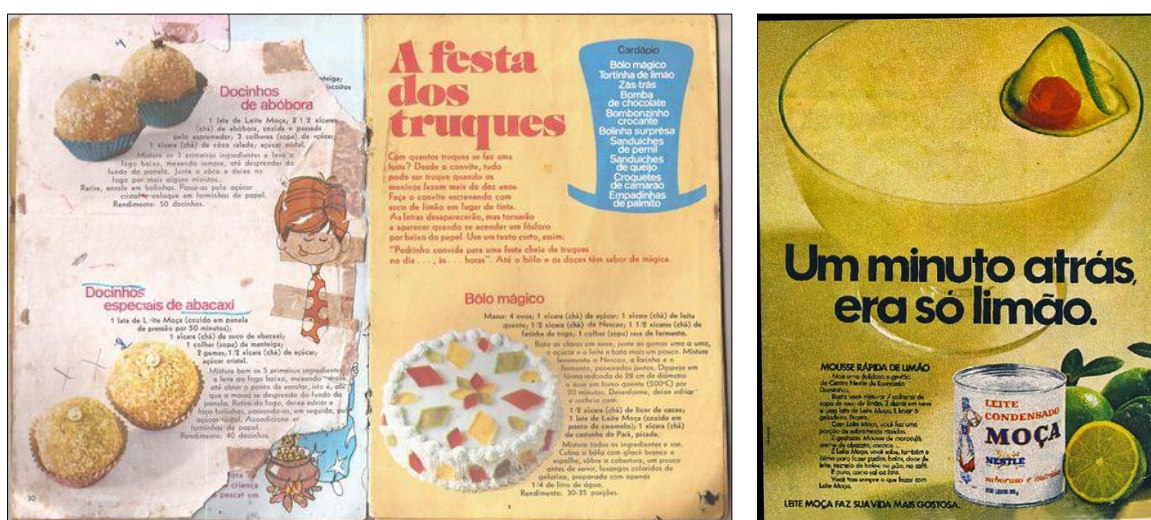
Parte dessas mudanças não é tão direta, em outros campos elas também conseguem ser sutis. Alteram-se alguns ingredientes, ou apenas se adicionam novos equipamentos para agilizar processos. Ao invés de substituir a pamonha, criam-se sabores novos com a adição de requeijão cremoso com nome da marca “catupiry”.

Ao invés de se disputar com os doces cristalizados com frutas naturais, se inserem novas receitas a partir do “leite condensado” para substituir a sobremesa do dia a dia. Não se “exclui” por completo uma cultura alimentar local, mas ela é colocada submissa à indústria, reinventando as receitas tradicionais e os ritos como o aniversário.

Para destacar como isso ocorre há vários anos no Brasil, destacamos outro exemplo de propaganda da Nestlé e o “Leite Moça”, desta vez na década de 1970 (Figura 34), quando a empresa abandona a estratégia de aproveitamento dos enlatados para a guerra e adota uma postura de se aproximar das receitas tradicionais.

O foco agora não é apenas compor a dieta e o paladar dos brasileiros, mas sim fazer parte da vida das pessoas de forma hegemônica, dominando as receitas, enviando, inclusive, cadernos de receitas gratuitos para o lar delas, com propostas de substituir tradições.

Figura 34 - Propagandas da Nestlé no Brasil em 1970



Fonte: Propagandas históricas.³⁵

³⁵ Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2019/06/leite-moca.html>. Acesso em: 5 ago. 2021.

A empresa Nestlé patrocina constantemente uma série de livros de receitas a partir de seus produtos (Figura 35), buscando alterar receitas de bolos e sobremesas do país. De tão recorrentes as propagandas e as tentativas de “inserção” na cultura alimentar local, algumas marcas ou alguns produtos da empresa se transformam até em “sinônimos” de alguns produtos.

Muitas vezes as pessoas se referem a “Nescau” para falar de “chocolate em pó”. Passa a ser inconcebível um aniversário, um almoço de domingo em família, uma festa junina ou Natal em que um ou vários produtos das principais marcas de alimentos que dominam o mercado não estejam presentes.

A marca Nestlé, na sua expansão econômica e de mercado, trabalha com os valores associados à reputação, à credibilidade, à qualidade de produtos (...). Aprofundando a questão, não se trata apenas de uma mera ampliação de mercado, mas se dá a construção de uma lógica (econômica) de mercado alicerçada na imagem da corporação, na maciça comunicação de suas inovações alimentares para amplificação do consumo como hábito junto a consumidores do mundo (FREITAS; TRINDADE, 2017, p. 1221).

O exemplo da Nestlé, citado na propaganda, não é isolado. Ao longo de suas estratégias de ampliação de mercado, a empresa utiliza-se de diversos artifícios para se manter cada vez mais presente na vida dos consumidores, conforme fica evidenciado na Figura 35.

Figura 35 - Marcas que dominam o mercado de produtos alimentícios no mundo



Fonte: “Behind the Brands”, Oxfam (2013).

A Oxfam Internacional, por meio do relatório “Behind the Brands”³⁶, confederação de 19 organizações e mais de 3.000 parceiros, aponta as 10 maiores e mais influentes empresas que atuam com alimentos e bebidas em todo o mundo. Ela chamou a atenção das pessoas para o cenário de centralização e formação de oligopólios em torno da alimentação humana. Pelo alerta, isso traria desdobramentos diversos, que vão das culturas alimentares até questões de segurança e soberania.

Com faturamentos exorbitantes, tais empresas conseguem, a cada ano, utilizar mais dos seus recursos financeiros para dominar novas fatias do mercado e dos poderes, atuando em diversas linhas, fora e dentro da política institucional, conforme analisou Barreto Filho (2020) ao estudar a formação desses oligopólios das indústrias da alimentação.

³⁶ Em tradução livre: “Por trás da propaganda”.

Essas corporações são tão poderosas que suas políticas podem ter um grande impacto sobre as dietas e condições de trabalho das pessoas no mundo, bem como sobre o meio ambiente.

Dessa forma, elas seguem ir se territorializando por cidades pequenas, médias e grandes, colocando em xeque, a cada ano, questões sobre segurança e soberania alimentar, bem como a diversidade na produção e no consumo de alimentos.

Cabe ressaltar que as grandes redes, quando se territorializam, trazem junto com seus cardápios uma forma de se consumir alimentos. Os produtos alimentícios de pronto preparo, muito industrializados, carregam o fordismo dentro de si. Essa forma ou maneira de comer carrega simbolismos e significados próprios, que podem inclusive se reproduzir como em modelos industriais. Ficheler (1988) se aprofunda nessas relações entre comida e identidades.

O campo de atuação desses oligopólios da alimentação possui estratégias de comunicação e territorialização que tendem a funcionar melhor e inicialmente em grandes cidades e em regiões metropolitanas para posteriormente seguir com o processo de interiorização.

As regiões metropolitanas geralmente incorporam empresas ou cidades globais. Essas cidades geralmente possuem grande adensamento populacional e passam a ser vistas como território ideal para reprodução de capital das grandes empresas multinacionais. Tais empresas tendem a fazer uma série de investimentos na tentativa de “adestrar” paladares e gostos alheios, pois sabem que, uma vez convertido o público-alvo, ele tende a permanecer como consumidor daquela empresa indústria por muito tempo.

3.2 Globalização e cultura alimentar: integrar, segregar ou combinar manifestações

Apesar da complexidade em definir o que é cultura ou que cultura pertence a que grupo de pessoas, é bastante comum observarmos movimentos que tentam reivindicar a origem ou autoria de alguma manifestação cultural ou tradição.

Diante do exposto, levantamos questões iniciais: qual o sentido de identificar as origens territoriais de uma cultura? Uma cidade construída historicamente por pessoas de diferentes nacionalidades e vindas de diferentes regiões possui alguma

cultura síntese? E quais tradições alimentares poderiam sintetizar os hábitos de um povo?

Estabelecemos essas três questões iniciais por entendermos que elas são importantes tanto para tratar dos problemas relacionados com o fenômeno da globalização quanto para lidar com o conturbado cenário de se mapear origens culturais diante da miscelânea que têm se tornado as cidades globalizadas.

Uma das maiores armadilhas da tentativa de síntese dos aspectos culturais é justamente o risco iminente de cair em um rótulo ou estereótipo incapaz de representar de fato as culturas ou as identidades locais. E, ainda que se chegue a um aspecto predominante a determinadas cidades ou metrópoles, sabemos dos riscos de se reivindicar uma cultura hegemônica como a que merece maior evidência ou representação territorial. Tal risco é justamente o de se iniciar uma sequência de despropósitos excludentes, a citar: regiões culturalmente muito integradas, mas com histórico de movimentos separatistas xenofóbicos.

É certo que os espaços sintetizam e são testemunhas dos movimentos que constroem nossa sociedade, e até essas cicatrizes fazem parte do movimento de mudanças no território visíveis nas paisagens, e que, conforme ponderam Gomes e Haesbaert (1988), podem caracterizar um tempo-espço. Nesse contexto,

O espaço, sem dúvida, é testemunha e veículo dessa dinâmica. Nele são travados combates, estão cicatrizes de lutas, erguem-se monumentos ao novo tempo e através de seus signos há a realização simbólica daquilo que comumente se concebe como "vida moderna". Em síntese, no espaço estão os signos da permanência e da mudança, e são vividos os ritos da ordem e do caos, da disciplinarização e dos desregramentos. Seus múltiplos sentidos são vivenciados, a cada instante, nos mais diferentes lugares do planeta. (GOMES; HAESBAERT, 1988, p. 4–5, grifo nosso).

Essa citação nos lembra das permanências e mudanças nos espaços que construímos enquanto povo, mas também pode ser estendida para a interpretação das mudanças e permanências culturais em nossa vida cotidiana moderna. Justamente por reconhecer permanências e mudanças, entendemos que reivindicar um lugar marcador enquanto “dono” de uma cultura específica pode ser uma presepada.

Uma parte significativa dos movimentos que reivindicam uma cultura ou uma história hegemônica se pauta na defesa de que um grupo social pertencente a determinado lugar corre risco de cometer autoritarismo por se colocar como defensor da cultura. A cultura não quer ser defendida, ela quer existir. Cultura não é o que gostamos ou deixamos de gostar. Cultura é movimento.

Ao circunscreverem o que entendem como cultura ou identidades entendidas como “tradicionais” ou essencialmente locais, tais grupos selecionam também o que seria o “Outro”, ou seja, quem não faz parte daquela cultura ou daquele passado comum. Nesse caso, o marcador de origens acaba excluindo grupos “estrangeiros” a um contexto cultural específico. Diante de tudo o que nos cerca, que espaços de uma RMG ainda são “originais”?

A identificação de uma origem territorial não deveria servir como pretexto para exclusão social. Lembrando que vivemos em sociedade e que é preciso haver relações sociais para construções cotidianas, o próprio processo de humanização não pode ocorrer por meio de sujeitos isolados. Acerca desse assunto, Bauman (1999) comenta que somente é possível respeitar a própria diferença quando se respeita a diferença do Outro.

Humanizar-se é, necessariamente, estabelecer processos de diálogos culturais. Somos humanos, somos sociedade, porque temos e construímos nossos ritos e nossas culturas. Nesse caminho, a tentativa de reconhecimento do lugar de pertencimento de uma cultura, de um povo ou de uma localidade de forma alguma deveria se converter em ações violentas com a finalidade de excluir culturas “estrangeiras”.

Na maioria das vezes em que se elimina uma manifestação cultural, a sociedade inteira encolhe junto. Outro ponto importante a ser destacado é que não se pode definir com precisão algo que está em constante mutação. Nesse aspecto, dialogamos com Hall (2006, p. 13), que também reconhece as identidades como celebrações móveis ao afirmar que a identidade é “formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam”. Assim, as identidades existem dentro de um sistema.

A defesa de culturas locais pode simplesmente ser uma forma de reconhecer que, para que uma sociedade seja constituída como tal, ocorrem sucessivas acumulações desiguais de referências culturais e de tempos. Entendemos ainda essas acumulações não apenas como algo técnico ou de objetos, mas sim de costumes.

Conforme defende Featherstone (1997), a cultura incorporada não é apenas uma questão de quais elementos uma sociedade utiliza, mas como os utiliza. Promovendo um paralelismo com o que Featherstone (1997, p. 43) destaca nas vestimentas, temos: “a cultura, portanto, é incorporada e não apenas uma questão de quais roupas são usadas, mas como são usadas”. Podemos pontuar que, no campo das culturas alimentares, diferentes sociedades podem utilizar um mesmo alimento ou ingrediente, e cada uma transformá-lo em uma receita cultural diferente, como por exemplo o milho e sua grande expansão de fronteiras, que vão da pamonha goiana à cachapa³⁷ venezuelana e colombiana.

Essa adaptabilidade dos alimentos em diferentes sociedades e culturas faz com que o conceito de cultura alimentar também esteja em constante transição e ganhando novos contornos e possibilidades. De acordo com Contreras e Gracia, cultura alimentar pode ser definida como o

Conjunto de representações, crenças, saberes e práticas herdadas e/ou aprendidas que estão associadas à alimentação e que são compartilhadas pelos indivíduos de uma dada cultura ou de um determinado grupo social dentro de uma cultura. Ao compartilhar uma cultura, tendemos a agir de forma semelhante, a sermos regidos por orientações, preferências e sanções autorizadas por aquela cultura³⁸ (CONTRERAS; GRACIA, 2005, p. 37, grifo nosso).

Essa definição nos parece oportuna porque considera, além das noções culturais compartilhadas pelos sujeitos, seus grupos sociais. Nesta pesquisa, quando

³⁷ Cachapa ou arepa é um prato cultural que utiliza farinha de milho e está presente na culinária venezuelana e colombiana. As arepas são bastante consumidas em barracas populares e são encontradas como panquecas de massa de milho fresca ou embrulhadas em folhas de milho secas e fervidas. Assim como a pamonha, podem apresentar diferentes variações regionais.

³⁸ Tradução nossa a partir do original: “Conjunto de representaciones, de creencias, conocimientos y prácticas heredadas y o aprendidas que están asociadas a la alimentación y que son compartidas por los individuos de una cultura dada o de un grupo social determinado dentro de una cultura. Al compartir una cultura, tendemos a actuar de forma similar, a gobernarnos por orientaciones, preferencias y sanciones autorizadas por esta” (CONTRERAS; GRACIA, 2005, p. 37).

selecionamos exemplos na RMG, também consideramos importante esse marcador para compreendermos o tipo de experiência que os diferentes grupos sociais dentro de uma cidade ou uma metrópole podem ter.

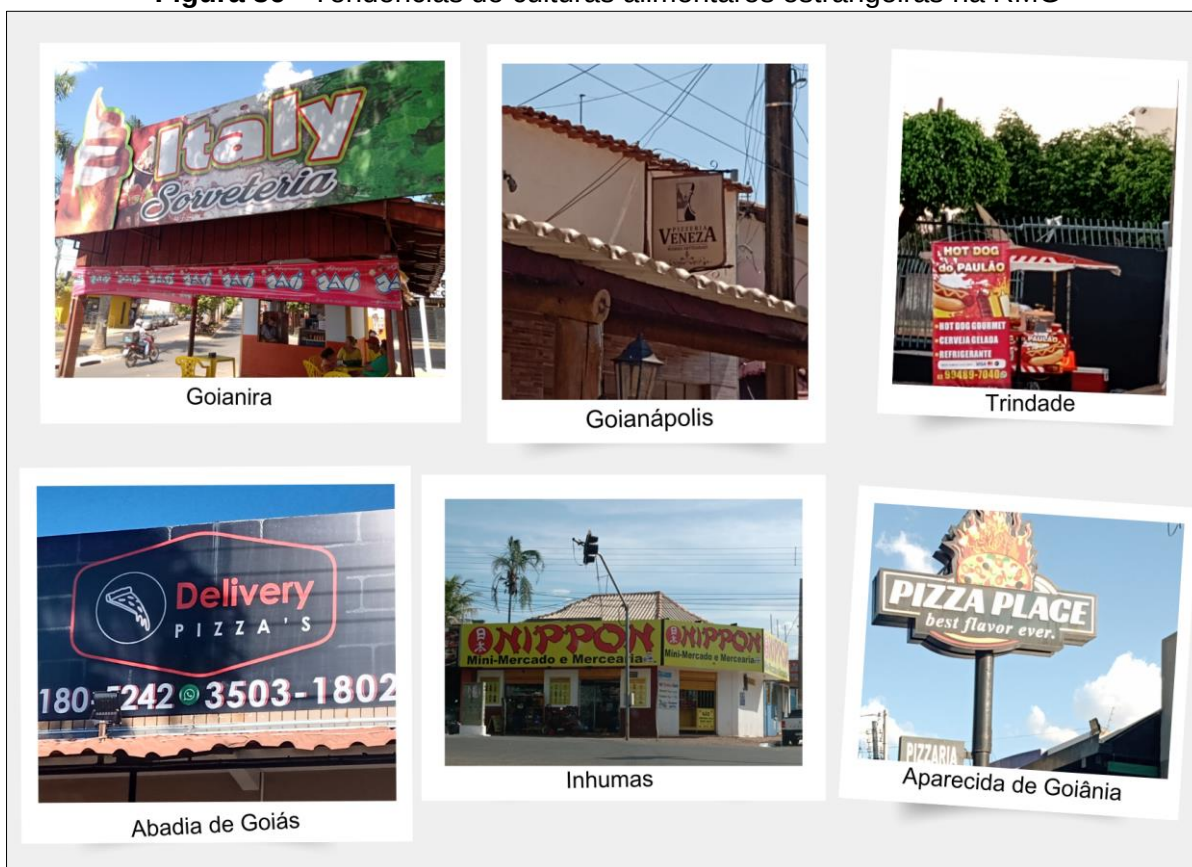
3.3 Desdobramentos da globalização nas paisagens e estabelecimentos da RMG

Goiânia, como cidade importante na rede urbana da RMG, é o território que capilariza as principais referências internacionais. Ela é também a cidade mais cosmopolita da RMG, com mais habitantes, com mais migrantes e, portanto, com mais diálogos com o que é “estrangeiro”. Porém, quando nos aproximamos dos casos concretos, tanto a periferia de Goiânia quanto os bairros nobres somam referências estrangeiras em suas propostas no campo da alimentação e das culturas alimentares.

Conforme afirmamos anteriormente, não se trata de buscar o que é mais ou menos nativo, ou o que oferece a melhor ou a pior experiência de diálogos de culturas por meio da alimentação. Trata-se de perceber que, em poucos anos, a RMG vem se transformando com a absorção de padrões e estruturas alimentares estrangeiros, em maior ou menor intensidade, a depender da localidade. Apesar de esse processo também evidenciar a organização de movimentos de resistência, que reivindicam um “retorno às origens”, a queda de braço local-global parece estar bastante desigual.

Percorrendo os territórios da RMG, notamos uma forte tendência: as menções a Estados Unidos (sanduíches, cachorros-quentes), Itália (pizzarias e sorveterias), Japão (sushis, temakis e outras derivações), França (crepes, confeitarias ou bistrôs com técnicas francesas gerais) e em menor quantidade: Portugal (bacalhau e afins), Alemanha (cervejas e salsichas), Peru (ceviches e afins).

Essas tendências gerais se subdividem. Destacamos, na Figura 36, alguns exemplos de tendências mais recorrentes nos municípios ao redor de Goiânia, as principais referências ao estrangeiro são: sorveterias, pizzarias, *hot dogs* e comida japonesa.

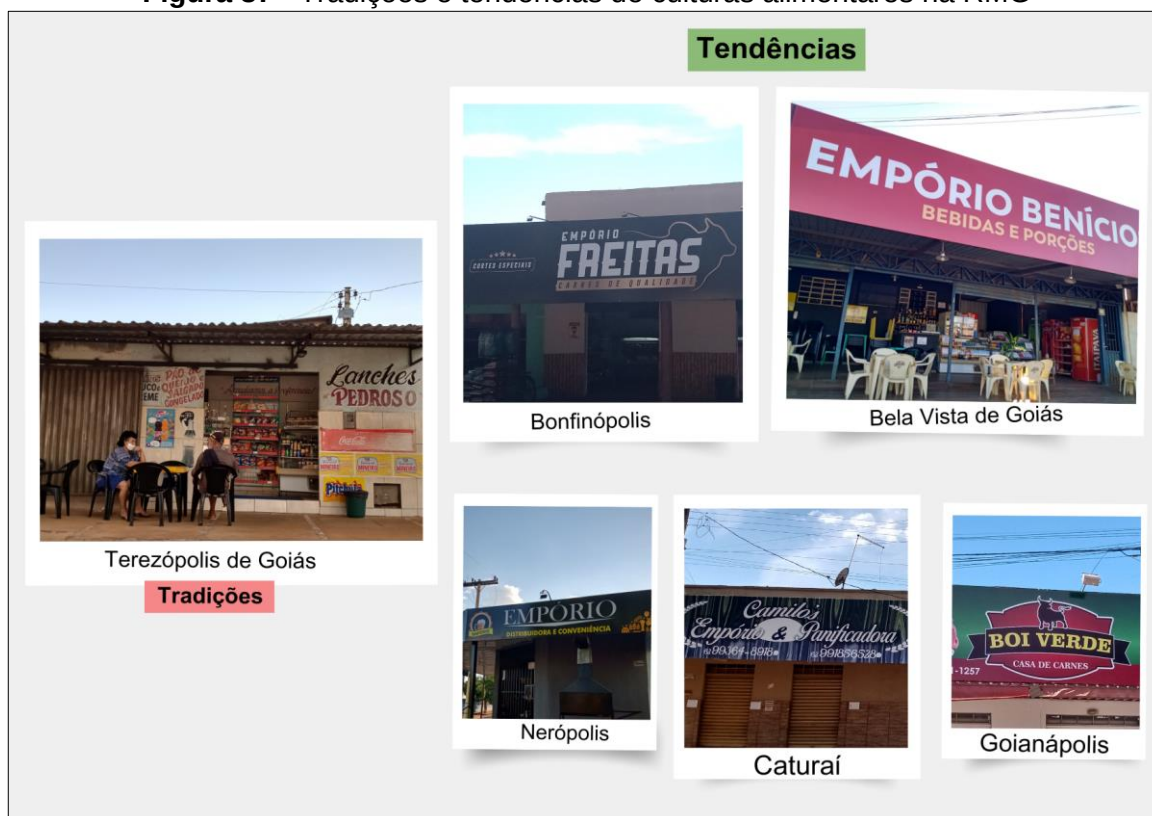
Figura 36 - Tendências de culturas alimentares estrangeiras na RMG

Fonte: Trabalho de campo.

Organização: Sena (2021).

Em espaços metropolitanos, é comum observarmos que a disposição dos estabelecimentos de alimentação segue algumas lógicas espaciais. As grandes redes de *fast food*, mais numerosas em cidades maiores, ao se instalarem contam com um forte aparato midiático para chamar atenção e propor uma fixação de seus cardápios junto à população local, muitas vezes querendo ocupar o espaço da comida do cotidiano.

Nota-se que nomes como “empório” em substituição aos tradicionais mercadinhos brasileiros (Figura 37) parecem uma tendência na RMG, assim como “casas de carne” em substituição a açougues.

Figura 37 - Tradições e tendências de culturas alimentares na RMG

Fonte: Trabalho de campo.

Organização: Sena (2021).

Quando abordamos as identidades e o impacto da globalização, buscamos alertar para o que vem ocorrendo nas paisagens e, conseqüentemente, nas formas de ver, interpretar e criar espaços de alimentação e, posteriormente, nas novas formas de comer.

A palavra “empório” tem origem no termo grego *emporion* (ἐμπόριον), que significa “mercado” ou “lugar de comércio”. O termo era utilizado na Grécia Antiga para se referir a um local onde ocorriam transações comerciais e onde os comerciantes se reuniam para vender e trocar mercadorias. Atualmente, os dicionários Priberam, Michaelis e Aurélio apresentam definições de empório atreladas a espaços geralmente metropolitanos especializados em artigos de luxo, alimentos finos, vinhos, queijos, frutas e verduras importados, entre outros.

Existe uma construção de narrativa e de discurso que coloca o “empório” como um mercado de classe média alta. Essa noção foi se enraizando socialmente por meio

da organização de espaços “organizados” e “refinados” para se comprar ingredientes mais “raros” ou de difícil acesso.

Os “empórios” reservam certo destaque na cultura alimentar goiana porque foram construídos tentando explorar as identidades de consumismo da capital Goiânia. Existe um mercado consumidor que busca, por meio da espetacularização do consumo, promover um certo exibicionismo do “agro” na cidade. Isso significa que mercados de luxo ou que buscam uma classe média que ostenta encontram em Goiânia um território fértil para novas demandas de mercado.

O foco das tendências de consumo foca em Goiânia como território capaz de encontrar sempre novos nichos de mercado. Normalmente por meio de estratégias como “rebatizar” espaços, atribuir algum “conceito” arquitetônico de diferenciação, atrelar um produto a uma experiência de consumo, entre outras, faz com que, também em municípios no entorno de Goiânia, o açougue vire “casa de carnes”, o mercadinho vire “empório”, um restaurante simples e de comida caseira vire “um restaurante com conceito de roça *gourmet*”, e assim por diante.

Em municípios com menos habitantes e que ainda reservam modos de vida menos urbanos do que a capital, Goiânia, a indústria de bebidas patrocina desde as fachadas, com suas cores e seus truques semióticos, os refrigeradores dos principais estabelecimentos, conforme Figura 38 a seguir.

Figura 38 - Estratégias de marketing da indústria de bebidas na RMG



Nota: Goianira (esquerda), Caturai (centro) e Aragoiania (esquerda).

Fonte: Trabalho de campo.

Organização: Sena (2022).

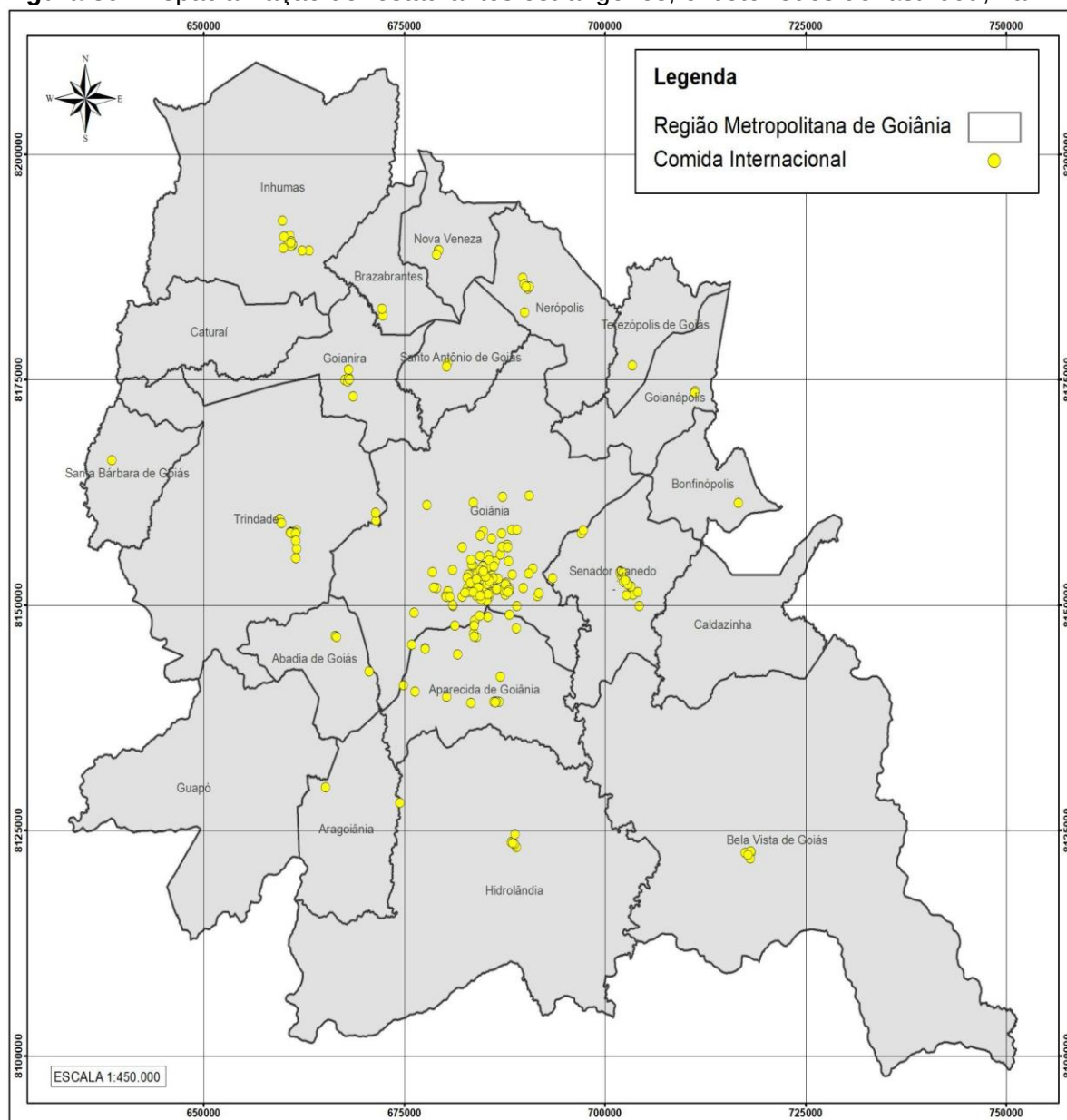
Os casos citados são bastante significativos do grau de inserção que as marcas conseguem fazer nos municípios em que atuam por meio de uma propaganda

contínua, sem “intervalos”. Os refrigeradores estavam presentes em todos os 21 municípios que visitamos.

Além da propaganda recorrente, que passa a ser incorporada no imaginário de pessoas de todas as idades, as empresas de bebidas tendem a pedir exclusividade (para vender um conjunto de produtos da mesma indústria) e promover associações entre comidas “locais” com seus produtos, como no caso de Caturaí com a pamonha, o salgado do dia com a bebida em Goianira ou os expositores de balões gigantes em Aragoiânia.

Com o objetivo de mapear as principais tendências e permanências de estabelecimentos de alimentação com referências internacionais, sintetizamos as principais especializações no mapa que segue para, posteriormente, apresentar os registros de campo do que foi mapeado.

Figura 39 - Espacialização de restaurantes estrangeiros, exceto redes de *fast food*, na RMG



Fonte: Google Earth e trabalhos de campo.

Elaboração Cartográfica: Ana Silva.

Organização: Sena (2022).

Diferentemente do mapa que apresentamos no capítulo anterior, com redes de *fast food* neste, o foco da Figura 39 foi apresentar as principais tendências de estabelecimentos com comidas estrangeiras. Retiramos as referências nacionais ou regionais e, a partir de mais de 220 pontos e localizações em toda a RMG, passamos a agrupar as principais recorrências. Ao retirar as multinacionais e redes de *fast food*, que também classificamos como estrangeiras, os pontos amarelos representam

restaurantes com propostas variadas que não são nem *fast food* e nem regionais ou nacionais, tais como: restaurantes mexicanos, árabes, italianos, japoneses e afins. Os pontos coincidem com as áreas mais habitadas, e fica evidenciado mais uma vez como a RMG é bastante receptora e aberta a tendências estrangeiras em seu território.

Não é prudente fazer afirmações de que o processo de globalização atinge apenas o “centro” ou a “periferia” quando avança nos territórios primeiro com as propostas simbólicas de alteração das paisagens e, depois, com a materialização dessas tendências.

Isso significa que existem referências estrangeiras às formas de comer na RMG tanto nas centralidades quanto nas periferias. Muitas vezes a diferença está na forma, na estrutura das fachadas, na agregação de valor ao que é servido, ou no envelope mais ou menos arrojado das influências. Porém, centro e periferia sofrem impactos da globalização.

Em bairros nobres, o cachorro-quente se transforma no “*Hot Dog Gourmet*”, e, nos bairros habitados por pessoas com menos poder aquisitivo, o cachorro-quente também pode carregar o “status” de gourmet, ou ser ressignificado em barracas menos estilizadas. O “bistrô do chef” que vende crepe nas áreas nobres pode se transformar na “creperia dois irmãos” na periferia.

Não é possível, portanto, fazer juízos de valor ou afirmar que nas centralidades se localizam os restaurantes mais “internacionais”, pois o conceito de centro e periferia, para os estudos de globalização e na Geografia, precisam ser trabalhados com atenção. Não existe apenas uma centralidade, nem apenas uma periferia. Segundo Villaça, “[...] nenhuma área é ou não é centro; como fruto de um processo – movimento – torna-se centro” (VILLAÇA, 1988, p. 238).

Ainda sobre a relação “centro” e periferia, Lefebvre afirma:

O centro urbano é preenchido até a saturação; ele apodrece ou explode. Às vezes invertendo seu sentido, ele organiza em torno de si o vazio, a raridade. Com mais frequência, ele supõe e propõe a concentração de tudo o que existe no mundo, na natureza, no cosmos: frutos da terra; produtos da indústria; obras humanas, objetos e instrumentos, obras e situações, signos e símbolos. Em que ponto? Qualquer ponto pode tornar-se o foco, a convergência. De sorte que todo o espaço urbano carrega em si esse possível-impossível, sua

própria negação. De sorte que todo espaço urbano foi, é será, concentrado e poli (multi)cêntrico (LEFEBVRE, 1999, p. 44, grifo nosso).

É certo que existe uma concentração de equipamentos e possibilidades de oferecer pratos sofisticados, chefes internacionais, ingredientes caros e de qualidade, ingredientes importados e afins nas regiões nobres. Porém, o debate proposto não é sobre a qualidade do que é ofertado ou se tal região é mais ou menos influenciada do que outra. Estamos chamando atenção para o fato de que quase a totalidade do território da RMG sofre maiores ou menores pressões da indústria da alimentação, que dita tendências e pretende, pouco a pouco, transformar os hábitos alimentares locais, os ingredientes nativos e o que se tem de original em comidas apenas para dias festivos ou momentos sazonais e familiares.

Enquanto isso, a indústria da alimentação e seu forte aparato de “soluções” para tempos de pressa característicos do ritmo urbano seguem preenchendo as lacunas com produtos para o café da manhã, o almoço e o jantar, tendo propostas para lanches rápidos, alimentos simples ou elaborados, na rua ou no lar, ao passo que se torna um exercício bem difícil a tentativa de identificar fronteiras nas paisagens ou nas experiências com a alimentação que já não tenham sido reorientadas por lógicas globalizantes.

O fenômeno da globalização direciona de forma cada vez mais veloz diversos aspectos da cultura para serem transportados para além das fronteiras onde foram concebidos inicialmente. No caso específico das culturas alimentares, notamos que, ao adentrarem um novo território, muitas são as possibilidades de se fixarem: integrando a cultura local, segregando a cultura local e se apresentando como opção principal e, até mesmo, combinando tendências ou aspectos específicos da cultura alimentar local, conforme apontam Almeida e Souza:

A modernização dos meios de comunicação e transporte proporciona um maior contato entre as pessoas de culturas diferentes, o que faz com que muito de uma cultura seja incorporado a outras. Assim, a modernização ocorrida no território goiano proporcionou ao sujeito da metrópole goianiense a incorporação de hábitos e costumes característicos de outras culturas. No que se refere às práticas alimentares, isso pode ser evidenciado de diversas maneiras: pelo consumo de alimentos importados; pelo uso de bebidas durante as

refeições; pelas novas formas de preparar e consumir os alimentos; pela assimilação de uma etiqueta culinária veiculada na mídia; entre outras. (SOUZA; ALMEIDA, 2007, p. 107, grifo nosso).

Muitas vezes não percebemos uma substituição direta de uma cultura alimentar por outra, mas sim uma estratégia gradual de inserção de novos hábitos e, posteriormente, a substituição do que se entende como tradicional ou do que se tem como modos de vida por novas práticas.

Muitas dessas exportações e importações de uma forma industrial de comer são potencializadas pelo avanço na disposição de equipamentos digitais e redes técnicas. Tais redes se apresentam de forma cada vez mais integrada às cidades em diversos aspectos, que vão do transporte à comunicação, passando por uma tentativa de padronização de modos de vida entendidos como “globais”.

Não apenas o que vem “de fora” influencia a construção dos hábitos alimentares locais, mas também as mudanças dentro da própria forma como as sociedades se constituem. Por meio de acúmulos e mudanças históricas, também notamos diferenças nas formas de comer do presente e do passado. Essas mudanças resultam em novas formas de construir a cultura dos lugares.

Menezes (2013) defende que os indivíduos se alimentam de acordo com a sociedade às quais pertencem. Os processos de produção e consumo de alimentos são permeados de experiências pessoais e significações culturais. Tais significações estão em constante movimento. Por isso acrescentamos que uma cultura alimentar pode passar tanto de geração para geração quanto podem sofrer mutações a partir de interferências de formas de comer de outros povos e territórios.

Dessa maneira, discutir a globalização das culturas alimentares requer considerar fatores internos, externos, bem como pontos fortes e fracos de cada elemento que constitui as cidades e as antigas ou novas formas de comer, pois todos esses elementos tendem a se acumular ao longo da história da alimentação de cada povo.

Acerca do acúmulo de tempos e culturas em uma cidade, George (1974) destaca que principalmente até a metade do século XIX as cidades também poderiam ser interpretadas como um produto cultural. O autor tem afirmado que as cidades passaram a ser reconhecidas não exatamente como produtos culturais, mas sim como

produtos técnicos. E esse movimento não aconteceu de forma pontual em cidades específicas, mas sim em um movimento global.

Quando a técnica passa a fazer parte dos modos de viver, algo da cultura se desloca. Nesse mesmo contexto, George (1974) destacou a cultura como nacional ou regional, ao passo que a técnica seria universal. As conexões entre as cidades promovidas pelo incremento da técnica estariam transformando profundamente as cidades.

Podemos utilizar essa lógica de construção de cidades para entender as construções das culturas alimentares e da própria culinária de um povo. Algumas técnicas de cozinha tendem a ser universais, e os ingredientes, locais. É prudente destacar que alguns países ou culturas hegemônicas tendem a dominar as técnicas.

O argumento da técnica enquanto elemento integrador do espaço é bastante reforçado por Santos quando afirma que “[...] as técnicas participam na produção da percepção do espaço e também da percepção do tempo, tanto por sua experiência física, que marca as sensações diante da velocidade, como pelo seu imaginário. Esse imaginário tem uma forte base empírica” (SANTOS, 2017, p. 55).

Por isso, quando pensamos na globalização de culturas alimentares, entendemos como relevante considerar que técnicas de produção dos alimentos estão vindo junto com os cardápios e a proposta de ingredientes. Entendemos o cardápio de forma ampla, não apenas a disponibilização em uma sequência de combinações, mas sim uma forma de comer – ou seja, uma proposta específica dentro de uma dieta e um modo de se apresentar uma cultura alimentar.

Com o passar dos anos, precisamos ainda compreender o espaço associado a suas rugosidades, o que certamente nos permitirá interpretar o espaço para além das heranças físico-territoriais (ROCHA; PIZZOLATTI, 2005).

Para além das heranças, se faz necessário destacar que heranças culturais têm se sedimentado com destaque. Ao analisar as culturas alimentares dominantes ou que resistem no espaço, percebemos os caminhos que nos levaram às disponibilidades atuais de alimentos.

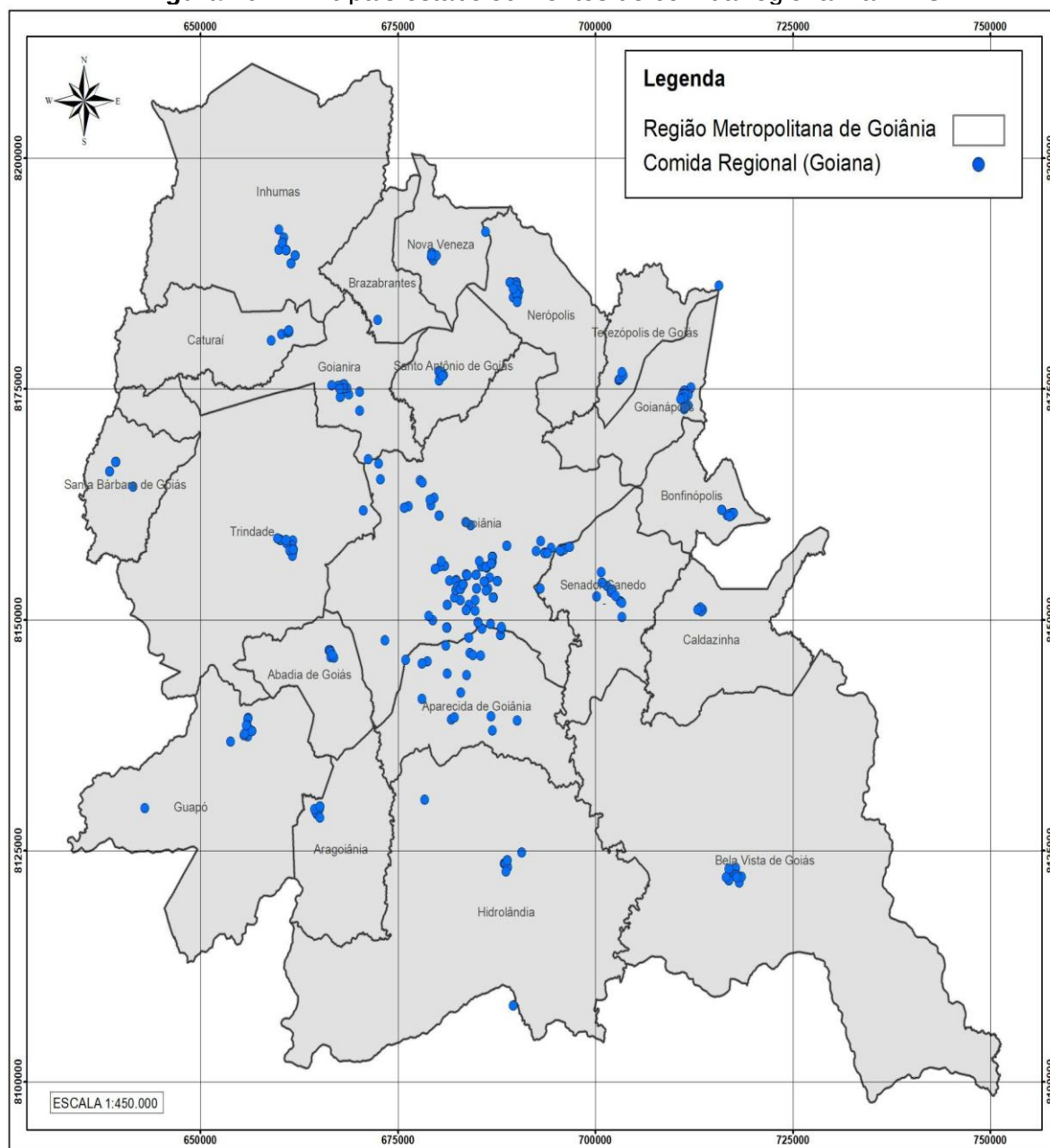
É possível notar os sucessivos processos e a sequência de atores hegemônicos ou periféricos que influenciaram mais ou menos a dieta que adotamos como particular, por isso a importância em se considerar as experiências acumuladas.

Nesse processo, precisamos destacar manifestações culturais e simbólicas advindas de hábitos caseiros e locais, bem como os processos adquiridos com a inserção recorrente da indústria de alimentos e suas técnicas.

Para dialogar sobre o que importamos e o que exportamos enquanto culturas alimentares na RMG, buscamos organizar um balanço das principais redes de restaurantes locais, com proposta de comida regional ou comida caseira, em comparação com as principais redes estrangeiras de comida não nacional. A constatação inicial foi a seguinte: exportamos menos culturas alimentares do que importamos.

Não é fácil comprovar essa afirmação, então traçamos algumas estratégias para chegar a um resultado que representasse os cenários mais comuns na RMG. Um dos primeiros desafios que encontramos nessas categorias foi: local, regional, nacional ou global. É que, do ponto de vista prático, grande parte dos estabelecimentos de alimentação não oferece somente um tipo de comida, existe uma miscelânea contemporânea em que um mesmo boteco ou restaurante pode servir cerveja brasileira, petisco de quibe inspirado em matrizes árabes e sobremesas com leite condensado e receitas da indústria de alimentos estadunidenses. Portanto, separar local de regional ou global nas culturas alimentares não é uma tarefa tão fácil.

O mapa a seguir (Figura 40) foi elaborado tendo como referência um filtro com mais de 420 pontos e localizações. Assim como nos outros mapas mencionados, estabelecemos algumas categorias de restaurantes ou estabelecimentos de alimentação que se referenciam a partir da culinária goiana ou regional.

Figura 40 - Principais estabelecimentos de comida regional na RMG

Fonte: Google Earth e trabalhos de campo.

Elaboração Cartográfica: Ana Silva.

Organização: Sena (2022).

Assim como nos outros casos, nem sempre um restaurante que se intitula “goiano” fornece apenas comida goiana, pois as referências acabam se misturando. Dessa forma, para alcançar nosso objetivo de nos aproximar desses territórios e dos sujeitos que os constroem, iniciamos com a seleção de palavras-chave e filtros do

Google Earth para, posteriormente, visitar algumas dessas unidades em busca de aprofundar o tema com entrevistas semiestruturadas.

Partimos, assim, para uma observação macro, organizando as principais tendências materializadas na paisagem. Os mapas foram bastante úteis nesse processo. Comparamos os principais resultados do Google Maps com bases de dados primários em trabalhos de campo pela cidade. Depois das primeiras organizações, entrevistamos seis donos de restaurantes que se intitulam como “comida goiana”.

As perguntas-chave eram estas: **a)** por que criar um restaurante goiano?; **b)** quem é o principal público consumidor deste restaurante?; **c)** como organizaram o cardápio e com base em que tradições?; **d)** por que não é comum existirem restaurantes goianos em outros continentes, mas por aqui temos: restaurantes japoneses, italianos, mexicanos, portugueses e afins?

Elaboramos um quadro-síntese com as principais respostas, sobretudo da última pergunta, para mapear as principais justificativas dadas pelos entrevistados.

Quadro 1 - Comida goiana e sua relação com os territórios estrangeiros

Comida goiana	Localização	Principais consumidores	Por que a comida goiana não é tão vista no exterior?
Restaurante 1	Goiânia	população local e alguns turistas regionais	- Falta de divulgação - Porque interessa principalmente ao povo goiano - Não teria público - O tempero é muito forte
Restaurante 2	Goiânia	população local e alguns turistas regionais	- Porque é difícil levar ingredientes goianos para fora - Falta de divulgação - Não “combina” com outros lugares - Investimento seria alto e sem certeza de retorno
Restaurante 3	Goiânia	população local e alguns turistas regionais e internacionais	- Porque é uma culinária nova - Não tem muitos pratos rápidos tipo <i>fast food</i> de fácil expansão - Por falta de oportunidade, um dia vamos chegar lá

Restaurante 4	Aparecida de Goiânia	população local e alguns turistas	- Falta de divulgação - Desconhecimento geral do estrangeiro sobre o Brasil e sobre Goiás - Porque os empresários estão focando onde já sabem que dá certo
Restaurante 5	Senador Canedo	população local e trabalhadores pendulares	- Falta de incentivos para investir em outra moeda - Dificuldade de adaptar a comida goiana a outros paladares
Restaurante 6	Bela Vista de Goiás	população local	- Economia não está em um bom momento para correr riscos - Levaria tempo para que as pessoas conhecessem e se adaptassem à comida goiana - Ao invés de ser ruim, pode significar uma oportunidade ainda não explorada

Fonte: Entrevistas semiestruturadas de campo.

Organização: Sena (2022).

No momento dos diálogos, notamos que a última questão foi a que foi recebida pelos entrevistados com maior surpresa. Por esse motivo, resolvemos sintetizar as principais respostas dadas. Ela era recebida e logo após vinha um silêncio. O principal impulso de responder era: “eu ainda não tinha pensado nisso”.

Parte do impacto percebido era notado porque os entrevistados, em geral, defendem muito a qualidade e a história dos sabores goianos. Para responder, comentavam que uma parte do que serviam era receitas de famílias, que tinham relação com as tradições e com os alimentos típicos de Goiás. Muitos destacaram o pequi como uma iguaria. E, de repente, se davam conta de que aquilo de que gostavam muito fazia sentido principalmente para o próprio povo goiano ou em algumas regiões do Brasil, mas não para um público maior.

Nem toda comida boa ou nem toda culinária tradicional precisam se adaptar para ser algo “exportável”. Existir ou não como um restaurante no exterior não vai conferir novos contornos de qualidade ou colocar tal comida em um patamar internacional de fato. Essa não é, portanto, uma defesa a ser feita.

Um dos traços dos hábitos alimentares goianos que foi “exportado” para a cidade de Porto, em Portugal, foi a sanduicheria estilo “*Pit Dog*” (Figura 41). Por lá, além do sanduíche que já foi defendido inclusive como patrimônio por meio de legislação aprovada na Câmara Municipal de Goiânia, e que será melhor problematizado em outro momento da pesquisa, o cardápio do “O *PitDog*” tenta apresentar para o público português e turistas em geral, além dos goianos com “saudades” de sua terra natal, itens como: caipirinha, bolo de pote, espetinho com “jantinha” (outro item presente na culinária goiana que possui lei defendendo-o como patrimônio), petiscos de boteco, açaí e sucos com polpas de frutas brasileiras.

Figura 41 - Estabelecimento O Pit Dog – Brazilian Street Food em Porto, Portugal



Fonte: Captura de tela do Instagram do estabelecimento “O Pit Dog” (março, 2023).

O fato de algo que, apesar de constar como patrimônio cultural alimentar do povo goiano ter como identidade algo que notavelmente não é “goiano” como um dos traços mais “exportáveis” de nossa cultura alimentar, é extremamente controverso e paradoxal. Isso se desdobra em tantos elementos que preferimos retomar essa discussão ao abordar especificamente o tópico do patrimônio e das culturas alimentares na RMG.

Retomando a discussão, em nosso cotidiano, consumimos bastante o que a indústria nacional e internacional propõe como hábitos alimentares. Quando se observam os espaços de alimentação no exterior, não percebemos necessariamente essa mesma relação: a comida goiana não é percebida no exterior como algo tão

relevante. Isso nos faz afirmar que estamos diante de uma via de mão única nesse sentido das disputas culturais em torno dos hábitos e culturas culinários.

A culinária brasileira que costuma adentrar territórios estrangeiros geralmente é: caipirinha, churrasco, feijoada ou açaí (Figura 42). Ou seja, trata-se de traços genéricos, na maioria das vezes consumidos pelos próprios brasileiros migrantes ou em trânsito.

Figura 42 - Feijoada brasileira em portais internacionais de notícias

The image is a screenshot of a news article from The Guardian. The header features the newspaper's name in white on a dark blue background. Below the header is a navigation bar with categories: News, Opinion, Sport, Culture, Lifestyle, and More. A secondary bar lists various topics like Fashion, Food, Recipes, etc. The article is part of the 'Feasting Food' section. The title 'A one-pot Brazilian feijoada fit for any celebration' is in a large, bold, purple font. The authors 'Henry Dimbleby and Jane Baxter' are listed below the title. The date 'Fri 5 Jun 2015 12.00 BST' is shown. There are social media sharing icons for Facebook, Twitter, and Email, along with a comment count of 23. The main text describes feijoada as a 'symphony of black beans boiled with piggy bits and comforting spices'. Below the text is a photograph of a terracotta pot of feijoada, a plate of the dish with rice and greens, and a bowl of sliced oranges. At the bottom, there is a caption: 'Serve the feijoada with rice, sliced oranges, greens, spicy salsa, ice-cold beers and caipirinhas. Photograph: Jill Mead for The Guardian'.

The Guardian

News Opinion Sport Culture Lifestyle More ▾

Fashion Food Recipes Love & sex Health & fitness Home & garden Women Men Family Travel Money

Feasting Food

A one-pot Brazilian feijoada fit for any celebration

Henry Dimbleby and Jane Baxter

Fri 5 Jun 2015 12.00 BST

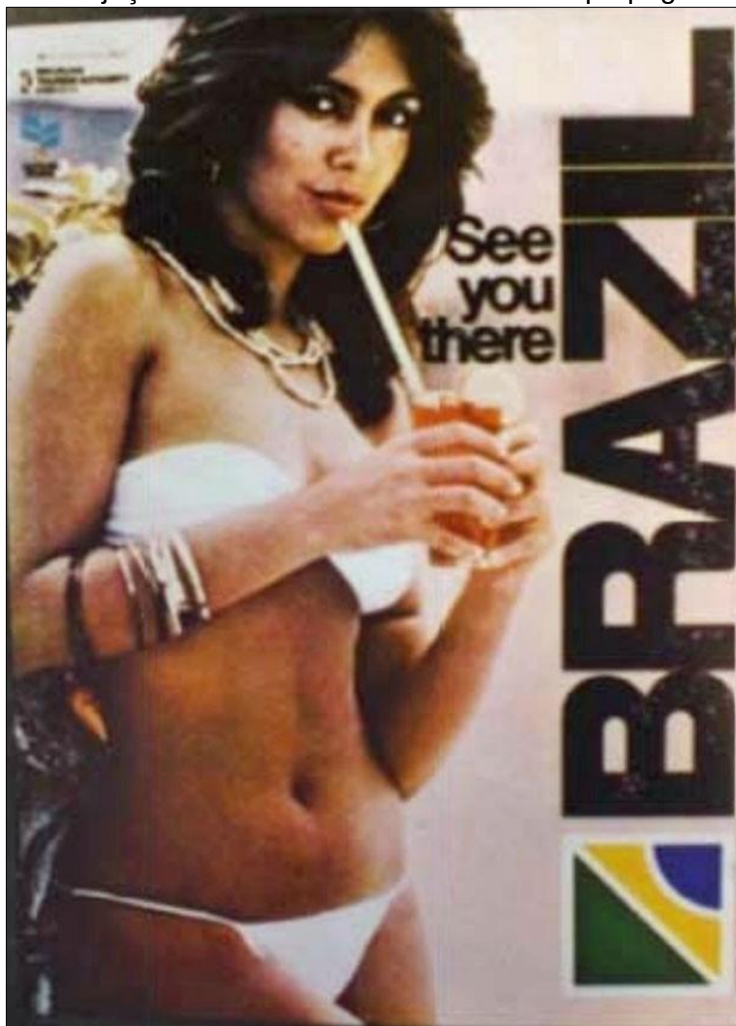
f t e 23

A symphony of black beans boiled with piggy bits and comforting spices, Brazilian feijoada is anything but a lacklustre stew. Impress friends in one fuss-free pot with this feast - plus rice, greens and piquant salsa

📷 Serve the feijoada with rice, sliced oranges, greens, spicy salsa, ice-cold beers and caipirinhas. Photograph: Jill Mead for The Guardian

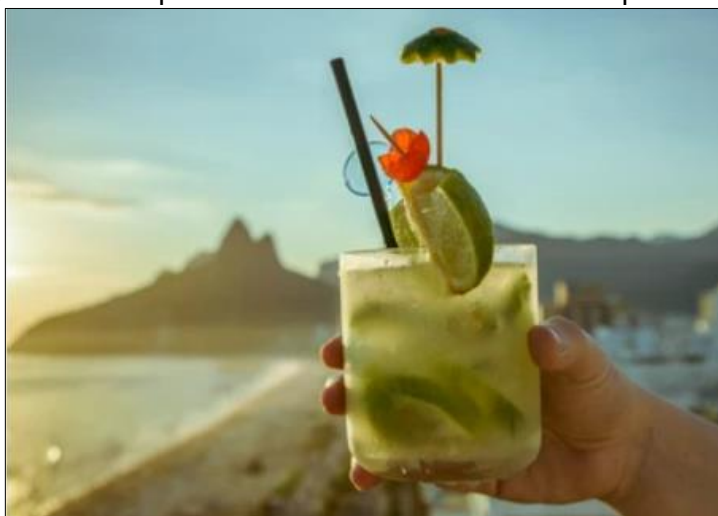
Fonte: *The Guardian* (Feasting Food, 2015).

Figura 43 - Projeções de identidades brasileiras em propagandas oficiais



Fonte: Propaganda da Embratur de 1983; Reprodução via Kelly Akemi Kajihara.

Figura 44 - Caipirinha e Rio de Janeiro: o drink “exportável” e de forte difusão



Fonte: Shutterstock imagem 413642626.

Parte desse imaginário construído ao longo do tempo veio de propagandas oficiais, por meio do Ministério da Cultura ou do Ministério do Turismo brasileiros, e outras foram geradas de forma mais espontânea por meio de divulgações dos próprios turistas, como foi exemplificado nas Figura 43, e Figura 44. A imagem do Brasil no exterior carrega, portanto, algumas representações e o reforço de estereótipos construídos por meio de ações direcionadas, normalmente para se vender “alegria”, “miscigenação”, “mulheres”, “praias bonitas” e “povo acolhedor”.

Para explorar o outro lado dessa narrativa, saímos das projeções estereotipadas que auxiliaram na construção dessas representações sobre o Brasil no exterior e partimos para verificar como são os estabelecimentos de alimentação (restaurantes ou afins) que exploram a culinária brasileira ou ingredientes locais em outros países.

Nossa ideia inicial seria identificar apenas elementos goianos, mas, como afirmamos sobre o fato de Goiás estar fora dos principais destinos de visita para turistas estrangeiros, isso reforça que nossa culinária não é a que mais se destaca no exterior. Em realidade, são muito pontuais as referências que se faz sobre “comida goiana” em territórios estrangeiros, como ficou marcado no início deste tópico. Esse fato, ao mesmo tempo que intriga, trouxe possibilidade para diálogos mais amplos sobre o tema.

Além de observar os restaurantes locais e questionar o porquê de eles estarem principalmente apenas em Goiás, realizamos três trabalhos de campo em territórios estrangeiros durante a pesquisa, dois deles em contexto de aprovação de mobilidade internacional oficial, regida por editais, e um autônomo, realizado paralelamente a viagens de férias. Os destinos foram: Argentina, Alemanha, Japão, Singapura, Vietnã, Tailândia e Camboja, principalmente. Nessas visitas, tentamos notar comidas brasileiras e, depois disso, traços que poderiam remeter a culinárias goianas no exterior.

Algo que ficou marcado pelas passagens pelos países é que a culinária brasileira exportável, na maioria das vezes, se confunde com o que é projetado como identidades brasileiras em propagandas para turistas no exterior. E algo pode ser demarcado como característico na maioria das experiências de encontrar a comida “brasileira” no exterior. Destacam-se como pontos importantes: **a)** a comida brasileira

no exterior é consumida, quase que exclusivamente, por brasileiros, salvo raras exceções; **b)** apesar de haver alguns nichos de consumo, atualmente a comida ou os restaurantes brasileiros não são compreendidos nos territórios estrangeiros como uma cultura culinária capaz de influenciar hábitos locais ou de se fixar como uma tendência forte, exportável e escalável.

Além de experiências pessoais, para chegar a esses dois pontos de síntese, dialogamos com alguns brasileiros que residem no exterior e que moram a partir de diferentes realidades e pontos de vista. Conseguimos acessar 50 pessoas para participarem da pesquisa (nossa amostragem total), sendo que cerca de 90% delas eram goianas, distribuídas principalmente entre Estados Unidos, Portugal, Espanha, Alemanha, Argentina, Uruguai e Austrália. Desse total, convidamos 10 pessoas que responderam ao questionário para entrevistas de aprofundamento no tema.

Acessamos pessoas de diferentes idades, sendo o principal grupo pessoas entre 36 e 45 anos (46% do total de pessoas que responderam ao questionário) e entre 26 e 35 anos (34% dos que responderam ao questionário), esses dois grupos somando 80% do total. Entre os sujeitos, havia pessoas com graduação incompleta (18%), graduação completa (46%) e pós-graduação incompleta (14%) e pós-graduação completa (18%). As ocupações de tais migrantes eram bastante variadas, desde entregadores de aplicativo até professores, bailarina, terapeutas, carpinteiros e outros.

Por causa da temática e do objetivo dessa consulta, que foi identificar quem consome em restaurantes brasileiros no exterior e, depois, o que representam para as culturas alimentares onde estão fixados, a primeira pergunta revela o que também é perceptível ao caminhar por territórios fora do Brasil: os restaurantes brasileiros no exterior são frequentados principalmente pelos próprios brasileiros, conforme pode ser verificado no Quadro 2.

Quadro 2 - A comida brasileira é mais consumida no exterior por qual grupo de pessoas?

90%	brasileiros(as)
8%	turistas em geral
2%	nativos(as)
0%	outros grupos

Fonte: Questionário de pesquisa on-line (2022).

Quando dialogamos sobre essas respostas em entrevistas posteriores para tentarmos entender o porquê dessa percepção, recebemos principalmente esses pontos de vista:

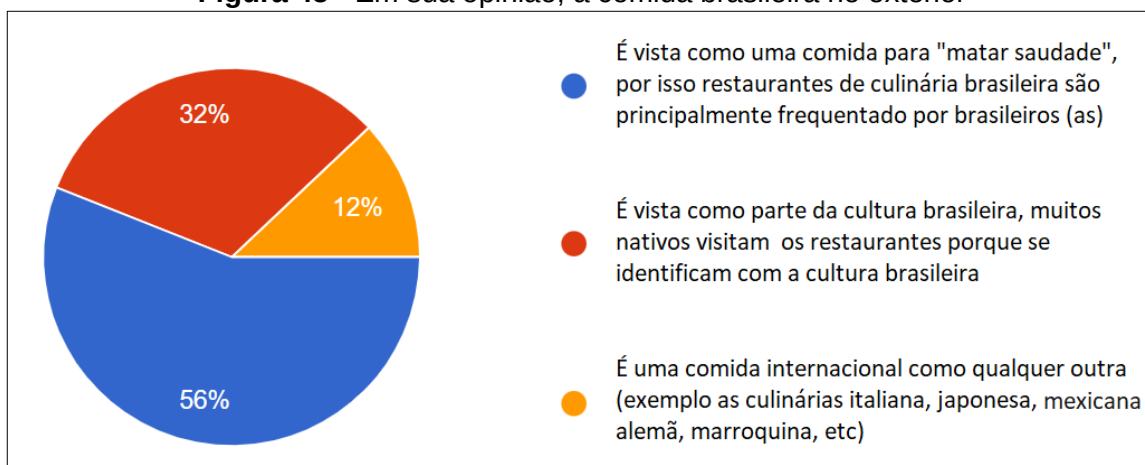
Não creio que a culinária brasileira seja relevante na Alemanha. Eu fui uma única vez em um restaurante brasileiro e havia pelo menos um brasileiro em cada mesa [...]. Sei que existem rodízios em algumas cidades grandes, mas a preços exorbitantes. De resto, havia um restaurante de “prato do dia” que costumava ter feijoada a cada duas semanas [...] havia público por causa dos estudantes de Estudos Latino-Americanos [...] a caipirinha, creio ser a única coisa que aqui as pessoas realmente conhecem da culinária brasileira – entretanto, às vezes as pessoas acham que é de outro país e escrevem *caipiriña* (sic), mas é algo que sempre me faz pensar em quão irrelevante o Brasil e o português é no imaginário alemão (E8).

Acho que os estrangeiros gostariam de experimentar nossas comidas quando fazem uma viagem ao Brasil para ter uma imersão completa em nossa cultura. Quando voltam aos seus países, eles não trazem de volta o hábito de comer comida brasileira. Porém, o café brasileiro é sempre lembrado em países com mais tradição em café (E12).

Em continuidade a esta análise, questionamos sobre como a comida brasileira é vista no exterior a partir de três pontos: **a)** “matar saudade” de brasileiros, **b)** “parte da cultura” e **c)** uma comida internacional como outras. De acordo com a pesquisa, 56% dos brasileiros morando no exterior entendem que a comida brasileira é vista como uma comida feita para os próprios brasileiros. Apenas 12% entendem que a comida brasileira ocuparia o mesmo local de outras culinárias internacionais como italiana, japonesa, mexicana, entre outras.

Essa questão foi complementada com outra sobre a capacidade de influenciar quando foram colocadas possibilidades de respostas em gradação, partindo da possibilidade de a culinária brasileira ser capaz de dialogar profundamente e influenciar as culturas alimentares em que se insere, até ir passando gradativamente para a possibilidade de não ser capaz de promover diálogos ou alterar os hábitos alimentares de pessoas não brasileiras, com uma opção de resposta mencionando que a palavra influência não seria adequada.

A síntese dos dois conjuntos de respostas, agrupados em percentual, foi apresentada na Figura 45 e no Quadro 3.

Figura 45 - Em sua opinião, a comida brasileira no exterior

Fonte: Questionário de pesquisa on-line (2022).

Quadro 3 - Quanto à capacidade de influenciar, como é vista a comida brasileira no exterior?

16%	É capaz de influenciar, dialogar e ressignificar a culinária local
63%	Possui influência setorial, ou seja: caipirinha, churrasco e feijoada são muito consumidos e com identidade forte em referência ao Brasil, outros pratos nem tanto
18%	Não chega a ser percebida por pessoas além dos próprios brasileiros, seus familiares, companheiros ou amigos próximos
22%	A influência não é uma palavra que poderia ser utilizada, pois seu lugar é muito restrito quando comparada com outras culturas culinárias

Fonte: Questionário de pesquisa on-line (2022).

Essas respostas em percentual foram complementadas da seguinte forma, em diálogos mais aprofundados sobre o tema com migrantes brasileiros no exterior:

Acho tímida a culinária brasileira nos países em que vivi. Pouco frequentado por nativos (E19)

Não acho que o estrangeiro está muito interessado na comida brasileira [...] Estrangeiros só vão se têm amigos brasileiros ou cônjuge brasileiro (E20).

A culinária brasileira no exterior ganha, cada vez mais, espaço nas ementas dos restaurantes. Por se tratar de uma comida confortável e aconchegante, ganha muitos adeptos, e o fato de não ter ingredientes difíceis ou específicos torna estes pratos fáceis de serem adaptados e disseminados em outros países. A depender de onde estamos, podemos dizer sim que o Brasil é um exportador de cultura culinária, uma vez que a culinária brasileira já está conhecida e disseminada por todos os cantos. Não podemos, porém, ter este mesmo pensamento

na América Latina, muitos dos pratos que consideramos tradicionais e únicos da culinária brasileira, como o pão de queijo, a pamonha e a tapioca, também estão presentes na culinária destes países (E49).

Chamou atenção o relato E49 quando se menciona que a cozinha brasileira tem ganhado espaço – para além do que foi relatado pela maioria das pessoas. Para capturar esse tipo de percepção, havia em outras perguntas do questionário e em entrevistas questões abertas para propiciar diálogos que abrigassem as várias percepções dos sujeitos migrantes em que pontuamos especificamente a questão da globalização e seu impacto, como pode ser verificado no Quadro 4.

Quadro 4 - Em sua opinião, a intensificação do processo de globalização

18%	Fez com que a comida brasileira fosse mais vista no exterior
42%	Trouxe visibilidade (é possível achar receitas na internet em vários idiomas), mas não mais notoriedade (estrangeiros continuam tendo suas preferências), que não depende exclusivamente do acesso à informação
24%	Promove uma “multiculturalidade”, existe uma integração maior entre culturas em convivência harmônica, e os pratos se misturam em certa horizontalidade, os restaurantes tendem a não se segmentar em uma mesma identidade culinária
13%	Apesar da influência “multicultural” em pratos e processos, as pessoas continuam consumindo culturas alimentares mais dominantes
10%	Todos os processos listados anteriormente ocorrem, e eu não consigo identificar tendências maiores ou menores entre este fenômeno

Fonte: Questionário de pesquisa on-line (2022).

Esse ponto do questionário nos levou a uma situação interessante. O processo de globalização possui várias vertentes e vários impactos. Conforme pondera Fischler (1990), a alimentação comum homogeneizou-se progressivamente ao longo da intensificação dos processos de globalização, passando de ecossistemas muito diversificados para outros hiperespecializados e integrados.

Essa integração, portanto, favoreceu as culturas mais dominantes. Isso ficou marcado também pela pesquisa que elaboramos. De acordo com o Quadro 4, 42% dos sujeitos percebem que a globalização traz visibilidade para a comida de outros países; quem acessa a internet, por exemplo, pode acessar receitas de vários países, porém as pessoas têm uma tendência a retornar aos seus gostos já estabelecidos e construídos antes da “experiência” de provar coisas novas.

Ocorre que esse “retorno” a uma base familiar ou a um gosto hegemônico já construído não é um território neutro ou construído orgânica e intrinsecamente. Por que o povo goiano retorna, geralmente, para uma base “universal” do paladar, com a comida industrial, com os lanches com refrigerantes estrangeiros em detrimento de seus sucos tradicionais, retornam para o “macarrão italiano” e para o “pão francês” enquanto outras culturas retornam para si mesmas?

Segundo Mintz (2001), as comidas possuem histórias sociais, econômicas e simbólicas complexas. O autor pontua que esse não é um mecanismo inato. Ao contrário disso, a construção de padrões, quaisquer que sejam eles, incluindo os padrões na alimentação cotidiana, é forjada no tempo e levando em consideração fatores econômicos, poderes políticos, necessidades nutricionais e significados culturais.

Em outro momento do questionário, abordamos a “saúde” dos brasileiros, e, neste caso, especialmente os goianos, com relação a suas vontades alimentares que não podiam ser realizadas quando estavam fora. Para aferir esse ponto, questionamos: “Ao ficar sabendo que algum(a) brasileiro(a) iria te visitar, você pediu para que levasse comidas brasileiras até você?” 72% responderam que sim, pedem para levarem algum alimento, e 28% responderam que não. Dentre os que responderam que sim, estes foram os alimentos mais solicitados, separados em dois grupos:

a) polvilho de tapioca, flocão de milho, mané pelado, farinha, goiabada, café, azeite de dendê, açaí, pequi, pamonha, geleia de mocotó, manteiga de garrafa, paçoca de carne, queijo ralado com a seguinte observação “o daqui não tem gosto”, entre outros.

b) Guaraná Antártica, Toddy, tubaína, Piraquê de chocolate, com a seguinte observação: “é um biscoito que não vende aqui, e eu sou apaixonado”, Ouro Branco, Cheetos requeijão e Amandita.

Chama atenção e também reitera o que vários autores que já citamos afirmaram sobre o gosto ser uma construção social, assim como as culturas alimentares em arcabouço maior, construção essa mediada por interesses diversos e por setores importantes do capitalismo em seu estágio atual.

Fato é que, ao sentirem saudade de sua “comida matriz”, alguns brasileiros que moram no exterior pedem para que seus familiares levem alimentos da indústria da alimentação, como os citados no tópico b. Uma parte considerável desses produtos alimentícios possui marcas bastante famosas e que fazem parte não somente do imaginário do brasileiro, mas também foram incorporados como “alimento de retorno à base”, ou ainda um alimento que lembra a “terra natal”, que levanta memórias afetivas, de infância ou de momentos de sociabilidades diversos.

Uma parte dos brasileiros que moram no exterior chegou, inclusive, a afirmar que, quando querem mostrar alguma coisa “genuinamente” brasileira para seus novos amigos no exterior, tendem a mostrar o Guaraná Antarctica. A demanda é tanta que esse refrigerante já é possível de ser encontrado em alguns mercados de alimentos de outros países que normalmente são geridos por comerciantes chineses.

Em síntese, ficou evidenciado que a cultura alimentar goiana é apenas timidamente exportada para outros países, e, quando uma “pamonha” atravessa o Atlântico ou percorre longas distâncias em avião ou carro, geralmente é para satisfazer o paladar e as saudades de outro goiano.

Em outra via, quando consideramos os padrões alimentares que importamos de outros países, temos uma série de exemplos materializados nas paisagens ou expostos em shoppings centers e afins. As importações são variadas e recorrentes, sejam os modelos fordistas de alimentação industrial completos, ou em detalhes do cotidiano como um “elemento a mais” para se somar a uma comida tradicional. Em uma velocidade rápida, se incorporam com poucos questionamentos, hábitos, ritos e, enfim, um modo de se viver.

Ariano Suassuna tem uma célebre frase sobre a relação entre incorporar e dialogar com culturas: “Não troco o meu oxente pelo ok de ninguém!” Em um artigo escrito para a *Folha de São Paulo* em 1999³⁹, Suassuna faz importantes observações sobre os limites e desenhos da globalização: “Algumas pessoas acham que para preservar uma impossível e indesejável pureza da cultura brasileira eu seria contrário a seu contato com outras culturas. De modo nenhum. Sou contrário somente ao mau gosto da cultura de massas, brasileira ou americana”. Em outro momento, o jornal

³⁹ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz20079907.htm>. Acesso em: 12 abr. 2023.

*Diário de Pernambuco*⁴⁰ lembrou algumas de suas posições sobre o tema da globalização, quando afirma que ela deveria ser evitada, pois “reduzia os problemas culturais ao nível do gosto médio”.

Por posições como essas, Ariano Suassuna chegou a ser acusado de se colocar de forma “conservadora” sobre o tema, até ser comparado com um Dom Quixote arcaico⁴¹. Aos ataques, o escritor respondia com bom humor, dizendo que seria um elogio ser chamado pejorativamente de Dom Quixote por estar esgrimindo os moinhos de vento da globalização, pois, em seu ponto de vista, Dom Quixote não é derrotado, já que tem a intenção de lutar.

O avanço do processo de globalização faz com que a indústria dos alimentos chegue a quase todos os lugares, sendo capaz de influenciar até mesmo o que é servido nas escolas públicas do país, em um plano articulado que surfa na estruturação de políticas públicas e se aproveita desse imaginário de uma “cultura alimentar” comum, mas um lugar-comum sempre construído paulatinamente, como veremos a seguir.

3.4 A globalização vai à escola: desafios da alimentação escolar

A modernização da agricultura e a globalização dos processos de produção e consumo de alimentos chegam também ao cardápio da alimentação escolar. Nesse sentido, a cozinha de instituições públicas de ensino e o prato dos estudantes se tornam alvo de disputas tanto de políticas públicas quanto de empresas e indústrias do ramo alimentício de atuação local, regional ou global.

As políticas públicas adotadas pelo Estado – seja quando direciona recursos públicos para as produções, como mencionamos no primeiro capítulo desta pesquisa, ou quando organiza documentos orientadores para que se estabeleçam marcos na educação alimentar e nutricional, ou ainda e principalmente quando estabelece valores e padrões nutricionais da alimentação escolar, que atinge a grande maioria

⁴⁰ Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2014/07/23/interna-brasil,438833/escritor-ariano-suassuna-tinha-aversao-a-cultura-de-massa.shtml>. Acesso em: 12 abr. 2023.

⁴¹ Fala disponível no *YouTube* em: https://www.youtube.com/watch?v=EykeaL_nWIU. Acesso em: 12 abr. 2023.

dos estudantes brasileiros – o colocam enquanto instituição que assume sérias responsabilidades na construção da cultura alimentar de seu povo.

Em um país marcado pela fome, pelo menos a escola pública poderia ter sido poupada dos espaços de especulação e da financeirização do capitalismo contemporâneo. Porém, quando se observam as ações práticas e os casos concretos permeados por lucratividade, notamos que nem mesmo as refeições de escolas públicas são poupadas da busca pelo lucro e por todas as contradições que o cercam. Como bem resume Harvey, “a neoliberalização significou a ‘financeirização’ de tudo. Isso aprofundou o domínio das finanças sobre todas as outras áreas da economia, assim como sobre o aparato de Estado” (HARVEY, 2008, p. 41–42).

Esse trecho é importante porque demonstra justamente o papel do Estado nesse processo. Nas escolas públicas, os gestores públicos que ocupam a cadeira de tempo em tempo são os principais responsáveis por propor diretrizes e definir as regras de tempo em tempo.

Para compreender o cardápio da alimentação escolar, se torna necessário adentrar as políticas públicas que o estruturam ao longo do tempo. No Brasil, um dos grandes destaques é certamente o Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e seus desdobramentos, bem como os cenários de fome que assolam o país há décadas, para só então entrar nos conhecimentos nutricionais e culturais presentes, desde a formulação de cardápios até o momento em que a comida chega ao prato de crianças e jovens.

Nenhum desses territórios é neutro. Nenhuma dessas políticas está resguardada em um lugar seguro pelo Estado brasileiro. Ainda que passos importantes tenham sido dados, pois a política alimentar brasileira é internacionalmente reconhecida, a cada novo governo e uma nova interpretação dos processos, tudo pode voltar à estaca zero ou até mesmo regredir décadas.

Nos próximos tópicos, abordaremos a estrutura e alguns números da alimentação escolar no Brasil, focando principalmente no PNAE. Depois seguiremos com os dados sobre a fome no país com leituras do Olhe Para a Fome (2023) e VIGISAN (2021 e 2022), para então chegarmos aos cardápios escolares da Região Metropolitana de Goiânia (RMG), onde analisaremos os limites dessa política e as disputas ideológicas e culturais da construção do gosto.

Isso significa que, mesmo quando a política pública chega até a escola, ainda existem outros entraves e disputas a serem feitos, pois há ações contínuas de abrangência pequena, média e grande que influenciam como crianças, jovens, adultos e idosos selecionam (ou são direcionados para) alimentos e receitas específicos. Nessa disputa, nenhum território sai ileso.

O Programa Nacional de Alimentação Escolar trata-se de um dos maiores programas mundiais de alimentação escolar já estruturados por um governo em forma de política pública ampla e de acesso irrestrito. Por meio do PNAE, são atendidos diariamente no Brasil mais de 47 milhões de estudantes, com cerca de 55 milhões de refeições.

Com esse volume, o PNAE só fica atrás do Programa de Alimentação Escolar do governo indiano, considerado o maior do mundo dentre os que organizam suas políticas em grande rede. Por lá, são cerca de 120 milhões de crianças e jovens atendidos em 1,2 milhões de escolas distribuídas pelo país. Depois do Brasil, outros grandes programas também são observados nos Estados Unidos e na China, segundo a Associação Brasileira de Nutrição (2013)⁴².

No início de 2023, o orçamento do PNAE saiu de R\$ 4 bilhões para R\$ 5,5 bilhões, após mais de cinco anos sem reajuste. Esse incremento financeiro em todas as etapas e modalidades da Educação Básica representa valores percentuais que se reajustaram entre 28% a 39%.

Antes de adentrar a relevância e os desafios da alimentação escolar, bem como seu papel estratégico na luta contra a fome e no amparo de diversas famílias pelo país, precisamos remontar a momentos importantes de sua estruturação.

Um dos marcos iniciais na institucionalização da alimentação escolar brasileira com um direcionamento central e pensando em rede de atendimento ocorre com o Decreto nº 37.106, de 31 de março de 1955, documento que institui a Companhia da Merenda Escolar.

Ao longo dos quase 70 anos subsequentes, e passando por diversas reformulações, a chamada “merenda escolar” vivenciou diferentes fases e

⁴² Disponível em: <https://www.asbran.org.br/noticias/brasil-tem-segundo-maior-programa-de-merenda-escolar-no-mundo#:~:text=O%20Brasil%20ganha%20destaque%20no,Estados%20Unidos%20e%20a%20China.> Acesso em: 2 dez. 2022.

perspectivas, que vão do assistencialismo até a construção de uma sólida política pública com arcabouços de segurança e soberania alimentar.

Cabe destacar que, na Geografia brasileira, próximo a esse contexto histórico em que o Estado estava sendo pressionado a assumir responsabilidades sobre o problema da fome, dois estudos fundamentais estavam sendo apresentados por Josué de Castro: *Geografia da fome - a fome no Brasil* (2008) e *Ensaio sobre os problemas de alimentação e de população do mundo* (1951). Essas obras denunciavam nacional e internacionalmente o peso da fome no subdesenvolvimento brasileiro.

Além do polo institucional, que caminha em movimentos ora de estruturação, ora de desestruturação do acesso à alimentação escolar de qualidade, e da influência da geografia acadêmica na estruturação de políticas públicas de combate à fome, o Brasil demonstrou se preocupar também estruturalmente com esse tema.

Quando afirmamos “estruturalmente”, estamos nos referindo a documentos norteadores e que não dependem de políticas públicas temporárias, como quando o tema ficou incorporado na Constituição Federal de 1988, nos Direitos Sociais do Art. 6º, com o seguinte aparato: “são direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação [...]”. Com esse ato, o Brasil caminhou em sintonia com o Art. 25 da Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH) de 1948 e com o Art. 11 do Pacto Internacional de Direitos Econômicos, Sociais e Culturais (PIDESC).

Garantir que o tema fome tenha respaldo jurídico e buscar ampliar e melhorar as políticas públicas com o PNAE por si só não garantem a eficácia e a solução de problemas. São passos importantes, não há que se negar isso, porém cenas recentes no nosso entorno, de famílias procurando comida no lixo ou frequentando fila de ossos⁴³ em descartes de açougues em diversos pontos do país, demonstram que, mesmo com o passar das décadas, a fome continua sendo um dos nossos maiores problemas sociais.

Diante desse cenário de fome, poucas ações são tão importantes como garantir e melhorar a qualidade do que é servido em escolas públicas. Ano após ano, o Censo Escolar revela a mesma situação: a maioria substancial das crianças e dos jovens do

⁴³ Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/fila-da-fome-em-cuiaba-recebeu-ossos-de-qualidade-diz-governador-de-mato-grosso/>. Acesso em: 6 set. 2022.

país está matriculada em escolas públicas. Para posicionar os números mais recentes: das 47,4 milhões de matrículas na Educação Básica, cerca de 38,7 milhões frequentam as cerca de 178,3 mil escolas públicas, quase 82% do total (CENSO ESCOLAR, 2022).

Apenas cerca de 1,8 milhão de estudantes estão matriculados em escolas privadas, representando cerca de 15,5% do total na Educação Básica distribuídas pelos 5.570 municípios brasileiros, segundo dados do Censo Escolar de 2022. Por conta desse volume significativo de refeições, são cerca de 50 milhões de refeições diárias, elaboradas com direcionamento e supervisão de mais de 8.000 nutricionistas em todos os municípios brasileiros. Com esses números postos, não seria exagero afirmar que a maioria dessas crianças e jovens brasileiros encontra na alimentação escolar a refeição mais importante de seu dia⁴⁴.

3.5 A escola como lugar central em políticas alimentares de larga escala

Para evidenciar essa realidade, se torna importante fazer a seguinte comparação: o PNAE com os dados da fome no Brasil. Para as pesquisas sobre a fome, se destacam a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD/IBGE, 2004, 2009, 2013); a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF/IBGE, 2018); a VIGISAN (2020, 2021, 2022) e outros dados divulgados pela Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional (PENSSAN).

Em 2020, cerca de 19,1 milhões de brasileiros se encontravam em situação de fome. Em 2022, esse número aumentou para 33,1 milhões de pessoas, um aumento de mais de 73% em um curto intervalo de tempo.

Uma das interpretações possíveis para entender esse aumento de pessoas com fome no Brasil foi o fechamento das escolas. Com a mudança do regime de aulas para o formato não presencial, ocorrida em momentos da pandemia de Covid-19, algumas gestões públicas conseguiram adaptar e converter a merenda escolar em kits de alimentação, sobretudo quando suplementar em tempo hábil os valores

⁴⁴ A alimentação escolar é a principal refeição do dia para a maioria dos estudantes da rede pública do Rio de Janeiro. 56% dessas crianças dependem principalmente dos alimentos oferecidos na escola). Disponível em: <https://alimentacaoescolar.org.br/noticias/2023/3/29/alimentacao-escolar-e-principal-refeicao-do-dia-para-maioria-dos-estudantes-da-rede-publica-do-rio/>. Acesso em: 25 mar. 2023.

repassados pelo Governo Federal. Outras administrações levaram muitos meses para encontrar uma solução para essa séria questão.

Dentre as razões que explicam essa dificuldade, estava o valor *per capita* das refeições. Esse valor precisa ser suplementado por prefeituras e estados, e é um grande desafio administrativo converter um valor *per capita* tão baixo em cestas de alimentos individuais, pois, historicamente, para que o alimento seja o suficiente, é necessário pensá-lo dentro de seus contextos em cardápios e com a suplementação municipal ou estadual.

Para entender a que valores estamos nos referindo quando mencionamos o *per capita* disponível para elaboração de refeições, se apresenta o histórico de valores por etapas de ensino na Tabela 4, com as principais atualizações desses valores ao longo dos anos, seguidos de suas respectivas Resoluções enquanto instrumento legal.

Tabela 4 - Valores *per capita* do Programa Nacional de Alimentação Escolar

Categorias de matrícula e valores <i>per capita</i>	2009	2010	2013	2017	2023
Creche	R\$ 0,22	R\$ 0,60	R\$ 1,00	R\$ 1,07	R\$1,37
Pré-Escola	R\$ 0,22	R\$ 0,30	R\$ 0,50	R\$ 0,53	R\$ 0,72
Escolas indígenas e quilombolas	R\$ 0,44	R\$ 0,60	R\$ 0,60	R\$ 0,64	R\$ 0,86
Ensino Fundamental	R\$ 0,22	R\$ 0,30	R\$ 0,30	R\$ 0,36	R\$ 0,50
Ensino Médio	R\$ 0,22	R\$ 0,30	R\$ 0,30	R\$ 0,36	R\$ 0,50
Educação de Jovens e Adultos (EJA)	R\$ 0,22	R\$ 0,30	R\$ 0,30	R\$ 0,32	R\$ 0,41
Programa Mais Educação / Novo Mais Educação	R\$ 0,66	R\$ 0,90	R\$ 0,90	R\$ 1,07	R\$ 1,37
AEE no contraturno	-	-	R\$ 0,50	R\$ 0,53	R\$ 0,68
Tempo Integral	-	-	R\$ 1,00	R\$ 1,07	R\$ 1,37

Programa de Fomento às Escolas de Ensino Médio (Em Tempo Integral)	-	-	-	R\$ 2,00	R\$ 2,57

Notas: (1) Valores fixados pela Resolução MEC/FNDE/CD nº 38/2009.

(2) Valores fixados pela Resolução MEC/FNDE/CD nº 67/2009.

(3) Valores fixados pela Resolução MEC/FNDE/CD nº 26/2013.

(4) Valores fixados pela Resolução MEC/FNDE/CD nº 01/2017, mantidos até 2023.

(5) Valores fixados pela Resolução MEC/FNDE/CD nº 02/2023.

Fonte: Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE/MEC), Observatório da Alimentação Escolar (OAE) e Associação Nacional de Pesquisa em Financiamento da Educação (FINEDUCA) de 2009 a 2023.

Organização: Sena (2023).

Ainda que o valor inicial tenha incorporado algumas atualizações, ainda hoje o valor *per capita* é considerado baixo para uma refeição de qualidade. E, como se nota, o fato de ainda estarmos discutindo questões extremamente basilares (como o preço defasado das refeições) ou a garantia de continuidade de uma política pública tão importante, que ainda sofre para se manter firme, faz com que outros debates, também muito relevantes, que perpassam a alimentação para questões além do preço *per capita*, não encontrem espaço no debate acadêmico e no aprimoramento de políticas públicas em estados e municípios do país.

Sem esse passo fundamental, se torna difícil discutir e implementar discussões mais aprofundadas dos próprios conteúdos escolares ou o papel dos alimentos locais e dos circuitos curtos, como apontado por Darolt (2013), e que podem ser aprofundados com questões pertinentes à alimentação escolar, por exemplo.

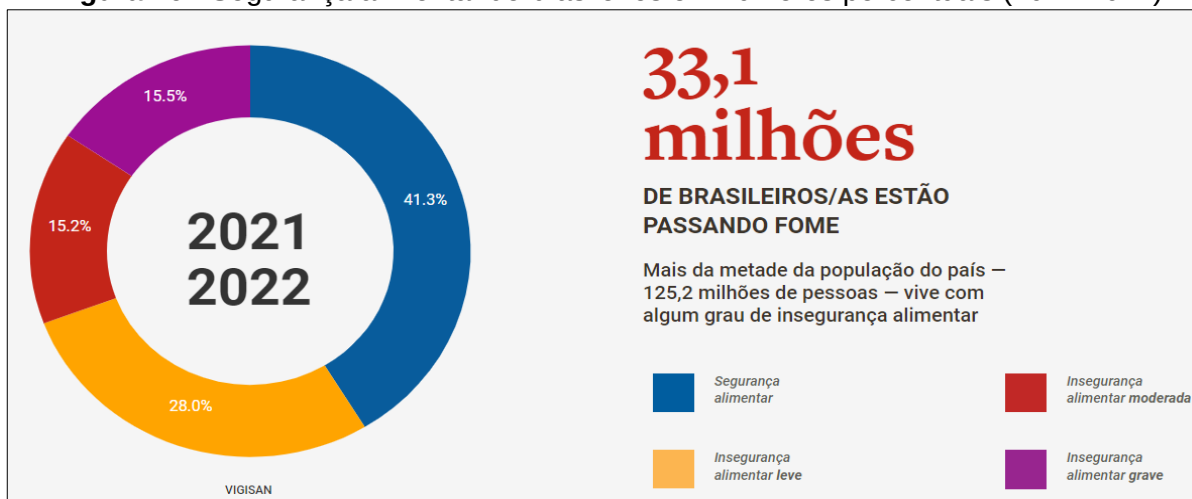
Apesar de as culturas alimentares locais e os circuitos curtos serem apartados da maioria das políticas públicas que versam sobre a alimentação escolar, isso explica um pouco a dificuldade de muitos municípios cumprirem a legislação do PNAE que obriga que pelo menos 30% dos recursos das compras públicas da alimentação escolar sejam destinados aos produtos oriundos da agricultura familiar.

A cultura alimentar também já foi considerada quando o Brasil estava discutindo e estabelecendo diretrizes como o Marco de Referência de Educação Alimentar e Nutricional para Políticas Públicas (BRASIL, 2012, p. 25), importante documento que preza pela “valorização da cultura alimentar local e respeito à diversidade de opiniões e perspectivas, considerando a legitimidade dos saberes de diferentes”. Mencionamos essa política pública macro porque esses documentos geralmente têm forte poder de direcionar caminhos.

Levando em consideração o PNAE e outros marcos legais que o Brasil já estruturou, se implementados de maneira eficiente e se os valores forem complementados com valores do tesouro municipal e estadual de forma ágil e recorrente, seria possível o fortalecimento de políticas de desenvolvimento regional de produtores. Isso mudaria significativamente o cenário de escassez no Brasil, pois uma produção diversificada acarretaria menos dependência de grandes produtores e de grandes redes de comercialização, além de tornar a comida disponível nas escolas públicas mais diversa e rastreável.

Em continuação ao debate sobre a fome, que infelizmente é um dos primeiros passos a serem discutidos antes de outras questões sobre o vasto campo da alimentação escolar, destacamos os infográficos elaborados pela PENSSAN, disponibilizados na plataforma Olhe Para a Fome⁴⁵, aqui apresentados em dois momentos: o agrupamento de 2021 e 2022; e posteriormente a série histórica de 2004 a 2020 em anos selecionados. O dado apresentado na Figura 46 leva em consideração momentos da pandemia de Covid-19.

Figura 46 - Segurança alimentar de brasileiros em números percentuais (2021-2022)



Fonte: Olhe Para a Fome (2023), com dados do VIGISAN (2021 e 2022).

A pesquisa que chegou aos dados da Figura 46 levou em consideração uma amostra de 12.745 domicílios, localizados em áreas urbanas e rurais, distribuídos em 577 municípios nas cinco macrorregiões brasileiras, contemplando 26 estados e o

⁴⁵ Disponível em: <https://olheparaafome.com.br/>. Acesso em: 28 dez. 2022.

Distrito Federal, conforme VIGISAN (2021, 2022). Para entender melhor essas quatro categorias, que variam de segurança alimentar até insegurança alimentar grave, a rede de pesquisadores elaborou as categorias a partir dos seguintes critérios:

- **Segurança alimentar:** a família tem acesso regular e permanente a alimentos de qualidade, em quantidade suficiente, sem comprometer outras necessidades básicas, como moradia.
- **Insegurança alimentar leve:** há preocupação ou incerteza se será possível ter acesso a alimentos no futuro. A família acaba contando com uma qualidade inadequada de alimentação para ter quantidade suficiente de comida para todos. Ou seja, troca qualidade por quantidade.
- **Insegurança alimentar moderada:** em razão da falta de alimentos para fornecer a todos, as famílias reduzem a quantidade de comida ou há uma ruptura no padrão de alimentação, ou seja, na quantidade de refeições por dia, na qualidade do que vai para a mesa.
- **Insegurança alimentar grave:** a família passa fome (sente fome por falta de dinheiro para comprar alimentos, faz apenas uma refeição ao dia ou fica sem comer um dia inteiro).

Fonte: Escala Brasileira de Insegurança Alimentar (EBIA), uma escala psicométrica que avalia de maneira direta uma das dimensões da segurança alimentar e nutricional em uma população por meio da percepção e experiência com a fome.

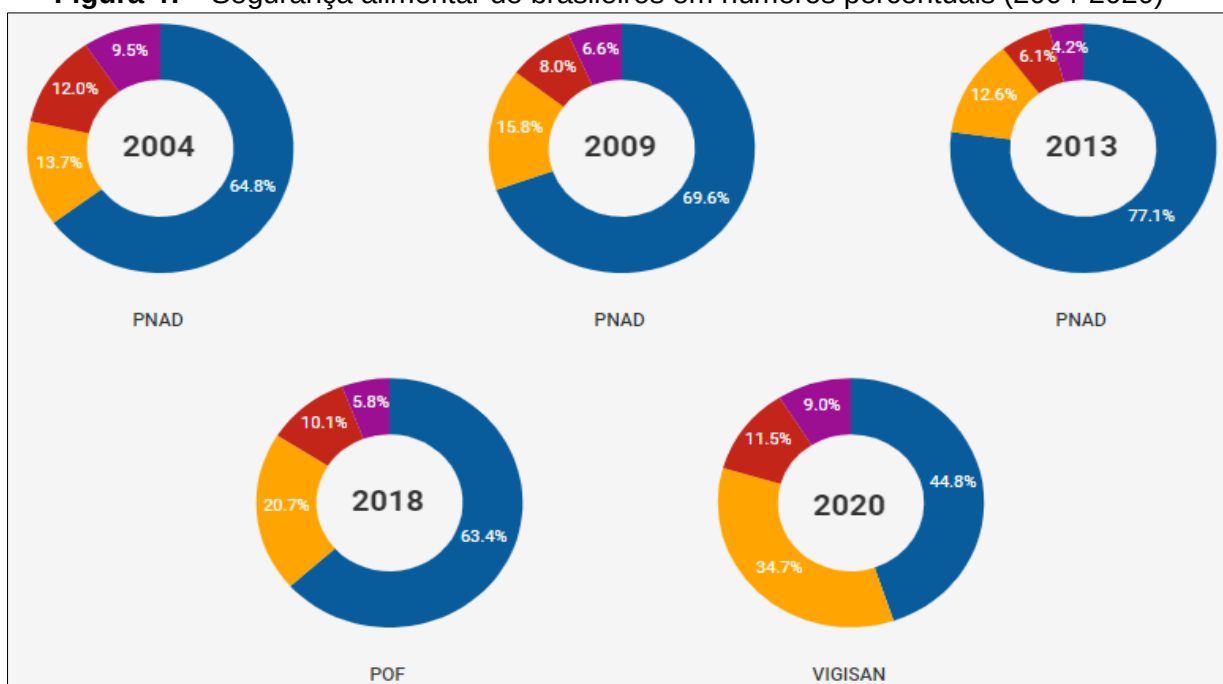
Os dados da Figura 47 são estarrecedores quando se pensa na potencialidade produtiva do Brasil. Nesse mesmo período de insegurança alimentar latente, o país também bateu recordes⁴⁶ na exportação de alimentos. Entre os anos de 2000 a 2020, o Brasil teve uma participação de 14,9% no valor mundial das exportações de grãos, conforme dados deflacionados pelo *Consumer Price Index* (CPI), indicador americano de inflação. Quando se destaca apenas o ano de 2020, a participação brasileira fica com 22,2%, ou seja, a liderança mundial em arrecadação com exportações de grãos.

No segundo lugar, ficam os Estados Unidos, com 21,5%. Nota-se que, para chegar a esses valores, foram levados em consideração arroz, cevada, milho, soja e trigo, demonstrando mais uma vez a prioridade do Brasil quanto a uma produção de alimentos para o mercado externo, em desconexão com a demanda interna do país, visto que, como vimos com os dados de 2021 e 2022, uma parte considerável da população estava em situação delicada com relação ao acesso aos alimentos.

⁴⁶ Nota: “Em meio à exportação recorde de alimentos, seca e pandemia agravam fome no campo”. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-57296843>. Acesso em: 8 jan. 2023.

Pensar que esse é um problema circunstancial e resultado da pandemia de Covid-19 não é uma resposta, pois, quando analisamos dados anteriores, como em recortes de 2004 a 2020, o cenário é igualmente preocupante e vergonhoso para um país tão produtivo. Considerando bases variadas, a segurança alimentar no Brasil varia de 64,8% em 2004, chegando ao melhor momento em 2013, com 77,1% de segurança alimentar, e volta a números difíceis de serem aceitos, com apenas 44,8% em 2020, conforme Figura 47.

Figura 47 - Segurança alimentar de brasileiros em números percentuais (2004-2020)



Fonte: Olhe Para a Fome (2023), com dados do PNAD, do POF e do VIGISAN (2004, 2009, 2013, 2018 e 2020).

Ainda lendo os dados da Figura 47, os dados sobre insegurança alimentar grave são igualmente difíceis, variando de 9,5% em 2004, chegando a 4,2% em 2013 e voltando a patamares ruins em 2018, com 5,8%, e pior ainda em 2020, com 9%.

Apresentamos esta sequência de dados:

- a) o tamanho da rede de escolas públicas do Brasil e sua centralidade enquanto atendimento da maioria da população;
- b) os valores *per capita* disponíveis pelo Governo Federal, que são ou não atualizados ou complementados por municípios e estados;

c) situação da fome, com detalhamento estatístico de dados sobre segurança e também insegurança alimentar no Brasil; para entendermos que uma política pública bem-feita na escola pública brasileira é capaz de mudar toda uma realidade social, ainda que temporariamente, pois reafirmando: muitas crianças e muitos adolescentes encontram na alimentação escolar a principal refeição do seu dia.

Após esse panorama brasileiro sobre o tema, retornaremos aos cardápios da alimentação escolar na Região Metropolitana de Goiânia. Para tanto, selecionamos cardápios da capital Goiânia e também de municípios selecionados entre os 21 municípios, com mais ou menos habitantes, para uma diversidade de amostragem.

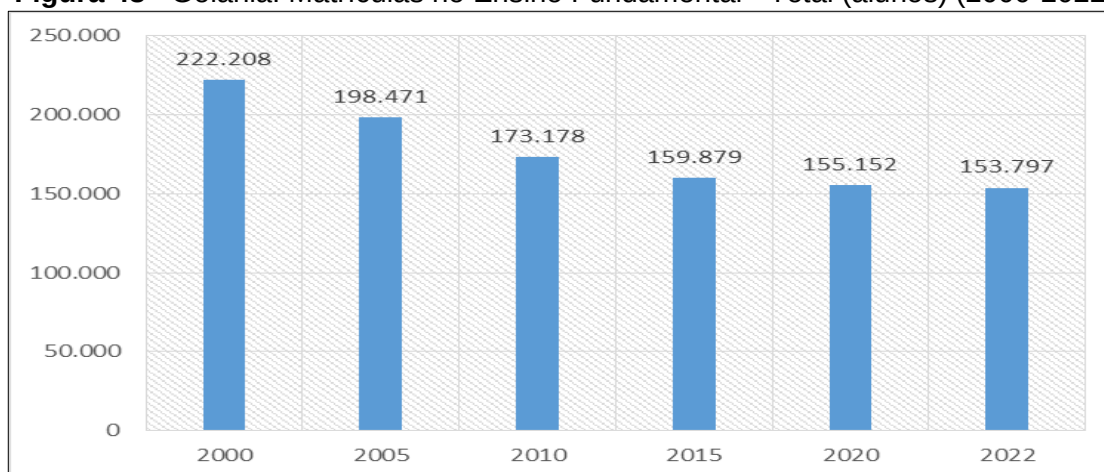
Preocupamo-nos também em conversar com nutricionistas que elaboraram tais cardápios, com uma seleção temporal que varia entre momentos antes e durante a pandemia de Covid-19, pois sabemos que o atendimento escolar desse período reservava uma série de particularidades e analisar apenas eles poderiam não ser o ideal do ponto de vista metodológico por se tratar de uma exceção e não da regra.

Nesse exercício, selecionamos a capital Goiânia pelo tamanho da rede de ensino e pela centralidade de ser uma capital, e, depois, alguns municípios de diferentes portes ainda na RMG, tanto os com rede de atendimento bastante reduzida, como é o caso de Brazabrantes com três instituições públicas municipais, até Senador Canedo e Trindade, consideradas cidades e redes de ensino relativamente grandes e bastante conectadas aos problemas e soluções também observados em Goiânia.

A rede municipal de ensino de Goiânia tinha, no início de 2023, cerca de 370 unidades de ensino. A rede é organizada em escolas, Centros Municipais de Educação Infantil (Cmei) e Centros de Educação Infantil (CEI) conveniados.

Em todas essas unidades, a prefeitura municipal atende a cerca de 115 mil crianças e estudantes, do total de 153.797 matriculadas no Ensino Fundamental em toda a capital (Figura 49). Isso significa que as matrículas que não estão na rede municipal se localizam na rede estadual, federal ou em escolas privadas do município.

No Ensino Fundamental e na Educação Infantil, a maior parte das matrículas fica sob a responsabilidade da rede municipal de ensino, enquanto a rede estadual se responsabiliza, prioritariamente, pelo Ensino Médio, conforme recomendação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB).

Figura 48 - Goiânia: Matrículas no Ensino Fundamental - Total (alunos) (2000-2022)

Fonte: Instituto Mauro Borges (IMB).

Organização: Sena (2022).

Nota-se, pelo gráfico da Figura 48, que as matrículas no Ensino Fundamental em Goiânia passam por um momento de queda, sobretudo entre os anos de 2000 até 2020, e depois têm uma leve subida. O momento de queda no número de matrículas no Ensino Fundamental se relaciona com as mudanças no perfil demográfico da população goianiense.

Sobretudo em Goiânia, é notável um maior acesso ao Ensino Superior e é crescente o número de mulheres no mercado de trabalho. Existe uma mudança também de comportamento com relação ao sexo, com maior acesso a contraceptivos, o que repercute diretamente na diminuição do número de filhos por casal, considerando as novas gerações em comparação com as gerações anteriores. Com menos crianças nascendo, existem também menos matrículas nos primeiros anos de ensino, mesmo a população, de forma geral, tendo aumentado quando se analisa o Censo Demográfico.

Como o objetivo neste momento é analisar o cardápio da alimentação escolar, apresentamos o Quadro 5 com opções de alimentação recorrentes em Centros Municipais de Educação Infantil. Para esta síntese, analisamos cardápios ao longo dos anos de 2017 a 2021, disponibilizados pela gerência de alimentação escolar, e buscamos analisá-los inicialmente em totalidade, depois sintetizar os que mais se repetem.

Antes da síntese, também conversamos diretamente com técnicos da Secretaria Municipal de Educação, responsáveis pela elaboração de cardápios, para

compreender os fatores que mais influenciam as escolhas e os direcionamentos alimentares.

A construção da política de alimentação escolar em Goiânia passou por vários movimentos, visões técnicas e teóricas, bem como aplicabilidades. Atualmente, existe uma descentralização nas compras de alimentos, que são realizadas pela própria instituição de ensino, seguindo os critérios estabelecidos pelo fomento federal (do PNAE) e pelo fomento municipal, com a suplementação.

Dentre os cardápios que acessamos, destaca-se em Goiânia a preocupação em sinalizar no rodapé dos cardápios o registro da nutricionista responsável, bem como algumas recomendações no sentido de evitar açúcares e processados ou ultraprocessados. Existe certa flexibilização também, possibilitando utilizar frutas inteiras ou em sucos, a depender do estágio de amadurecimento de cada fruta adquirida pelas instituições de ensino.

Notamos a sugestão de leite integral sem adição de açúcar ou achocolatado em algumas refeições, e de achocolatado em outras preparações ao longo do dia. Ainda que exista a preocupação com menos produtos industrializados, é recorrente a recomendação de bolachas de sal, leite integral que passou por processos de industrialização e iogurte ou bebida láctea⁴⁷.

O uso recorrente de produtos à base de leite, porém sem leite de fato, fez com que o MAPA publicasse a Instrução Normativa nº 16, de 23 de agosto de 2005, sobre o tema, diferenciando e colocando certos limites para essa classificação.

Como o cardápio da alimentação escolar é, em certa medida, o que ocorre também na alimentação em outros espaços por conta dos valores disponibilizados

⁴⁷ De acordo com a Instrução Normativa nº 16, de 23 de agosto de 2005, do MAPA, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, iogurte e bebida láctea se diferenciam da seguinte forma:

Iogurte: produzido através de leite fermentado por bactérias benéficas ao nosso organismo, sendo a fermentação realizada obrigatoriamente por cultivos protosimbióticos (*Streptococcus salivarius subsp. thermophilus* e *Lactobacillus delbrueckii subsp. Bulgaricus*), podendo ser acrescentadas, de forma complementar, outras bactérias ácido-láticas. A base láctea representa pelo menos 70% do total de ingredientes do produto, e o teor de proteínas é de 2,9g a cada 100g de produto. Possui uma consistência cremosa e pode ser consumido natural ou acrescido de outros ingredientes, como polpa de frutas e mel.

Bebida láctea: é o resultado da mistura de leite e soro de leite, podendo ou não conter gordura vegetal, leite fermentado, fermentos lácteos e outros produtos alimentícios, tais como polpas de frutas e mel. A base láctea representa pelo menos 51% do total de ingredientes do produto e precisa ter, no mínimo, 1g de proteína a cada 100g de produto. Possui uma consistência mais líquida devido à presença do soro de leite.

para cada refeição, e seguindo o aspecto *per capita*, em algumas preparações os industrializados também são tolerados, apesar de todo o esforço para que se use menos.

Quadro 5 – Exemplo de cardápio em CMEIs da rede municipal de Goiânia (2017-2021)

GOIÂNIA (2017-2021)				
EXEMPLO DE CARDÁPIO EM CMEIs				
Desjejum	Colação ¹	Almoço	Lanche	Jantar
Leite integral	Suco de melancia ou melancia em pedaços	Arroz com carne desfiada, quiabo refogado, e feijão com beterraba	Leite achocolatado e bolacha cream cracker	Arroz com frango e abóbora em cubos e feijão
Leite integral	Maçã raspada ou maçã em pedaços	Pirão de peixe, arroz com cenoura e abobrinha, feijão, suco de laranja* ou laranja em pedaços	Leite integral e rosca	Picadinho de carne com cará, arroz com vagem e feijão
Leite integral	Papa de banana ou banana	Ovo cozido ao molho de tomate ³ , chuchu refogado e arroz/feijão	Leite integral	Picadinho de fígado, mandioca refogada, arroz, feijão com abobrinha
Leite integral	Suco de laranja ² ou laranja em pedaços	Carne cozida em cubos ao molho com batata, couve refogada e arroz/feijão	Refresco de abacaxi e pão francês recheado com muçarela	Carne moída refogada com chuchu, purê de batata, arroz e feijão
Leite integral	Papa de mamão ou mamão picado	Iscas de frango ao molho (peito), creme de milho com ervilha, arroz com feijão, papa de banana ou banana em pedaços	Iogurte/Bebida láctea e bolo de cenoura	Arroz colorido (abóbora, vagem e milho), feijão com carne em cubos

Notas: Colação são refeições intermediárias, geralmente pequenos lanches no intervalo das principais refeições. A Secretaria Municipal de Educação orienta o seguinte nos cardápios: (1) suco da fruta, sem água e sem açúcar para as crianças que ainda não conseguem comer a fruta; (2) o molho deve ser feito com o próprio tomate, não utilizar molhos prontos.

Fonte: Secretaria Municipal de Educação de Goiânia.

Organização: Sena (2022).

Além dos valores *per capita* disponíveis, outro fator que influencia muito a elaboração de cardápios são fatos culturais e sazonais, como a inserção de sopas ou mais líquidos quentes em dias ou épocas mais frias, como a inserção de alguns pratos juninos no mês de julho.

Porém, essa influência cultural e sazonal a partir de festas ou tradições locais é muito menos visível e palpável do que o esperado. Não se nota, por exemplo, a inserção de frutos do Cerrado, a não ser em raríssimas exceções, como no suco de caju. Ainda assim, o servido pela maioria das instituições não é o suco advindo do cajuzinho-do-cerrado, mas sim as polpas ou concentrados industriais de caju.

Outro ponto considerado positivo na rede municipal de Goiânia é o Projeto Horta Escolar, junto à gerência de alimentação escolar, que em 2019 tinha alcançado cerca de 260 instituições, algo próximo a 70% do total de instituições, sendo: 122 escolas municipais (EMs), 82 Centros Municipais de Educação Infantil (CMEIs), 5 instituições municipalizadas, 32 unidades de ensino conveniadas com o município de Goiânia e 19 instituições diversas ou externas com hortas instaladas e cuidadas em algum grau de plantio.

O projeto de expansão de hortas escolares da Prefeitura Municipal de Goiânia, bem como de outras redes de ensino, geralmente segue diretrizes da Portaria Interministerial nº 1.010, de 8 de maio de 2006, que instituiu a Promoção da Alimentação Saudável nas Escolas de Educação Infantil, Fundamental e de nível médio das redes públicas e privadas em âmbito nacional. O documento orienta que a alimentação saudável deve ter como eixo prioritário o estímulo à produção de hortas escolares para a realização de atividades com os alunos e a utilização dos alimentos produzidos na alimentação ofertada na escola.

Mesmo com os esforços empenhados, a rede municipal de ensino de Goiânia justifica a não adesão a ingredientes do Cerrado ou alimentos tradicionais da culinária goiana por três motivos principais:

- I) Dificuldade de acessá-los em redes e mercados com segurança sanitária para consumo em grande demanda;
- II) Receio da aceitação das crianças e dos estudantes;
- III) Dificuldade de romper com a cultura enraizada (gestores públicos, servidores da instituição de ensino e do mercado de alimentos local).

A justificativa da rede municipal para a repetição de padrões da alimentação escolar é um reflexo da construção de padrões da cultura alimentar em nosso tempo, podendo ser interpretada como uma das capilaridades dos discursos hegemônicos que dominam a alimentação. A lógica da indústria adentra também os departamentos

institucionais responsáveis por pensar e planejar ações coletivas, lógica essa com estratégias que já comentamos nos capítulos anteriores.

O argumento “sanitário” acaba justificando uma série de outros elementos. O que vem da “indústria” ser entendido como algo seguro é um projeto de comunicação com discurso que teve muita aderência, em parte pelas regras que as indústrias precisam seguir e, em outra via, porque é um argumento fácil para eliminar a concorrência de pequenos produtores, que inicialmente não possuem o financiamento e o suporte da indústria para suas produções, ao passo que também não possuem acesso fácil a informações e ao rito burocrático para acessar licitações e chamadas públicas.

Aprofundando mais nesse assunto, apresentamos a seguir o Quadro , com cardápios recorrentes das refeições oferecidas em escolas públicas da rede municipal de ensino de Goiânia em escolas com regime de tempo integral. Em comparação com os CMEIs, existem algumas diferenças, como a quantidade de refeições servidas, mas a estrutura organizacional é bem semelhante, com ofertas balanceadas, equilíbrio entre proteínas e carboidratos, entre outros componentes industriais recomendáveis.

Por outro lado, quando se colocam em evidência os elementos culturais que estruturam os cardápios, temos pratos que fazem parte da cultura tradicional brasileira, como a macarronada com carne moída, o arroz Maria Isabel, a farofa, a galinhada e o vinagrete.

Verificamos ainda alguns padrões não necessariamente reconhecidos apenas na culinária brasileira, mas recorrentemente presentes nas casas de brasileiros, como o escondidinho e suas variações. A polpa de frutas e a bebida láctea continuam presentes, bem como o leite com achocolatado e o *milk shake*, inclusive em inglês, surgem nos cardápios. A dificuldade em atribuir aos cardápios da alimentação escolar alimentos regionais também foi notada por Rossetti, Silva e Winnie (2016).

A naturalização de palavras em inglês nos cardápios da alimentação escolar, e ainda em restaurantes, nomes de estabelecimentos, nomes de prédios, nomes de avenidas, entre outros, demonstra que muitos elementos da cultura estadunidense se fazem presentes e se incorporam ao cotidiano nacional sem muitas barreiras ou restrições.

Como mencionado, existe de fato um processo de naturalização desse processo, e a cada dia menos pessoas questionam o “porquê” dessas práticas ou desses elementos de estrangeirização.

Quadro 6 – Exemplo de cardápio em CMEIs da rede municipal de Goiânia (2017-2021)

REDE MUNICIPAL DE ENSINO DE GOIÂNIA (2017-2021)		
ESCOLAS DE TEMPO INTEGRAL		
Lanche da manhã	Almoço	Lanche da tarde
Leite com achocolatado ou milk shake e biscoito rosquinha de coco	Salada de chuchu e cenoura, galinhada (coxa e sobrecoxa), feijão e banana	Macarronada com carne moída
Laranjada, pão com ovos mexidos e cenoura ralada	Vinagrete, arroz com carne, abobrinha refogada e feijão	Bebida láctea de morango e biscoito maisena
Leite caramelado e pão com requeijão cremoso	Vinagrete, farofa de carne picadinha, abóbora cabotiá ao molho e feijão	Arroz Maria Izabel
Leite com achocolatado ou milk shake e biscoito de leite	Salada de alface e tomate, ovos no molho branco, arroz e feijão	Suco de polpa de abacaxi e bolacha rosquinha de coco
Leite com café e pão com manteiga	Salada de alface, escondidinho de frango (peito), arroz e feijão	Suco concentrado de caju e Farofa de carne

Fonte: Secretaria Municipal de Educação de Goiânia.

Organização: Sena (2022).

Para além do que consta como opções nos cardápios da alimentação escolar na RMG, gostaríamos de abordar outro elemento interessante que às vezes fica pormenorizado entre os tantos assuntos que envolvem esse tema. Ao elaborar um cardápio, existe uma preocupação comum entre os profissionais da nutrição no sentido de propor refeições que “agradam” o paladar dos estudantes matriculados.

Esse “agradar o paladar” precisa ser questionado por ser uma questão com várias camadas. Imaginar que seja possível “agradar um paladar” significa reconhecer que já existe um paladar estabelecido e que as gerências de alimentação escolar ou equipes técnicas que estruturam políticas públicas trabalham em prol disso.

Uma preocupação legítima é o não desperdício de alimentos. Ou seja, quando se oferece um cardápio que segue as regras nutricionais e está dentro do preço *per capita* possível, se entende que a política foi, em parte, eficaz. Mas a quantidade de alimentos produzidos e consumidos não deveria ser um critério central de análise.

Talvez investir em uma “alfabetização do paladar” na primeira infância, em escolas públicas, seja uma das principais oportunidades que o Estado teria para construir hábitos alimentares mais saudáveis e conectados com as culturas alimentares locais. Uma política pública séria e abrangente, poderia fazer toda a diferença tanto no comércio local de alimentos quanto na formação de gerações mais conscientes e conectadas com suas comidas ancestrais. A grande indústria de alimentos também sabe disso. E é justamente por essa razão que o território das escolas públicas é alvo constante de disputas.

O gosto de todos nós, adultos, crianças, jovens e idosos, está em constante evolução e construção. Essa é, portanto, uma construção social e cultural, conforme Dória afirma,

Sempre teremos que explicar as transformações materiais e aquelas mais propriamente simbólicas que lhes são conexas, para não tomarmos o processo de produção apenas como via de alienação. Complementarmente, na produção do alimento da domesticação de espécies à preparação segundo dita a cultura já estão dadas as possibilidades de escolha do paladar, pois cada cultura constrói um arco que abarque todos os “gostos” individuais que abriga. No entanto, não há automatismo algum para se chegar a isso. (2019, p. 2, grifo nosso).

Entender um paladar ou um “gosto” como algo preestabelecido ou já consolidado é, quase sempre, se render ao que a indústria da alimentação estabeleceu como padrão. Isso porque ela trabalha sistematicamente e com muitas estratégias para que o que é proposto por ela seja sempre o “gosto comum”.

Um evento recente demonstra como as redes de *fast food* possuem eventos de aproximação com as escolas públicas e como esses eventos tendem a ser encarados com olhares positivos pela gestão escolar e pela Secretaria Municipal de Educação, que chegou a divulgar uma ação nas redes sociais oficiais da Secretaria intitulado o evento de “patrocinado pelo *McDonald’s*” (Figura 49), inserido em um momento de descontração.

Figura 49 - Evento do *McDonald's* em ambiente escolar em Goiânia – RMG (2023)



Fonte: Stories do Instagram da Secretaria Municipal de Educação de Goiânia (23 de maio de 2023).

O fato de a comunidade escolar entender a presença da franquia como algo positivo, que traz “alegria” para as crianças, diferente do “lanche convencional” do dia a dia, e mencionar nas redes sociais o fato de o evento ser “patrocinado” pela franquia, que levou também seus servidores e *banners* com a coloração da empresa, buscando causar sensação de alegria junto ao consumo dos produtos, materializa o que discutimos sobre as estratégias das grandes empresas em conquistar e tentar consolidar seu público consumidor desde a infância.

Essa agregação de valor simbólico ao consumo dos alimentos e a ampla recorrência das propagandas em redes sociais, rádio, TV, impressos e todos os meios existentes começam a povoar e ocupar de significados os lugares e os cardápios dessa empresa. Assim, alguns estudantes passam a entender o que veem na televisão e na internet como “paladar comum incorporado”, e a comida cultural, com ingredientes dos biomas em que estão inseridos, passa a ser visto como algo “estranho” ou “diferente”, pois esses não são consumidos em ambientes festivos e nem possuem um protagonismo no cotidiano a ponto de fazer a “alegria”.

CAPÍTULO 4

AMBIVALÊNCIAS NAS CULTURAS ALIMENTARES DA RMG:

espetacularização, patrimonialização e o Cerrado como campo das tradições

“Mudar o mundo meu amigo Sancho não é loucura,
não é utopia, é justiça.”

Dom Quixote
Miguel de Cervantes

Seria mais confortável chegar ao capítulo final de uma pesquisa que reflete sobre as culturas alimentares do lugar onde nasci e me estabeleço com mais otimismo. Fomos acostumados a torcer por um final feliz e aconchegante.

Imagine poder comemorar as pamonhas, os empadões, o pequi e toda a tradição culinária do meu povo resistindo às mudanças imperativas de nosso tempo. E quem sabe celebrar e afirmar que todo o universo dos livros de receitas de nossas avós envelheceu bem, se fortaleceu e reserva seu bom lugar no caleidoscópio alucinante da vida moderna. Mas, do ponto de vista dialético, as coisas não se revelam assim.

Até mesmo o estudo desse tema reserva algumas contradições. Os órgãos de fomento à pesquisa no Brasil direcionam seus orçamentos também mediados por questões políticas sazonais, priorizando algumas áreas em detrimento de outras. Já foi possível observar empresas do agronegócio buscando centros de pesquisa que produzem ciência indicando os problemas do agro e, mesmo assim, é de interesse dos grandes grupos financeiros patrocinar e se “aproximar” das resistências.

Analisando com certa lucidez os dados e os caminhos que tomamos, é difícil não identificar os problemas que podem nos levar a uma erosão. Nossos avós (e também a maioria de nós) fomos capturados por diversas estruturas que nos roubam de nós mesmos. Remontam nossas histórias, estilhaçam nossas tradições. Há de se olhar para a frieza dos dados e o calor das emoções com certa cautela. Quase tudo nos chama para um tropeço em buscar por um mundo que não existe mais. Não existe porque, de fato, nunca existiu.

Nosso doce favorito da infância talvez nem era tão “genuinamente” do Cerrado assim. Nosso passado também é cheio de contradições. E neste capítulo final pretendemos mergulhar justamente nessas contradições, que, por um lado, explicam o porquê de termos chegado até aqui e, por outro, dão sinais de que, se nada significativo e estrutural for feito, a erosão se aponta como destino dessa trajetória.

Em que momento nossos territórios foram “originais”? Em que circunstâncias nossas comidas ancestrais foram respeitadas? As certezas e incertezas são parte do processo, inclusive de quem busca fortalecer sua história. Ambivalências e contradições serão palavras-chave desses nossos diálogos finais. Perceberemos que as festividades que têm o alimento com centralidade, e que ocorrem na RMG com

mais adesão e público, não possuem relação com nada que venha de culturas tradicionais ou saberes locais.

Existem e sempre existirão faíscas de otimismo nessa jornada, não jogaremos a toalha e nem aceitaremos sem lutar e questionar todas as peças que já foram dadas. Mas, ao se deparar com o que se tem realmente estruturado e funcionado de local e histórico nas identidades e culturas alimentares goianas e, mais especificamente, da RMG, pouco temos o que comemorar.

Para chegar a esta conclusão, buscamos interpretar uma festividade produto da globalização na RMG. A interpretação de festividades em estudos geográficos nos pareceu oportuno porque, segundo D'Abadia e Almeida (2009, p. 60), “as festas oferecem como características básicas: a superação das distâncias entre os indivíduos; a produção de um estado de efervescência e a transgressão das normas coletivas”. Essa superação de distâncias nem sempre é observada em todas as festividades, algumas inclusive acentuam essas distâncias, porém a ruptura com o cotidiano e o que determinada comunidade consegue mostrar enquanto representações por meio de festividades podem ser extremamente relevantes enquanto mote cultural.

Nessa linha de interpretação complexa sobre o espaço das festividades, Maia afirma que, nas festas populares, “[...] subsistem relações econômicas, político-ideológicas, simbólicas e afetivas extremamente ricas, apesar do caráter efêmero do evento” (1999, p. 2013-2014). Portanto, interpretar os simbolismos e as territorialidades de uma festividade é observar também as visões de mundo diversas que elas dinamizam.

A pesquisadora Amaral (1998) forneceu significativas contribuições em sua tese ao estudar o festejar dentro do contexto da cultura brasileira, demonstrando a potência dos elementos políticos, sociais e culturais possíveis de serem apreendidos a partir do olhar sobre os ritos e as festividades de um povo.

E por que as visões de mundo apresentadas por festividades são importantes? Claval (2011) nos orienta que “o conhecimento do Mundo sempre se faz através de representações” (CLAVAl, 2011, p. 16). Dialogando mais diretamente com nosso campo de pesquisa: mesmo quando uma festividade se apresenta de forma totalmente “globalizada” ou dando sinais de que o que será explorado é um imaginário

e um simulacro de identidades italianas em plena RMG, e isso se incorpora em um calendário por várias edições, se articula com os poderes políticos locais e regionais, se torna um dos principais eventos de gastronomia da RMG, mesmo dizendo de outras culturas, também estamos diante de uma visão de mundo.

Talvez essa visão de mundo não represente a população local. Talvez essa visão de mundo frustrasse quem espera encontrar uma Itália autêntica e desaponte quem esperava acompanhar ritos e festividades que valorizem o campo ou os alimentos tradicionais de onde se vive. Porém, essa frustração e sensação de que nossos ícones, símbolos, representações e festividades mais populares dizem muito sobre o que estamos nos tornando diz muito sobre os caminhos tomados.

É contraditório propor uma análise de festividades e indicações geográficas que não necessariamente representam Goiás ou as tradições culinárias históricas do povo goiano, mas, retomando os caminhos da modernização e da globalização, era previsível que esse caminho se materializasse nos espaços da RMG.

Não temos a pretensão de pensar que as festas representam de fato a síntese das culturas alimentares dos territórios. Aliás, nada teria esse poder. Não se sintetizam com facilidade os modos de vida, os significados de territórios e as paisagens de milhões de pessoas e suas complexas vivências. Porém, a forma como celebramos a vida e os alimentos que nos cercam neste momento diz muito do que somos e para onde estamos indo. A comida é importante demais para ser encarada apenas como uma refeição em abundância ou escassez.

Quando estamos em festa ou numa celebração, despertamos nosso lado humano, nosso lado social. Os outros animais não fazem festivais anuais. Os outros animais não modificam suas paisagens com seus símbolos. E, quando fortalecemos alguns territórios, criando estratégias de manter tradições, histórias e culturas para uma produção específica de alimentos, estamos também delimitando fronteiras, estabelecendo o que faz ou não parte daquele contexto.

O olhar para as indicações geográficas se justifica por ser uma forma de utilizar ferramentas coletivas de valorização de produtos tradicionais vinculados a determinados territórios. Trata-se de uma forma articulada de considerar a história, a memória e os significados de determinadas produções na tentativa de fazer uma distinção entre o que se produz em determinada localidade e o que se produz em

qualquer lugar do mundo. Isso significa que é possível fortalecer um território a partir de suas singularidades, a partir do que aquele conjunto e aqueles fatores (sociais ou naturais) podem representar para uma região. O trabalho coletivo é um caminho não sem contradições, mas é sim um caminho.

Listamos então estes três pontos: **I)** análise do festival gastronômico, com destaque para o número de participantes na Região Metropolitana de Goiânia, **II)** análise dos registros e legislações que versam sobre as tentativas de patrimonialização imaterial de alimentos, sobretudo os modos de fazer de culturas alimentares na RMG e **III)** Indicações Geográficas como estratégia para fortalecimento de territórios e produções para buscar compreender o que tem estruturado as tradições, os patrimônios e a espetacularização das culturas alimentares de Goiás e da RMG no contexto do Cerrado.

4.1 Festival Gastronômico de Nova Veneza

Trataremos do Festival Gastronômico de Nova Veneza (GO), que acontece desde 2003 no município de Nova Veneza, RMG. Por entender que o agrupamento de identidades italianas possui um valor histórico agregado muito significativo e com certo reconhecimento social, inclusive no contexto brasileiro, de algo que remete à “culinária de qualidade”, parte do grupo gestor do município resolveu exacerbar e até inventar uma “Itália” dentro de Nova Veneza para, como eles mesmos dizem, evitar que o município ficasse “esquecido” dentro da RMG. Aqui utilizamos a palavra inventar em sintonia com o que Hobsbawn e Ranger (2012) pontuam sobre a invenção das tradições.

O caso de Nova Veneza é bastante peculiar e merece atenção. Inventa-se uma tradição. Inventa-se uma “Itália”. Inventa-se um festival gastronômico que se torna o festival de alimentos com maior público na RMG e um dos maiores do estilo italiano no Brasil a partir de situações bastante questionáveis quando se observam os fins e os meios que levaram a cidade até a concepção do Festival. Existe na cidade um uso político e econômico de aspectos culturais vinculados à alimentação por meio da apropriação de elementos da cultura italiana por meio de resquícios da migração ocorrida no momento da “fundação” da cidade. Assim, o Festival gastronômico em

questão tem buscado “vender” a cidade como uma colônia italiana no Centro-Oeste brasileiro a partir de uma tentativa de mundialização, conforme Ortiz (1994).

Para essa compreensão, realizamos diálogos com autores que versam sobre território, cultura, alimentação e discussões sobre língua, história e sujeito. Realizamos trabalhos de campo específicos para Nova Veneza em momentos diferentes, antes e depois do Festival, por entendermos que as territorialidades se modificam bastante e que elementos distintos podem ser acessados a depender da época em que se visita a cidade.

Durante os trabalhos de campo, fizemos registros fotográficos, entrevistas semiestruturadas com turistas, a população local e organizadores do evento, visitamos duas edições do Festival, no ano de 2018 e em 2023. Nesse intervalo, o Festival precisou fazer uma pausa por conta da pandemia de Covid-19.

A interpretação de discursos (organizadores do festival gastronômico, trabalhadores das tendas, moradores e turistas) foi realizada tendo como horizonte de reflexão as propostas de Foucault (1996), almejando verificar relações de poder além do que foi dito, mas também pela rede de significados envolvidos em cada lugar de fala, atentando-se para elementos da paisagem que denunciavam significados além dos enunciados (ORLANDI, 2009).

As interpretações de Almeida (2013) serviram como base para refletir sobre as entrevistas e os registros fotográficos do festival em questão. Dialogamos, ainda, com as propostas metodológicas de Cosgrove (1998a, 1998b), Berque (1998) e Isnard (1982) acerca das leituras culturais em um universo de interpretação do caráter simbólico e crítico de paisagens e territórios.

4.2 O uso político das identidades culturais: RMG e as valorizações específicas

O caso de Nova Veneza nos lembra que as identidades valorizadas e capazes de serem utilizadas como produto na RMG não são quaisquer identidades, mas sim identidades específicas. O mercado possui seus alvos favoritos. Como discutimos em capítulos anteriores, a indústria da alimentação alicerçou um caminho com várias ações até que o gosto (inclusive em festas) de grande parte da população metropolitana fosse moldado a ritos específicos, muitas vezes em desconformidade com o que se tem da cultura local.

Essas estratégias culminam em uma espécie de “alfabetização” universal do paladar de diversas sociedades, promovendo aproximações com alguns cardápios e ingredientes e se afastando de outros. Esse universal não é, portanto, um padrão diverso, mas sim o que há de hegemônico no que se seleciona como universal. Nesse contexto, a “culinária italiana” possui destaque na memória coletiva de muitas sociedades e, mesmo quando não tratada com rigor e proximidade com ritos culinários europeus, consegue adesão, público e mercantilização de festivais.

Dessa forma, torna-se muito mais provável incorporar como festa na RMG uma dita culinária “italiana” do que uma festividade para algum alimento do Cerrado que não compõe a dieta de forma frequente porque, na construção social de culinárias com apelo social, cultural e de público, a Itália parece ter caminhado muito mais do que a comida goiana. Existem referências à comida italiana em uma série de filmes, séries, livros, paisagens turísticas, restaurantes tradicionais e clássicos, que foram construindo um território sólido e denso o suficiente para interferir e se projetar em cozinhas além de onde foram originalmente concebidas.

Este ponto precisa ser destacado: que tipo de festividade cada povo cultua? Por que celebrar primeiro o que é estrangeiro ao contexto local? A primeira Festa do Pequi da RMG ocorreu apenas em 2021⁴⁸ para um público bem restrito dentro do ambiente de produtores e consumidores da CEASA-GO. Já o Festival de Nova Veneza ocorre desde 2003 e o Festival *Bon Odori*, de cultura e comida japonesas, também acumula mais de vinte edições, iniciando-se por volta de 2002. Isso significa que as festas mais antigas de alimentos na RMG não são as festas dos alimentos tradicionais e nem as que fazem referência a elementos goianos.

É prudente demarcar que estamos nos referindo a festas apoiadas pelo Estado e por empresas privadas e que passam a compor o calendário de ritos da RMG. Não estamos considerando nesta análise os ritos pouco apoiados pelo Estado em políticas públicas com financiamento e que ainda resistem e se fazem presentes em reuniões familiares, associações, grupos folclóricos e festas populares nos interiores e em alguns lugares da RMG, tais como pamonhadas e Folia de Reis, como estudaram Teles (1986), Pessoa (2005), Signoreli (2010) e Ortêncio (2013).

⁴⁸ Disponível em: <https://www.ceasa.go.gov.br/o-ceasa/festa-do-pequi.html>. Acesso em: 9 jan. 2022.

A problematização exposta questiona o apelo a símbolos específicos na RMG de aspectos culturais capazes de serem espetacularizados, como afirma Debord (1997). Para o autor, o espetáculo é uma condição *sine qua non* para a existência e a reprodução das sociedades regidas pelo mercado. Então, entender festividades e cultos à alimentação em nossa sociedade espetacularizada, nesta pesquisa os espetáculos da alimentação na RMG, se torna um importante mote para compreender os caminhos e orientações de tal sociedade.

Os aspectos culturais mais bem incorporados por ações estatais ou por empresas privadas são aqueles capazes de serem mercantilizados. Dessa forma, ainda que se coloque no plano dos discursos que não existe “cultura superior e inferior”, as práticas dizem o contrário: não é todo tipo de cultura ou todo tipo de prática alimentar que serão amplamente aceitos ou que serão passíveis de serem comercializados ou transformados em produto turístico. Conforme pondera Almeida (2006), qualquer lugar é passível de ser produzido para o turismo, desde que haja investimentos, interesses e políticas específicas para esse fim.

Essa produção para o turismo nem sempre é realizada de forma a proporcionar uma valorização ou um intercâmbio entre culturas, ainda segundo Almeida (2003). Observa-se com muita frequência que apenas determinados traços identitários ou culturais, em determinado tempo e espaço, são convenientes à ordem local ou passíveis de serem aproveitados sob a ótica mercadológica da modernidade ou da globalização, como salienta Rodrigues (2001). Eles possuem destaque quando são utilizados para evocar uma nostalgia ou uma vontade de ser igual a quem aparentemente tem, ou parece ter, poder.

Esse vínculo entre festividades e expressões de poder político já foi evidenciado em outros estudos, como o de Oliveira e Calvente (2012) quando as autoras discutiram as múltiplas funções das festas no espaço geográfico. Por sua vez, as reflexões sobre poder aqui citadas dialogam com as evidenciadas por Prado Filho e Trisotto (2008) quando abordam o corpo, os sujeitos e as lógicas de subjetividade e normalização para dominação atuais.

No caso observado em Nova Veneza, as tentativas locais de resistência ao festival tendem a ser incorporadas pelo próprio Festival, seja por ações dos gestores ou pela seletividade da história da cidade que é ou não importante de se deixar

“emergir” para auxiliar na sustentação do Festival, ou seja: se o traço histórico faz parte de uma possível Itália, ele merece ser evidenciado; se o traço cultural se afasta dessa identidade italiana almejada e invocada, é colocado em segundo plano, como será melhor explicado a seguir.

4.3 Rupturas e seletividades: discurso e alterações nas paisagens impulsionadas pelo Festival Gastronômico de Nova Veneza

Foucault (2000) pontua que existem várias maneiras de escrever uma história. Cada maneira reserva e transforma elementos centrais a partir de suas intencionalidades, ao se colocar foco no que emerge e no que é ignorado para um povo, uma cidade ou uma instituição. A partir dessa possibilidade elucidada por Foucault, buscaremos refletir acerca do que chamamos de rupturas e seletividade em Nova Veneza (GO).

Rupturas, pois, ao refletir sobre a história da cidade na busca por uma “origem italiana”, os traços culturais vinculados à história da cidade que são valorizados são os que auxiliam na construção de uma legitimidade da cidade enquanto “braço da cultura europeia”, mas elementos da cultura goiana ou brasileira nem sempre recebem o mesmo destaque, uma vez que não se “somariam” ao que o Festival pretende ser.

Outra questão problemática decorre do fato de que a identificação do que é ou não “italiano” está muito relacionada com as famílias locais que estão no poder desde o processo de emancipação e fundação da cidade – como pode ser visto no registro oficial do IBGE Cidades com registros de 1924, cujos sobrenomes ligados à doação de fazendas para instalação de povoados e futuras cidades ainda estão presentes em pastas importantes da administração da cidade em 2018.

Em relatos de trabalhos de campo, notamos que, dos atuais habitantes de Nova Veneza, a maior parte da população não possui sobrenomes e não se reconhecem a partir de uma matriz italiana, muitos, inclusive, veem o festival gastronômico com certo afastamento, como se ele fosse muito mais uma escolha de quem está no poder do que um traço legítimo da cultura da cidade.

Os principais espaços de alimentação utilizados no cotidiano, bem como a percepção dos habitantes de Nova Veneza sobre o Festival, apontam que os hábitos

e culturas alimentares do cotidiano vinculam-se quase que exclusivamente ao modo goiano ou aos padrões brasileiros de alimentação.

Quando se observam as paisagens da cidade, notamos que os principais restaurantes são muito parecidos com o que se encontra em cidades de porte semelhante em Goiás ou mesmo na RMG, com restaurantes goianos, bares com petiscos que se popularizaram no paladar goiano, com batatas fritas, peixes fritos, disco de carne moída e comida por quilo com arroz, feijão, bife acebolado e saladas simples com tomate e alface, conforme Quadro .

Quadro 7 - Principais restaurantes fixos na cidade de Nova Veneza - Goiás

Principais restaurantes de Nova Veneza	Cardápio
Restaurante Frutos da Terra	Cozinha regional goiana e comida “da roça”
Restaurante Cristal	Churrasco, comida regional goiana
Antonella Bar e Restaurante	Petiscos, comida goiana e comida brasileira
Pamonharia Cantinho do milho	Comida regional
Esquinão Lanches	Sanduíches
Israel Sanduicheria Pit Dog	Sanduíches
Rarika Pizzaria e Jantinha	Sanduíches
Empório Casa Nostra	Sandwiches, cafés e panificados
Daora Sanduicheria	Sanduíches
Taz Mania Sanduicheria	Sanduíches
Gelateria Veneza	Sorvetes
Art's & Sabor	Comida regional goiana e comida brasileira
Texas Burguer Hamburgueria Sanduicheria	Sanduíches
American Dog	Cachorro-quente “gourmet”
Pit Stop Sanduicheira	Sanduíches
Mr Dog Hot-Dog Gourmet	Cachorro-quente “gourmet”
Isca Gourmet	Petiscos, comida de boteco brasileira

Fonte: Google Earth validado por trabalho de campo (2018, 2023).

Os restaurantes mais populares e frequentados pela população comum do município servem comida baseados em costumes da culinária goiana, às vezes rememorando o campo e o espaço rural, e outras vezes reproduzindo padrões da indústria alimentar ou de alimentos inseridos a partir da intensificação do processo de globalização, como ficou evidenciado pelo Quadro . Isso é algo não muito diferente do que ocorre em várias cidades interioranas e até mesmo em pontos específicos da capital. É comum haver sanduíches tipo “*pit dog*” ou tipo “*gourmet*”, traço marcante na comida de rua goianiense, assim como o cachorro-quente.

O que menos se identifica na paisagem são estabelecimentos de alimentação batizados como de comida italiana fora do festival gastronômico. As raras exceções são os sorvetes ou restaurantes pontuais com macarrão e massas, mais “abrasileirados” do que outra coisa, o que também ocorre em outras cidades de Goiás e da RMG.

Já no Festival Gastronômico, dois fatos significativos que ocorreram em várias edições, com demandas recorrentes da população local: **a)** tentar incorporar duplas sertanejas dentro da programação cultural e **b)** tentar adicionar comida “goiana” ou sobremesas brasileiras nas tendas de alimentos durante o Festival. Desde a primeira edição, essas demandas acabaram sendo flexibilizadas para que a população se sentisse parte do espetáculo construído muitas vezes com medidas verticais.

Chama atenção a versão de “macarrão carbonara” do Festival Gastronômico (Figura 50). A receita tradicional, que levaria guanciale ou bacon, ovos e parmesão, em Nova Veneza, além do “molho branco”, o público também é convidado a “incrementar” o carbonara do Festival com molho de tomate, molho à bolonhesa, geralmente feitos a partir de molhos prontos dos patrocinadores do evento no ano, além de manjerição, queijo ralado e azeite. Independentemente da massa base: carbonara, lasanha ou bolonhesa, os recheios fartos são indicados como “opção” para acompanhar qualquer prato do evento, principalmente nas tendas dos principais organizadores.

Com esse ato, o festival abre mão de qualquer pesquisa ou referência ao que seriam receitas tradicionais para tentar agradar o paladar do público, ora conseguindo e ora deixando as pessoas em dúvidas sobre a real proposta do evento. O vinho mais encontrado no festival, que também é de uma empresa patrocinadora, é o vinho

“doce”, diferente do que se esperaria em um evento que pretende se aproximar da Itália.

Figura 50 - Lasanha (esquerda) e “Carbonara” (direita) servidos no Festival Gastronômico de Nova Veneza (GO) em 2023



Fonte: Trabalho de campo (2023).

A descrição em tom crítico de como a culinária italiana é ofertada no Festival, com certa estranheza para quem espera uma pesquisa histórica ou vínculos mais específicos com a cultura italiana, não pretende apontar um jeito “certo” de comer ou um jeito “ideal” para representar a culinária italiana em um festival turístico, político e mercadológico. Não é objetivo também apontar que o Festival não é “legítimo” ou outros adjetivos cabíveis para a frágil alegoria que se monta em um dos festivais com maior público dentre os festivais italianos no Brasil, que, inclusive, já foi percebido pela Embaixada da Itália no Brasil e tem se consolidado.

O que se observa é que, aparentemente, uma “ideia” apropriada, impulsionada e comercializada dentro de um contexto convidativo de uma “Itália imaginada”, com símbolos bastante presentes na memória coletiva, pode reinventar receitas e propor uma mistura de cardápios, referências e alimentos industriais que, ainda assim, terá um público expressivo de apreciadores.

Isso nos faz deduzir que um festival com pesquisa, investimentos e orientações semelhantes que se propôs a ser de comida “nigeriana”, “boliviana”, “croata” ou de outros países cujo repertório cultural é menos conhecido pelo público da RMG, independentemente de se dedicar mais ou menos à pesquisa e reprodução de tradições, teria menos sucesso de público.

Por outro lado, o imaginário coletivo de “macarrão”, “lasanha” ou ícones que aproximam a Itália de referências da cozinha é tão forte nas construções culturais da população brasileira e goiana que, ainda que se utilizem bases prontas de molhos ou se reconstruam receitas tradicionais, colocando-as ao lado de bebidas e sobremesas pouco usuais na cozinha italiana, o público geral do evento tem uma tendência a aderir às massas nesse entretenimento. O que está à venda na verdade é um imaginário de Itália, seja ele autêntico ou não, seja ele fiel ou não a qualquer tradição.

A territorialidade do Festival funciona da seguinte forma: as principais tendas, que ficam melhor localizadas e são “autorizadas” a vender massas, são vinculadas à Associação que organiza o festival e a centralidades políticas relevantes no ano em que a festa ocorre. A população com menos acesso às estruturas de poder e de financiamento geralmente ocupam espaços periféricos do Festival e, também, é orientada à oferta de outros alimentos diferentes das massas. Os mais comuns são sorvetes, crepes, pipoca *gourmet*, bolo de pote, chocolate com morango, panquecas e doces em geral. Na entrada do evento, localizam-se barracas de churros, cocada, maçã do amor (pois o evento acontece próximo a festividades juninas), algodão-doce e afins, ao passo que a “Itália” procurada faz muito mais parte do discurso.

Nesse sentido, a organização do evento atinge um dos seus objetivos, que é utilizar as histórias e narrativas de fundação da cidade com migrantes italianos, capitalizando-as em um festival gastronômico que, aliado a forças políticas locais e regionais, tem conseguido mudar as paisagens e as construções da cidade para reforçar essa ideia.

Ainda considerando as entrevistas realizadas em campo, os moradores mais antigos da cidade chegaram a apontar o festival como algo “para quem é de fora”, enquanto as festas religiosas católicas, que também acontecem em outras cidades de Goiás, são tomadas como algo “para quem é de Nova Veneza”.

Figura 51 - Símbolos de Nova Veneza durante o Festival Gastronômico



Fonte: Trabalho de campo realizado em Nova Veneza durante o Festival (2018, 2023).

A partir desse discurso endossado anualmente, se aglomeram na cidade e no seu entorno vários patrocinadores, que vão do setor imobiliário – com a criação de condomínios fechados com nomes italianos – até mudanças estruturais na paisagem; as mais significativas são o portal de entrada e a praça principal, que recebe monumentos em referência à Itália, conforme Figura 51.

Com a justificativa do sucesso de público, ainda que parte considerável da população se veja “fora da festa”, com a intensificação da mercantilização do Festival, foi possível construir um centro cultural para contar a história das famílias que estiveram em posições de poder e destaque em momentos essenciais da construção do Festival e dos marcos históricos e culturais da cidade.

Figura 52 - Alterações nas paisagens de Nova Veneza impulsionadas pelo Festival Gastronômico (2018-2023)



Fonte: Trabalho de campo (2018 e 2023).

No momento da inauguração do Instituto Cultural Ítalo-Brasileiro Oswaldo Stival & Edith (última imagem, canto esquerdo da Figura 52), os organizadores do festival e família política do município concederam uma entrevista ao jornal *Diário de Goiás*, com trecho bastante simbólico acerca da construção de identidades e da sociedade do espetáculo que pontuamos:

O edifício foi concebido para ser um atrativo turístico permanente não só pela cenografia italiana, mas também por um exclusivo e inédito show de luzes e músicas italianas, que estão previstos acontecerem semanalmente às sextas, sábados e domingos. Nos inspiramos nos espetáculos dos parques da Disney e no Show das Águas que acontece no *Hotel Bellagio* em Las Vegas [...]

Para esta estrutura luminotécnica e de sonorização foram investidos mais de um milhão de reais [...] o sistema conta com mais de 1000 metros de fitas de *led* em toda a estrutura, além de dezenas de ribaltas de luz que proporcionam mais de 100 combinações de cores diferentes aliados a equipamentos de última geração. Todas as janelas e a fachada vão mudar de cor e acompanhando as **músicas italianas**, que serão reproduzidas em alto e bom som [...]

(DIÁRIO DE GOIÁS, 2022, on-line⁴⁹, grifos nossos).

Esse trecho com os grifos da entrevista fornecida à imprensa local no momento de inauguração do novo monumento da cidade pode ser interpretado a partir de diversas camadas. Os custos (para uma cidade com cerca de 10 mil habitantes), o tipo de arquitetura e seus significados, a inspiração na Disney e em Las Vegas e a tentativa de aproximação com a Itália revelam muito do impacto da globalização não apenas nos territórios e espaços de alimentação, mas também nas mentalidades e nos discursos de quem possui maior poder de decisão sobre os territórios. O objetivo não é fortalecer o que dialoga com os símbolos e histórias locais, mas sim inventar uma tradição.

Ainda que o idioma italiano esteja longe de se tornar um idioma oficial do município, no painel junto ao monumento de entrada e saída da cidade, se encontram os dizeres “*Bevenuti a Nova Veneza*” e “*Boun Viaggio*” (Figura 52), que, juntamente com os padrões arquitetônicos propostos, são estratégias de alterar a paisagem da cidade com ares de “colônia de italianos” ou inspiradas em cidades não brasileiras.

⁴⁹ Reportagem disponível em: <https://encurtador.com.br/SHNOQ>. Acesso em: 6 mar. 2023.

Mesmo que os monumentos inaugurados dialoguem mais com cidades do Sul do Brasil ou com o que se espera ser um padrão europeu de arquitetura, a existência ou emergência deles visa que sejam imponentes para turistas ou para a própria população local, o que, por sua vez, auxilia na tentativa de estabelecimento de relações de poder entre gestores e comunidades locais, compondo, assim, o poder analisado, conforme salientou Foucault (1995), ou seja, um conjunto de ações sobre ações possíveis e que opera sobre o campo de possibilidades em que se inscreve o comportamento dos sujeitos ativos. Ainda de acordo com o autor, o poder

[...] incita, induz, desvia, facilita, ou torna mais difícil, amplia ou limita, torna mais ou menos provável; no limite, ele coage ou impede absolutamente, mas é sempre uma maneira de agir sobre um ou vários sujeitos ativos, e o quanto eles agem ou são suscetíveis de agir. Uma ação sobre ações. (FOUCAULT, 1995, p. 243).

Apesar das contradições observadas, nota-se que o Festival tem se tornado um importante elemento de visibilidade da cidade no cenário regional e que os gestores almejam uma projeção nacional, pois, quanto maior essa visibilidade e a ampliação de turistas e do público frequentador, maior são as possibilidades de efetivação de patrocínios e de visibilidade política local-regional.

De acordo com os gestores da cidade, a criação do Festival tinha inicialmente o intuito de “não deixar Nova Veneza sumir ou ser apenas mais uma das cidades engolidas pela capital”⁵⁰. Conforme antecipou Santos (1994), a mundialização pode ser lida a partir da concentração e centralização da economia e do poder político, da cultura de massa, da cientifização da burocracia, da centralização agravada das decisões e da informação.

O poder político mencionado por Santos (1994) fez com que os gestores públicos entendessem o Festival também como uma possibilidade de ampliar o poder da cidade e de seus políticos na RMG devido à atenção capturada. Segundo os organizadores, em 2003, ano de realização da primeira edição, estima-se que a cidade recebeu cerca de 30 mil visitantes. Em 2023, a prefeitura da cidade anunciou um novo recorde de público, informando ter recebido 130 mil visitantes. Nesses

⁵⁰ Entrevista 3, realizada com um secretário municipal em exercício na cidade durante trabalho de campo (junho, 2018).

mesmos anos, a população do município estimada pelo Instituto Mauro Borges (IMB) e pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) era de 6.849 habitantes e de 10.018, respectivamente.

Com essa resposta em termos de “público”, tanto os gestores do município e do estado de Goiás quanto os pequenos e grandes empreendedores do mercado, sobretudo ligados ao turismo, ao lazer, a bares e restaurantes, começaram a focar na cidade e no Festival enquanto possibilidade de reprodução do capital e do estabelecimento de novas relações de poder. Para isso, seria necessário haver um levantamento e o fortalecimento de uma cultura italiana quase esquecida na cidade.

O que ocorre em Nova Veneza não é um fato isolado. A “invenção de tradições” para mercantilização já foi alvo de estudos de Hobsbawn e Ranger (2012), quando esses autores afirmaram que por “tradição inventada” se entende um conjunto de práticas; a invenção de tradições normalmente é regulada por regras tácita ou abertamente aceitas; os autores ponderam ainda que essas práticas podem ser de natureza ritual ou simbólica e que visam “inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente; uma continuidade em relação ao passado” (HOBSEBAWN; RANGER, 2012, p. 10).

O uso de aspectos culturais ligados ao exercício de poder foi ainda evidenciado nos estudos de Cosgrove quando o autor identificou que o estudo da cultura está intimamente ligado ao estudo do poder: “Um grupo dominante procurará impor sua experiência de mundo, suas próprias suposições tomadas como verdadeiras, como objetiva e válida cultura para todas as pessoas. O poder é expresso e mantido na reprodução da cultura” (1998b, p. 105).

De acordo com os materiais de divulgação do evento, na seção “patrocinadores”, em 2018 o Festival contou com apoio da Caixa Econômica Federal, do Banco do Brasil (Governo Federal), da TV Anhanguera, da Embaixada da Itália Brasília, entre outros. Os valores totais de patrocínios e o balanço contábil geralmente não são encontrados com facilidade nos sites oficiais, mas parecem ser bastante representativos, sobretudo quando se considera o tamanho do município.

Apesar de o evento ser cada vez mais patrocinado, muitos moradores reclamam do valor cobrado pelo aluguel das barracas quando comparados com outros eventos da cidade: “esse ano [2018] tem barraca com aluguel de R\$ 1.500 a R\$ 2.000

reais no Festival Gastronômico, esse valor é caro pra gente, na Festa de Nossa Senhora do Carmo a barraquinha vai de R\$ 50 a R\$ 100 reais”⁵¹.

Em entrevistas com comerciantes da cidade, foi relatada uma disputa territorial e culinária durante a venda de produtos italianos no Festival. Alguns comerciantes informaram que os gestores do evento tendem a direcionar e monopolizar a venda de massas. A comissão organizadora do Festival negou essa informação dizendo que apenas estimula a população local a diversificar os produtos vendidos para enriquecer o evento de opções e evitar concorrências internas.

Esse relato demonstra duas questões: o preço dos *stands* (barracas) durante o Festival é um dos impeditivos para que parte considerável da população participe do evento; e as festas religiosas católicas se firmam como elemento simbólico mais acessível financeiramente e mais representativos culturalmente para a população simples de Nova Veneza. Dessa forma, o Festival Gastronômico parece ser entretenimento para turistas da região metropolitana. Foi narrado ainda que alguns moradores locais preferem alugar suas casas e ir a outras cidades nos dias do Festival, uma vez que não estão habituados com a grande quantidade de pessoas transitando por uma cidade tão pequena.

Em outras entrevistas surgiram também relatos da dificuldade em verificar empiricamente alguma melhoria na cidade que foi realizada mesmo depois de quase duas décadas de evento. As principais contribuições apontadas são a geração de empregos informais durante o evento e o aquecimento no setor comercial e de hospedagens.

A agregação de valor econômico a elementos culturais ou a transformação das paisagens estiveram presentes na obra de Berque (1998, p. 239) quando o autor afirmou que a “paisagem é uma marca, pois expressa uma civilização, mas é também uma matriz, porque antecipa os esquemas de percepção, de concepção e de ação – ou seja, da cultura”. Mais adiante, o autor aborda ainda que a sociedade que produz ou transforma uma paisagem o faz seguindo alguma lógica, e, para compreender essa lógica, é preciso se atentar ao valor cultural dessas paisagens.

⁵¹ Entrevista 9: Aposentada, moradora de Nova Veneza. Trabalho de campo realizado em 2 de junho de 2018.

Finalizando esta análise a partir da perspectiva de invenção das tradições e de Festival Gastronômico espetacularizado, notamos que o evento do tipo gastronômico que possui um dos maiores públicos nesse segmento de evento na RMG, além de celebrar símbolos e representações estrangeiras, o faz de maneira particular e, muitas vezes, também reinventando o que chama de culinária italiana. Os alimentos locais são inseridos no Festival provocando certa fissura na proposta do evento, mas isso não parece provocar incômodo nos visitantes, que aceitam tanto a reinvenção da culinária italiana quanto o processo de espetacularização e descaracterização da maior parte do que é exibido.

Se as principais festividades de alimentos na RMG não possuem referências locais e se os itens apresentados são genéricos ou demonstram a força das tradições criadas pela indústria da alimentação “gourmet” ou de alimentos que poderiam ser vistos em qualquer outro espaço ou território, destoando de autenticidade, história e tradições, perguntamos: em que estão ancoradas as nossas matrizes? Se as festas não representam nossas histórias, se o espetáculo não dá sinais de que a cozinha goiana ainda existe e resiste, seria hora de olhar para o que as instituições oficiais estão buscando resguardar enquanto patrimônio?

4.4 O patrimônio alimentar na RMG

Como notamos, o Festival Gastronômico de Nova Veneza possui um dos maiores públicos frequentadores dentre os festivais gastronômicos com foco em algum tipo de culinária na RMG. Ainda assim, quando nos aproximamos de sua estrutura, verificamos que tanto ele quanto outros grandes festivais gastronômicos da RMG dialogam pouco ou quase nada com a cultura e a culinária locais.

Diante desse cenário, resolvemos partir para outras direções: verificar como estão organizadas e o que tem sido aprovado em termos de legislação sobre culturas alimentares e o seu processo de patrimonialização, prestando atenção em ações concretas que visam resguardar o patrimônio alimentar do povo goiano em instituições de memória ou no legislativo.

Parece oportuno esse tipo de aproximação, levando em consideração a forma como o Estado e as instituições modernas que lidam com a questão do patrimônio vinculado às culturas alimentares é um tema importante tanto para pensar no melhor

direcionamento de ações sociais e culturais do povo goiano quanto para identificar o que tem sido entendido como importante para as instituições que cuidam da história e da memória, bem como as leis que visam, de certa forma, planejar e salvaguardar algo para o futuro, ou seja, o que tem sido resguardado ou organizado enquanto culturas alimentares para as próximas gerações.

Quando buscamos identificar as instituições ou os programas que lidam em algum grau com as culturas e os patrimônios alimentares no Brasil e que também podem se fazer presentes na RMG, três tipos estruturas se destacam: Indicação Geográfica (IG), a patrimonialização de bens imateriais pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) e os Sistemas de Patrimônio Agrícola Globalmente Importantes (GIAHS)⁵², da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO).

Como neste capítulo pretendemos partir da “espetacularização” nas práticas alimentares (com os festivais gastronômicos) até a estruturação e organização de patrimônios alimentares, partimos da espetacularização e pretendemos alcançar o estudo de territórios ou produções alimentares que organizam, para a defesa de seus territórios, produções ou patrimônios alimentares. Por isso selecionamos também uma cooperativa que pretende conquistar uma Indicação Geográfica de Goiás em Bela Vista de Goiás, que seria a segunda do estado.

No campo dos patrimônios alimentares via Iphan ou FAO, tivemos dificuldades de selecionar exemplos em Goiás ou na RMG, pois os bens já inventariados e reconhecidos não se localizam em território goiano. Até o momento, o Iphan reconhece: 1) Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas (Minas Gerais), 2) Ofício das Baianas de Acarajé (Bahia), 3) Sistema Agrícola Tradicional do Rio Negro (Amazonas), 4) Produção Tradicional e Práticas Socioculturais Associadas à Cajuína (Piauí), 5) Sistema Agrícola Tradicional de Comunidades Quilombolas do Vale do Ribeira (São Paulo) e 6) Tradições Doceiras da Região de Pelotas e Antiga Pelotas (Rio Grande do Sul) (IPHAN, 2023). Por isso tivemos de adaptar nossa metodologia para o que tem sido defendido pelo legislativo municipal ou estadual, entendendo essa

⁵² Tradução da sigla em inglês GUAHS: Globally Important Agricultural Heritage Systems.

etapa como um importante movimento institucional para que se chegue à defesa oficial de culturas e bens imateriais vinculados à alimentação.

Gostaríamos de ter a oportunidade de analisar uma GIAHS em território goiano, porém esse tipo de patrimônio e defesa de territórios é relativamente novo e também não possui exemplos em Goiás. No Brasil, apenas um território com esse tipo de proteção foi reconhecido e se localiza em Minas Gerais – trata-se do Sistema Agrícola Tradicional na Serra do Espinhaço Meridional, e não é um patrimônio agrícola comestível, mas sim as “sempre-vivas”.

De acordo com a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), os Sistemas de Patrimônio Agrícola Globalmente Importantes (GIAHS) representam apenas paisagens com patrimônios visualmente interessantes ou que podem ser entendidos como elementos capazes de serem preservados e resguardados para futuras gerações. Em outra abordagem, as GIAHS são “práticas agrícolas que criam meios de subsistência em áreas rurais, combinando biodiversidade, ecossistemas resilientes, tradição e inovação de uma maneira única” (FAO, on-line).

Desde 2005, a FAO designou 74 sistemas em 24 países como patrimônio agrícola e, recentemente, outras 15 novas propostas de sete países diferentes foram recebidas e, quando aprovadas, constarão no site oficial da instituição. Cada novo território que se organiza enquanto GIAHS é também uma forma de aprender um pouco mais sobre formas de lidar com a agricultura e seus densos processos evolutivos, culturais, biofísicos e sociais. Mas, como ainda não chegamos a esse tipo de diálogo institucional e político de alguma rede de produtores de Goiás com a FAO, abordaremos na sequência as legislações já aprovadas sobre patrimônios alimentares, o que tem sido defendido pela legislação até chegar aos casos concretos mapeados na RMG.

Quando imaginamos a tarefa de listar e compreender os patrimônios alimentares ou os territórios que caminham para se fortalecer enquanto indicação geográfica na RMG, tínhamos a expectativa de encontrar várias frentes de valorização e fortalecimento de culturas alimentares e produções agrícolas em Goiás e na RMG. Porém, a busca frustrou essa expectativa, pois poucos são os casos concretos e palpáveis de cooperativas ou grupos agrícolas organizados e que buscam fortalecer

produções diversas, relacionadas com o bioma e com a capacidade de se diferenciarem frente às constantes tentativas de padronização da globalização. Como mencionamos no início desta pesquisa, não por falta de vontade, mas por falta de incentivo desde a base dos processos de investimento em agricultura.

O que pensamos ser um caminho longo com vários alimentos produzidos territorialmente com estrutura, incentivos e capacidade de se tornarem indicações geográficas se tornou um universo bastante limitado de possibilidades. Não adiantou estarmos diante da imensidão que é o bioma Cerrado porque são raras as produções de frutos do Cerrado com adesão comercial, cultural e social.

Talvez o exemplo prático mais fortalecido e que extrapola as fronteiras goianas sejam os picolés ou polpas de frutas de algo do Cerrado. E, ainda assim, quando analisados de perto, na maioria das vezes colocam frutos do Cerrado ao lado de sabores industriais mais aceitos pelo grande público, tais como chocolate, morango, flocos, “ninho” e demais sabores já conhecidos e direcionados pela indústria de alimentos. Os sabores já conhecidos pelas grandes marcas da indústria da alimentação muitas vezes são lidos por crianças, jovens e adultos como o “padrão” e os frutos do Bioma local como “exóticos” ao paladar.

O fato de os frutos do Cerrado estarem no imaginário social como “exóticos” diz muito sobre esse processo que estamos discutindo ao longo dos capítulos. O campo semântico e as identidades vinculadas ao Cerrado também estão em disputa na contemporaneidade, conforme apontou Chaveiro (2008) ao analisar os sentidos culturais e as práticas sociais em torno do Cerrado. De forma paradoxal, ao mesmo tempo que ocorre um enriquecimento da palavra Cerrado, existe uma ampliação da destruição do bioma (CASTILHO; CHAVEIRO, 2010).

Um dos critérios que utilizamos para a seleção dos patrimônios alimentares a serem analisados na RMG foi o fato de as receitas culinárias ou os ingredientes participarem ativamente do cotidiano e, principalmente, estarem em espaços de sociabilidade. O alimento estar presente em um espaço de sociabilidade é um elemento importante porque as refeições, quando saem dos ambientes privados e tomam os espaços públicos, passam a compor a cultura dos povos de maneira mais forte e expressiva. Estamos querendo afirmar que comer milho em casa é um hábito. Transformá-lo em pamonha coletivamente é um rito e, portanto, com forte

expressividade junto às representações, às identidades e à cultura, conforme estudaram Menezes e Almeida (2021).

Várias festividades populares e seus ritos com os alimentos são chaves interpretativas importantes para acessar o povo sertanejo e também a população urbana ou metropolitana. Em Goiás, temos muitas festas populares em torno do feijão tropeiro, o churrasco, a galinhada com pequi, a pamonha, o empadão goiano e tantos outros pratos que fazem parte de nossa cultura alimentar, como apontado por Ortêncio (2013). Porém, infelizmente, os pratos típicos mais presentes em festas populares no campo das cidades não passaram por processos de organização legal ou patrimonial, seja na capital Goiânia ou mesmo no estado de Goiás.

Sabemos que a simples aprovação de uma legislação específica ou o fato de se tornar patrimônio ou estar em espaços de destaque da memória como museus ou livros não garantem, por si sós, que tais culturas alimentares estão preservadas para um futuro. Por isso várias frentes de trabalho são necessárias para que se defenda uma cultura alimentar. Conforme alerta Peixoto (2004), o patrimônio não corresponde necessariamente à versão mais essencialista de uma identidade. O autor destaca ainda que diversos elementos significativos da vida cotidiana não estão, muitas vezes, protegidos pela logística de conservação que define o espírito da indústria do patrimônio.

Quando observamos o espaço público, entramos em novos entraves. Quando se pergunta que tipo de alimento está mais presente em toda a RMG e com destaque em espaços de sociabilidade no cotidiano, essa pergunta, para além de pensar no patrimônio institucional, nos leva a olhar para as feiras, os mercados populares e os alimentos comercializados em praças públicas. Apesar de a feira ser uma centralidade, ela também possui outras funções, e o ato de se alimentar na própria feira chega a ser secundário entre suas várias possibilidades. O mesmo ocorre com os mercados populares de Goiânia. Existem barracas vendendo alimentos, e também restaurantes, mas em sua estrutura atual esse espaço não tem sido buscado pela população com a principal finalidade de se alimentar.

O Mercado Central de Goiânia, Rua 3, centro de Goiânia, ou o Mercado Popular da Rua 74 (Centro Cultural Mercado Popular da Rua 74 Marília Mendonça) também poderiam ser espaços culturais mais interessantes do que realmente são atualmente,

diferentemente de outras capitais do país, onde o mercado popular é sinônimo de um encontro com culturas alimentares e com a história das cidades e do povo. Já os mercados de Goiânia têm sido, lentamente, deixados de lado por administrações públicas municipais ao longo das últimas décadas e correm o risco de também serem “engolidos” pela modernidade.

Essa constatação também tem sido feita por associações de produtores de alimentos e de comerciantes de bares e restaurantes de Goiânia e região metropolitana, como ficou evidenciado em diálogos e entrevistas durante a pesquisa.

O Mercado Central de Goiano precisa melhorar muito. É vergonhoso quando comparamos com outros do Brasil. E Goiânia podia fazer mais, podia fazer melhor. Os produtos e produtores estão sumindo e não existe quase nenhum incentivo do Estado para que eles retornem. Não existem editais nem para apoiar os que já estão lá e nem para convocar novos empreendedores para fortalecer a rede de restaurantes populares do local. Sem muitos atrativos as pessoas vão sumindo do Mercado ou vão lá para outras finalidades. (E28⁵³, Presidente da ABRASEL – GO, em 2021).

O fortalecimento de espaços como os Mercados Populares deveria constar em projetos de fortalecimento do espaço público e, mais do que estarem presentes em projetos, deveriam ser de fato efetivados, pois um Mercado Popular não é apenas um espaço comercial como qualquer outro. Se bem estruturados e organizados, podem dialogar com as memórias das cidades, podem criar pontes entre gerações. Mas, em Goiânia, lamentavelmente, esse também não parece ser um espaço público que caminha para ser melhorado ou ganhar fortalecimento para que consiga se tornar um ponto de referência cultural ou histórica.

Como mencionamos anteriormente, tivemos de recorrer a um festival italiano quando identificamos e analisamos as festividades mais populares da RMG que possuem o alimento como centralidade. Outra vez, quando formos analisar os patrimônios culturais vinculados aos alimentos, também perceberemos peculiaridades ao observar as principais legislações em curso e já aprovadas que versam sobre os patrimônios alimentares na RMG e em Goiás. Isso porque as principais já aprovadas

⁵³ Entrevista com o Presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes – ABRASEL (GO).

não versam necessariamente sobre alimentos, culinária ou modos de fazer relacionados à cultura goiana.

No Senado Federal, destaca-se o seguinte reconhecimento legal de patrimônios vinculados a alguma cultura alimentar:

- **Projeto de Lei nº 862/2021 (Senado Federal):**
 - Art. 1º Fica declarado como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil, o pequi, fruto do pequizeiro, típico da culinária, da cultura, das formas de expressão e do modo de viver dos Estados de Goiás e Tocantins. (BRASIL, 2021).

Esse Projeto de Lei foi importante porque reconhece um fruto do Cerrado muito importante para a culinária e a cultura alimentar de Goiás como um patrimônio cultural de Goiás e de Tocantins no campo dos patrimônios imateriais, ou seja, entendendo o fruto mais do que algo material, mas sim com dimensões simbólicas.

Apesar da importância ímpar e da batalha judicial que foi travada por três estados, Minas Gerais, Goiás e Tocantins, todos buscando atrelar o pequi às suas identidades culturais, notamos que, nas paisagens e nos estabelecimentos de alimentação na RMG, o pequi possui seu lugar nas tradições, na culinária, mas não chega a mobilizar estabelecimentos específicos para se comer pequi ou seus derivados, não há produtores e associações com adesão política e social capazes de capitalizar sua influência para espaços de sociabilidade tão expressivos quanto outras culturas alimentares de Goiás.

Ainda em Goiás, um Projeto de Lei para reconhecer o empadão goiano como patrimônio cultural e imaterial está em fase bem avançada; foi aprovado em segunda discussão e votação em 15 de junho de 2023 e caminha para sua finalização.

- **Projeto de Lei nº 226/2023 (Assembleia Legislativa de Goiás)**
 - Art. 1º A gastronomia e cultura do Empadão Goiano, produzido na região do município de Cidade de Goiás (GO) fica declarada como patrimônio cultural e imaterial goiano.
 - Art. 2º O órgão público estadual competente procederá à devida inscrição do bem descrito no art. 1º no respectivo Livro de Registro do

Patrimônio Imaterial do Estado de Goiás (ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE GOIÁS, 2023).

Apesar de esse Projeto de Lei não versar sobre um município da RMG, mas sim da cidade de Goiás devido à relevância de tal culinária, e sabendo que ela também se faz presente na RMG, entendemos como relevante sua citação. A defesa do Projeto de Lei menciona que a receita surgiu há mais ou menos 150 anos na cidade de Goiás.

Trata-se de um dos projetos de lei com mais detalhes dentre os que defendem patrimônios alimentares, citando, inclusive, ingredientes da receita tradicional e suas derivações:

Sua versão mais tradicional leva frango, carne e linguiça suína, azeitona, palmito, queijo, molho de tomate, miolo de pão e até ovo cozinho, que no caso do ovo o consumo era imediato. Mas no decorrer dos anos e de forma opcional, ingredientes típicos da culinária goiana foram adicionados, como pequi e a guariroba. (ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE GOIÁS, PL nº 226/2023).

O Projeto de Lei menciona ainda que na capital Goiânia é possível encontrar vários estabelecimentos que vendem o empadão goiano. Reafirmamos novamente a relevância de mais essa cultura alimentar desse povo, mas também reconhecemos que, ao transitar por bairros de periferias ou das centralidades, ao percorrer os 21 municípios da RMG, não é possível identificar que o empadão goiano tem tanto protagonismo enquanto comida capaz de promover a estruturação de estabelecimentos de alimentação com adesão popular. Em alguns municípios da RMG, por exemplo, não existem estabelecimentos específicos ou que promovem com protagonismo o tradicional prato da culinária goiana.

Ainda no âmbito da Assembleia Legislativa foi aprovado recentemente uma lei sobre a pamonha:

- **Projeto de 21.729, de 20 de dezembro de 2022 (Assembleia Legislativa de Goiás)**

Art. 1º A gastronomia e a cultura da pamonha goiana ficam declaradas como patrimônio cultural imaterial goiano.

A legislação é bastante sucinta e apenas menciona o reconhecimento da pamonha como patrimônio cultural imaterial goiano, sem desdobramentos ou articulações que sinalizem um fortalecimento dessa cultura culinária no estado.

No que se refere às Leis sobre patrimônio alimentar em Goiânia já aprovadas temos os seguintes destaques:

- **Lei nº 10.254/2018:**

- Art. 1º Fica estabelecido, no âmbito do Município de Goiânia, o Marco Referencial da Gastronomia como Cultura, com a finalidade de dar visibilidade e fortalecer os modos de vida e as práticas alimentares das populações tradicionais, os saberes, enraizados no cotidiano, as atividades produtivas, comerciais, culturais, educacionais e artísticas, que decorrem da relação com a comida, a sociedade e o território (CÂMARA MUNICIPAL DE GOIÂNIA, 2018).

A Lei nº 10.254/2018 pode ser reconhecida como um dos principais marcos legais do reconhecimento da importância da gastronomia e da culinária enquanto parte da cultura. É prudente ressaltar ainda que na Lei são citadas práticas alimentares das populações tradicionais, dos saberes e até a possibilidade de ampliar a visibilidade de projetos de educação sobre o tema. Por ser do ano de 2018, a Lei antecede todos os outros dispositivos que citaremos aqui.

Mais tarde, ainda nessa linha de valorização da cultura goiana e dos alimentos tradicionais do povo goiano, foi aprovada outra lei, desta vez voltada à criação de um “selo” e de incentivos a redes de hotéis e demais hospedagens.

- **Lei nº 10.356/2019:**

- Dispõe sobre hotéis e estabelecimentos similares oferecerem café da manhã regional e dá outras providências.
- Os hotéis, pensões, motéis, flats ou similares, localizados no Município de Goiânia, que ofereçam serviço de hospedagem no qual o café da manhã (desjejum) esteja incluído no valor da diária, e optarem por disponibilizar, para seus hóspedes, o café da manhã (desjejum) regional, com comidas típicas de nosso Estado, sem prejuízo de outros tipos de

comidas oferecidas conjuntamente, receberão o Selo “Parceiro do Cerrado Goiano”, com o objetivo de distingui-los pela valorização da cultura regional (CÂMARA MUNICIPAL DE GOIÂNIA, 2019).

Um dos destaques desta Lei é a tipificação do que a legislação goiana entende como “comidas típicas regionais”, a saber:

Para efeitos desta Lei, consideram-se comidas típicas regionais: bolo de arroz, broa de milho e fubá, bolo de milho, canjica, mané pelado, brevidade, pastelinho de goiás, empadão goiano, bolo de fubá, pão de mandioca, requeijão, biscoito frito de doce e sal, biscoito de queijo, pão de queijo, geléias de frutos do cerrado, pamonha assada, pamonha frita, mini-pamonha, omelete de queijo, ao menos um suco de frutas do cerrado, sem prejuízo de outras comidas típicas regionais. (CÂMARA MUNICIPAL DE GOIÂNIA, Lei nº 10.356/2019, grifos nossos).

Novamente nota-se a importância desse tipo de ação, mas o selo mencionado na Lei de 2019, passados cerca de quatro anos, ainda não se tornou tão popular e sua influência é bastante restrita. Apesar do tamanho e da relevância em tentar melhorar o vínculo de culturas alimentares regionais em muitos estabelecimentos da rede de hotéis e outras opções de hospedagem na capital Goiânia, não se percebem uma mudança abrupta nos alimentos oferecidos e nem uma mudança nos padrões de sociabilidade das pessoas que visitam Goiânia.

Ainda que não tenha provocado tantas mudanças, o vínculo entre patrimônio alimentar e turismo cultural já foi reconhecido por autores como Bessière (1998) e Espeitx (2004), que reconhecem que buscar ações que promovam o fortalecimento de identidades locais por meio da comida é algo relevante e que ajuda a compor o imaginário, a memória e a noção que se tem dos destinos, das cidades e dos países. O patrimônio alimentar e as identidades culturais também estão presentes nas obras de Álvarez e Medina (2008), Katz (2009), Bitter e Bitar (2012), Collaço (2013) e Barbosa (2015).

Ainda nas legislações goianienses, é possível mencionar mais uma Lei:

- **Lei nº 10.862/2022 (Câmara Municipal de Goiânia):**

- Art. 1º Fica declarada como Patrimônio Cultural Imaterial a gastronomia e a cultura da denominada “jantinha” no município de Goiânia (CÂMARA MUNICIPAL DE GOIÂNIA, 2022).

Essa legislação reconhece uma prática alimentar bastante ampla e popular em Goiânia e outros municípios de Goiás. O prato típico denominado “jantinha” geralmente é composto por arroz branco, feijão tropeiro, mandioca, vinagrete e espetinho de sabores variados de queijo provolone ou queijo coalho até cortes bonitos e de aves.

Tal prato costuma ser comercializado em bares, restaurantes, feiras e diversos estabelecimentos informais em Goiânia e em Goiás, apesar de a Lei não ser muito clara e nem propositiva sobre seus caminhos ou a categorização de ingredientes, ou o histórico de construção, pois não menciona nada além do que destacamos no artigo 1º.

A “jantinha” não possui ingredientes do Cerrado em destaque, mas faz referência direta ao churrasco brasileiro e tem adesão bastante popular em todas as classes sociais. Portanto, acaba fazendo parte da memória vinculada à comida. Fazer parte da memória social é algo extremamente relevante para uma cultura alimentar que compõe a história das cidades e dos povos, conforme apontam Sutton (2001) e Holtzman (2006) e Amon e Menasche (2008) quando versam sobre a memória social e a comida.

Para finalizar esta seção que analisa as legislações que reconhecem algum alimento, prática alimentar ou mesmo culinária como traço da cultura dos povos e promovem ações de seu fortalecimento, citamos o caso dos Pit Dogs, que se trata de um patrimônio bastante peculiar e paradoxal. Como seria possível um sanduíche ser o patrimônio alimentar mais organizado institucionalmente do povo goiano?

4.5 Pit Dogs: um patrimônio alimentar controverso e potente

A origem da palavra *sandwich* (sanduíche) está na Inglaterra do século XVIII. Sandwich é o nome de um distrito na municipalidade de Kent. Apesar de a origem da

palavra e a forma de comer e rechear um pão não serem atribuídas a um só lugar, o marco inglês e estadunidense é bastante validado por outras culturas.

O processo de industrialização das sociedades também impulsionou comer um pão com recheio, variando em cada cultura e sociedade, como algo rápido para trabalhadores da indústria. Mas como isso veio parar na cultura goiana e goianiense defendido por Lei e organizado enquanto sindicato?

- **Lei nº 2.028/2020 (Assembleia Legislativa de Goiás):**

- Art. 1º - Fica decretado como Patrimônio Cultural Imaterial do Estado de Goiás a gastronomia e cultura do Pit Dogs, no Estado de Goiás (ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE GOIÁS, 2020).

O Projeto de Lei aprovado possui uma justificativa que defende uma etimologia e um marco histórico dos sanduíches e Pit Dogs na capital:

A terminologia “Pit Dogs” foi reivindicada como uma invenção goiana. Mas de onde surgiu o nome “Pit Dogs”? Alguns acham que tem a ver com “Hot Dog”, o cachorro quente americanizado considerado o irmão do sanduíche, outros apostam na similaridade com a expressão “Pit Stop”, parada presente em corridas automobilísticas. Na verdade, essa palavra é presente nos usos e costumes da população goianiense por gerações. “Pit dogs” é uma palavra formada em sua composição por justaposição. Pit vem da expressão “Pit stop”, palavra americana que significa parada, que remete às corridas automobilísticas. Em determinado período histórico da Capital ocorriam eventos automobilísticos frequentes e organizadores das corridas colocavam algumas barracas para venda de lanches durante estes eventos no autódromo, nos quais vendia sanduíches do tipo “Hot Dog” outra expressão de origem Americana. Consequentemente, começaram a denominar essas barracas de lanches de Pit Dogs, parada para comer um Hot Dog, e posteriormente, passou-se a denominar, de maneira geral, todas as lanchonetes que vendem sanduíches de todas as espécies, instaladas nos logradouros públicos do Estado. (ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE GOIÁS, Lei nº 2.028/2020, grifos nossos).

Esse destaque da justificativa da Lei é importante porque, mesmo reconhecendo vários elementos defendidos como “patrimônio cultural goiano”, é mencionado na legislação que os Pit Dogs teriam sido reivindicados como uma

invenção goiana. A defesa da Lei menciona ainda um conceito de cultura e os números desse tipo de estabelecimento.

Entende-se que direito a cultura de um povo, vai além da expressão artística, pois passa pela crença, folclore e culinária, entre outras manifestações locais. Em Goiânia, os tradicionais Pit Dogs funcionam há quase 50 anos em áreas pública como praças e avenidas. Hoje [2020], são um mil seiscentos e dois (1.602) Pit Dogs em Goiânia e mais de dois mil e quinhentos (2.500) no estado de Goiás, estabelecimentos registrados no Sindicato de Proprietários de Pit Dogs em Goiânia (SINDPITDOG). (ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE GOIÁS, Lei nº 2.028/2020, grifos nossos).

É mencionado na Lei também o fato de os estabelecimentos estarem na capital há quase 50 anos, uma parcela de tempo relevante quando se considera a fundação em 24 de outubro de 1933. Por fim, menciona as razões que justificariam os Pit Dogs enquanto um patrimônio cultural e gastronômico do estado de Goiás:

[...] são lugares totalmente democráticos, frequentados por todas as classes sociais; seus produtos são comercializados por um excelente custo, benefício; proporcionam um momento de lazer para as famílias, em pleno ar livre; durante décadas fazem parte dos usos e costumes da população, são comércios que estão há décadas no mesmo ponto e já se incorporaram à paisagem, aos hábitos dos goianienses. O Pit Dog faz parte de nossa constituição cultural. [...] Diante do exposto, solicitamos o apoio dos Nobres Pares na aprovação da presente proposição, ressaltando que o tombamento é a medida adequada e essencial para a preservação do bem tutelado. (CÂMARA MUNICIPAL DE GOIÂNIA, Lei nº 2.028/2020, grifos nossos).

Dentre as legislações que buscaram defender algum patrimônio alimentar em Goiás ou Goiânia, esta foi uma das que mais tiveram desdobramentos e articulações políticas. O presidente do SINDPITDOG conseguiu se tornar vice-presidente da Fecomércio Goiás (Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Goiás) e tem conseguido impulsionar social e politicamente a relevância desse tipo de comida para a cultura do estado, tentando justificar a cadeia de geração de empregos. A Lei menciona ainda a alteração da paisagem provocada pelos Pit Dogs.

Outro ponto interessante a ser observado é que a Lei aprovada em Goiânia acabou influenciando outros municípios da RMG, como é o caso do município de Aparecida de Goiânia, que aprovou o Projeto de Lei nº 026/2023, que declara a

gastronomia e a cultura dos Pit Dogs como patrimônio cultural e imaterial do município de Aparecida de Goiânia (CÂMARA MUNICIPAL DE APARECIDA DE GOIÂNIA, 2023).

Esse mesmo reconhecimento dos estabelecimentos estilo Pit Dogs, que já haviam sido aprovados em Goiânia e, de maneira bem abrangente, inclusive mencionando Pit Dogs de todo o estado de Goiás, ganhou reforço no município de Aparecida de Goiânia, que preferiu reforçar esse patrimônio por meio de uma Lei própria e particularizada.

Ao andar pelos 21 municípios da RMG, mesmo que não exista uma lei específica que declare o Pit Dog como um patrimônio ou um hábito marcante, notamos que tal estabelecimento se faz bastante presente em praças públicas em dias de semana ou em finais de semana. Esse tipo de estabelecimento é algo que faz parte das práticas cotidianas do povo goiano. O Pit Dog se torna então um exemplo de sociabilidade que atravessa classes sociais e até mesmo preferências políticas ou religiosas.

Existem muitas pessoas que vão das igrejas para os Pit Dogs, mas há também jovens que frequentam os mesmos espaços depois de festas. De tão recorrente, essa prática fez com que muitos dos Pit Dogs fiquem abertos até altas horas da madrugada. Mais cedo, o mesmo espaço também é frequentado por idosos junto com seus netos. Ou seja, esse espaço agrega pessoas de todas as configurações familiares e prismas ideológicos. Por isso entendemos que esse espaço seja um marcador importante no espaço público, sendo também algo a ser considerado.

De acordo com Gomes (2012), durante o processo de ocupação do espaço público, a isonomia é um valor central. Desde a modernidade, essa ideia de público não cessa de se alargar e de tomar um sentido mais e mais universal. Nesse contexto, os Pit Dogs, especialmente os dispersos em praças públicas de toda a RMG, parecem um exemplo de espaço de alimentação e sociabilidade relevante e marcante nas paisagens e na vida urbana em cidades de diferentes portes.

O que parece fazer parte da cultura goiana como uma contradição denota, na verdade, o alto grau de permissividade da cultura goianiense ao ser parcialmente dominada por elementos estrangeiros.

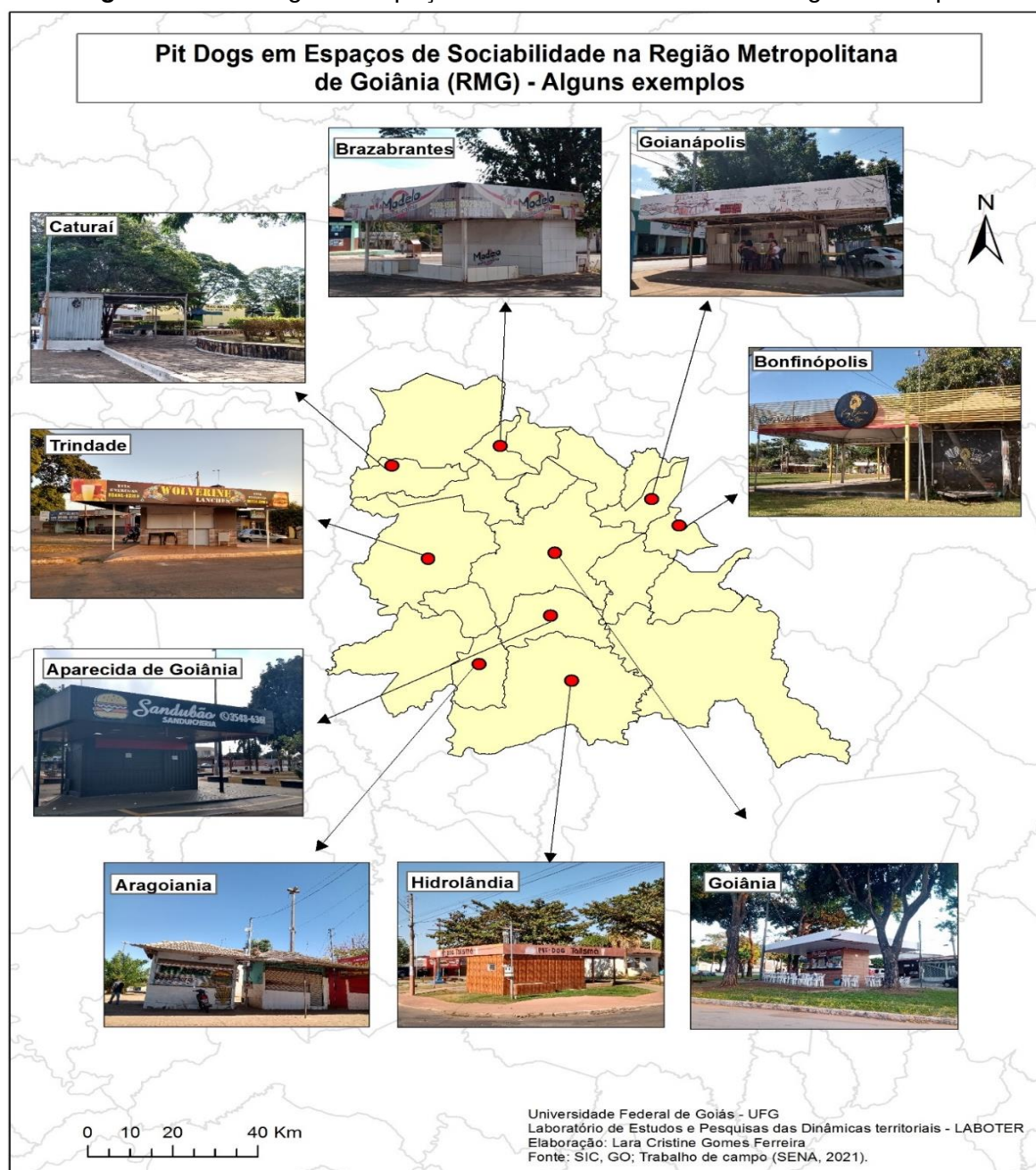
Sobre esse tipo de relações culturais e dominações, Cosgrove salienta:

Por definição, a cultura dominante é a de um grupo com poder sobre os outros. Quando falo em poder não quero me referir apenas ao sentido limitado de um grupo executivo ou de governo em particular, mais precisamente ao grupo ou classe cuja dominação sobre outros está baseada objetivamente no controle dos meios de vida: terra, capital, matérias primas, e força de trabalho. No final são eles que determinam, de acordo com seus próprios valores, a alocação do excedente social produzido por toda comunidade. (1998b, p. 116-117).

Nessa citação, fica marcada a articulação de poderes para além de uma dominação estatal absoluta. Por mais que o Estado participe dessas instâncias, pois também reproduz e produz discursos hegemônicos, e, como no caso citado, é via aparato estatal que algo é reconhecido institucionalmente, o Pit Dog enquanto símbolo não se trata de uma abstração, de fato compõe as paisagens da RMG.

Quando se observam as praças públicas dos 21 municípios da RMG, os Pit Dogs são as “igrejas” das praças, símbolos fortes e comuns a todos os municípios, alguns dos principais casos encontrados foram mapeados na Figura 53.

Figura 53 - Pit Dogs em espaços de sociabilidade na RMG - alguns exemplos



Fonte: SIC (GO) e trabalhos de campo (SENA, 2021).

Elaboração cartográfica: Ferreira (2023).

Para Giddens (1997), os espaços públicos são lugares de convivência que expressam estilos de vida. Nesse sentido, quando a RMG orienta seus espaços públicos para o consumo de sanduíches, por mais que estes ganhem outros sabores, estilos e particularidades quando comparados com outros sanduíches do país ou do

mundo, algo simbólico e de ampla adesão social está sendo incorporado na cultura goiana.

Vejamos: um traço marcante na paisagem de vários territórios e municípios da RMG quando se destacam os espaços de sociabilidade para alimentação, que conta com um sindicato organizado e com certa força política, com números bastante expressivos, não se trata de pamonhas, empadões ou qualquer outra receita de relevância da culinária regional, mas sim o sanduíche. As pessoas se organizam em praças para se alimentar e se movimentam por meio de sindicatos que pressionam por leis de patrimônio por uma causa chamada “sanduíche”.

Isso marca a paisagem e possui poder para aprovar leis (como a citada anteriormente), portanto se relaciona com as estruturas institucionais de poder. Assim, por mais controverso que essa cultura seja, se torna um elemento relevante para se pensar a síntese da modernidade e da globalização na capital de Goiás. Lofland (1985) e Hansen (2002) observam que os espaços públicos ocupados expressam relações de poder e podem ser considerados lugares representativos da vida e da história das cidades, lugares simbólicos, característica essa mais explícita nos espaços das áreas centrais.

Como mencionamos ao iniciar o processo de investigação das legislações que versam sobre patrimônios alimentares, talvez a constatação do que atualmente está materializado na paisagem, no processo institucional via legislação ou mesmo órgãos especializados em patrimônio e cultura, como a Unesco, o Iphan ou Secretarias Estaduais e Municipais de Cultura dos municípios em estado, possa frustrar quem pretendia encontrar a culinária goiana em outro patamar de organização cultural.

Santilli (2015) reconhece o seguinte paradoxo: um mundo cada vez mais dominado por um modelo de alimentação industrial e homogêneo. Por outro lado: surge um forte movimento de valorização de sistemas alimentares locais e territorializados. O processo de patrimonialização de culturas alimentares é mesmo recente, a maioria das leis mencionadas possui menos de uma década. Algumas estão inclusive em curso de aprovação. Então é esperado que elas não tenham conseguido ainda alcançar a relevância e o significado que são as culinárias goianas. Ainda em diálogo com Santilli (2015), a autora reconhece que a alimentação é portadora de importantes referências culturais que devem ser preservadas, sendo de

fundamental importância que se reconheçam comidas, saberes e práticas alimentares como patrimônio cultural imaterial.

Por outro lado, esse processo não tem sido tão frutífero e satisfatório. Percebemos isso quando imaginamos o processo contrário: alguma cidade europeia, africana, asiática ou de outras partes da América seria capaz de tomar para si, enquanto patrimônio, algo da culinária goiana? Ingredientes, pratos ou comidas típicas brasileiras já se tornaram um bem imaterial, simbólico e cultural de outras cidades, regiões e países? Algo originário da cultura brasileira ou goiana é capaz de chegar ao exterior, ressignificando paisagens e hábitos alimentares alheios?

A resposta imediata é não, ou pelo menos não como um traço tão significativo como os que citamos anteriormente no caminho inverso. Então, nesse processo de importar e exportar culturas, o povo goiano tem sido mais permissivo e mais importador. Os elementos da cultura de Goiânia não parecem fortes ou “midiáticos” o suficiente para serem vistos em outros ambientes e espaços a ponto de influenciarem ou mesmo dialogarem com outras culturas alimentares.

Não estamos defendendo que todas as culturas alimentares devam buscar um meio de se “globalizar” e de influenciar culturas para além do local onde foram originadas. Os problemas da globalização e os patrimônios alimentares já foram alertados por Hernández (2005) e Della Giustina (2009).

Conforme defendeu Simmel (2017), a tragédia da cultura moderna consiste num expressivo crescimento da “cultura objetiva” (*sachliche Kultur*), que traz resultados práticos para os seres humanos. Esse crescimento pode levar a uma inibição da “cultura subjetiva” (*persönliche Kultur*), fazendo com que os indivíduos se sintam mais e mais distanciados dos seus patrimônios culturais (SIMMEL, 2017, p. 27-46). Essa percepção tende a ser mediada por tecnologia, arte, campo jurídico, conhecimento científico ou médico, entre outros.

O diálogo com esse autor é oportuno para esta discussão porque ele coloca em evidência a possibilidade de uma sociedade se distanciar de seus patrimônios culturais. Ou, no caso analisado, tornar patrimônio elementos de outras culturas, como no caso dos Pit Dogs, que, inclusive, no momento da defesa da Lei que o torna patrimônio, existem momentos em que o proponente da Lei e a equipe relatora ou que vota reconhecem estarem aprovando localmente algo nitidamente pertencente a

outras culturas, fato esse mencionado na própria justificativa da Lei, como mencionamos.

Por isso é preciso pensar em ações de valorização dos alimentos e tradições vindos de nossos biomas e também de nossas culinárias ancestrais para que possamos dialogar com mais criticidade sobre o que deveria ou não compor nosso repertório culinário, patrimonial e cultural. Se continuarmos com esse caminho de incorporar o que é “do outro” como algo de nossa cultura, aonde iremos parar? Como ficará, ao longo dos anos, nossa cultura matriz?

Esse não é um processo fácil de ser feito, ou, no caso da RMG, refeito. Várias frentes de políticas públicas são necessárias, passando de ações de educação e alfabetização do paladar para elementos, além do que é ofertado pela ampla indústria dos alimentos, até mesmo o resgate de receitas e hábitos de nossos antepassados. Sem conhecê-los, fica difícil valorizá-los.

Finalizando esta etapa de possibilidades dentro do território que é o reconhecimento patrimonial por meio de leis específicas, partiremos para o último caso da RMG. Abordaremos o cooperativismo e a tentativa de defesa não de um prato típico ou ingrediente, mas sim de um produto alimentar produzido a partir de um caderno de especificações técnicas que o tornaria único e vinculado a uma determinada região. Esse tipo de defesa é conhecido como Indicações Geográficas. Na RMG, destacam-se o município de Bela Vista de Goiás e a tentativa de defesa de IGs para o Polvilho da Região do Cará, que será pormenorizada a seguir.

4.6 Indicações Geográficas: produção e busca por singularidades na RMG

Dentre as várias possibilidades de compreender como os alimentos podem contribuir com as possibilidades de desenvolvimento regional na Região Metropolitana de Goiânia, destacamos o cooperativismo. As produções de grupos unidos em cooperativismo são bastante importantes porque demonstram que uma produção não se encerra nela mesma.

A partir dos anos 1960, o cooperativismo foi fomentado pelo Estado brasileiro como instrumento de modernização agrícola. Isso ocasionou o surgimento de grandes cooperativas no ramo empresarial agropecuário, conforme afirma Loureiro (1981), mas também dissolveu a resistência sindical. De todo modo, não deixa de ser um

caminho para se conquistar novos espaços no desafio que é o espaço agrário brasileiro, como assinalam Rech (2000) e Christoffoli (2015).

Cabe frisar que o fato de ser uma produção de alimentos organizada por cooperados não a deixa livre das contradições do capital. Gostaríamos de destacar também que, apesar de importantes, as indicações geográficas ainda são um caminho burocrático e desconectado da realidade da maioria das produções rurais brasileiras. Então é preciso olhar com certa criticidade para esse caminho.

De todo modo, nota-se também que a busca por Indicações Geográficas (IGs) é uma tentativa de particularizar, singularizar e valorizar produtos de uma região específica. Essa valorização baseia-se no fortalecimento de características regionais, históricas e culturais de determinado produto. Isso pode significar um fortalecimento territorial e de identidades produtivas que se tornam menos suscetíveis às constantes tentativas de padronização do processo de globalização, embora seja necessário reconhecer que, do ponto de vista do mercado global, tais produções pouco rompem com os sistemas já postos e estruturados, pois apenas se reposicionam em novos nichos de mercado.

Por Goiás ter sua economia bastante voltada para o setor de serviços e também para o agronegócio, é possível notar algumas produções organizadas em cooperativas. Por outro lado, não estávamos orientados a estudar qualquer produção de alimentos via cooperativa, mas sim as produções que estão se organizando para buscar uma defesa de IGs junto ao MAPA. Foi quando encontramos os produtores de mandioca do município de Bela Vista de Goiás, localizado na RMG a cerca de 45 km da capital.

Apesar de a mandioca não se relacionar com o Cerrado, trata-se de um importante ingrediente da culinária brasileira e também é muito consumida e produzida em Goiás. Em trabalho de campo pela RMG, visitamos a Cooperativa Mista dos Pequenos Produtores de Polvilho e Derivados da Mandioca da Região do Cará (COOPERABS), conforme imagem aérea da Figura 54.

Figura 54 - Sede da COOPERABS em Bela Vista de Goiás em foto aérea (2022)



Fonte: Imagem aérea de drone operado por Nascimento (CIPGEO/LABOTER 2022).
Trabalho de campo realizado em julho de 2022.

Nos vários diálogos com produtores e presidente da cooperativa, foram relatados o histórico da produção no município, bem como os desafios, que vão desde as tentativas de desenvolvimento de mandiocas mais adaptadas ao Cerrado, feitas em parceria com a Embrapa Cerrado, até os novos desafios comerciais, como a inserção de mandioca na produção de cervejas.

Foi relatada também certa dificuldade em se produzir outra coisa em Goiás que não sejam as monoculturas; os desafios vão desde linhas de financiamento até o próprio suporte técnico e científico. O mercado, as pesquisas e a rede pública e privada de suporte geralmente são voltados ao que já está estabelecido. Os impactos desse tipo de configuração na produção de alimentos já foram estudados por Neves e Mendonça (2020).

A COOPERABS comercializa polvilho (que é o principal foco da tentativa de IGs), mas também farinha, goma de tapioca e outros derivados, tendo como principais compradores a Região Metropolitana, o Entorno de Brasília e outras 40 cidades de Goiás. Cerca de 52 famílias fazem parte da rede de cooperados, que, por sua vez,

plantam cerca de 700 ha, dos quais 350 ha são colhidos e processados anualmente (EMBRAPA, 2021)⁵⁴.

Essa cooperativa foi fundada em 2005. Mas, antes desse marco, os produtores de mandioca da Região do Cará produzem mandioca pelo menos desde 1950, com intensificação das quantidades a partir da década de 1990. Os relatos mais remotos dessas produções têm sido passados por meio da tradição oral – tendo o bela-vistense Geraldinho Nogueira um destaque no conto de causos sobre a vida no campo. Quanto à produção de mandioca, produtores que residem há mais tempo em Bela Vita de Goiás comentam que o município tem uma tradição rural forte, mas o destaque realmente tem sido a produção de mandioca.

A Comunidade da Região do Cará surge na década de 50⁵⁵, incentivada por Antônio Batista da Silva e sua esposa, Etelvina Rosa de Jesus. A sigla COOPERABS é, inclusive, uma referência a essa família de produtores de polvilho do Cará, que, para iniciar, buscaram apoio junto à Secretaria Estadual de Indústria e Comércio, com cursos sobre gestão de Micro e Pequenas Empresas focados na experiência de cooperativa.

As referências da nomenclatura da sigla são as seguintes: COOPER referindo-se a cooperação e trabalho em conjunto, e ABS em referência ao nome de Antônio Batista da Silva. O fato de a produção de mandioca mencionada ser realizada por cooperativa, ao mesmo tempo que se torna fortalecida e capaz de dialogar politicamente em defesa de suas produções (como no desconto de maquinários e outras demandas de produção), também torna a comercialização centralizada na cooperativa.

Quando a COOPERABS passou a se organizar para a conquista da IG do Polvilho da Região do Cará, uma série de movimentos foi feita, entre eles a aproximação com a Universidade Federal de Goiás (UFG) e o Instituto Federal Goiano (IF Goiano).

⁵⁴ Entrevista para a Embrapa Cerrados. Disponível em: https://www.embrapa.br/tema-integracao-lavoura-pecuaria-floresta-ilpf/busca-de-noticias/-/noticia/64847383/novas-cultivares-de-mandioca-de-industria-diversificam-a-producao-de-amido-no-brasil-central?p_auth=f32V58wu. Acesso em: 11 fev. 2023.

⁵⁵ Informações do site oficial da Cooperativa. Disponível em: <http://polvilhodocara.com.br/a-cooperativa>. Acesso em: 26 jul. 2022.

Esse Instituto aprovou um projeto de pesquisa que visa justamente organizar o histórico de produção da cooperativa e facilitar os mecanismos para a conquista da IG. A partir dessa tentativa, a imprensa local também passou a noticiar o assunto, como no caso a seguir mostrado pela Figura 55.

Figura 55 - Imprensa local noticia a COOPERABS e a tentativa de IG (2022)

GOIÂNIA, 26 e 27 de março de 2022 **O POPULAR** / 19

Hora de valorizar o polvilho

RECONHECIMENTO Totalmente artesanal, produto da região do Cará, em Bela Vista de Goiás, busca o selo de Identidade Geográfica junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial

Malu Longo
malulongo@opopular.com.br

Já reconhecido como o mais importante produto na cadeia produtiva rural de Bela Vista de Goiás, município a 50 km de Goiânia, o Polvilho do Cará é alvo agora de um projeto de estruturação de Indicação Geográfica (IG) junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), que será coordenado pelo Instituto Federal Goiano (IFGO) em parceria com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). A expectativa dos produtores, unidos pelo sistema de cooperativa, é de que o registro fortaleça o desenvolvimento sustentável na região, unindo economia, história, cultura e turismo.

Presidente da Cooperativa Mista dos Pequenos Produtores de Polvilho e Derivados da Mandioca da Região do Cará (Cooperabs), José Atair da Silva Neto comemora. Há cerca de quatro anos, com o apoio do Mapa, do Sebrae e da Agência Goiana de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater-GO) a cooperativa tenta obter o registro, processo que ficou prejudicado pela pandemia da Covid-19. "Um diagnóstico do Sebrae já mostrou que temos potencial para a IG, mas falta a parte documental que será realizada agora, no período de um ano. Estamos com muita esperança de conseguir." Se isso ocorrer, será a terceira IG de

Dionício Gomes

projetos que foram aprovados. "Em um ano, professores e estudantes do IF Goiano, ao lado de técnicos do Mapa e do Sebrae, com o apoio da Cooperabs, deverão elaborar o dossiê histórico cultural da comunidade do Cará e o caderno de especificações técnicas da produção local. "Precisamos organizar de forma sistemática a história, com as evidências, reportagens, fotos e depoimentos, uma linha do tempo des-saber popular", explica Bruno Martins. Já o caderno de especificações técnicas é, segundo ele, a "alma" do documento que será apresentado ao INPI. Ele traz características da região, do produto, do processo de produção e as formas de rastrear o uso da IG pelos produtores.

"A IG valoriza o produto, o território e as pessoas envolvidas, favorecendo a economia e o turismo. Vemos isso em Minas Gerais com a produção da cachaca e do queijo da Serra da Canastra. Goiás tem potenciais incríveis. Acreditamos que não haverá dificuldade da comunidade do Cará para conseguir o registro junto ao INPI, ser por uma cooperativa a milto organizada, que trabalha há muito tempo a marca coletiva", aposta Hugo Martins. Existem dois tipos de IG: a indicação de procedência e a denominação de origem. "No primeiro, protegemos a região em função da tradição, do saber popular. No segundo, mostramos particulares em relação ao clima, solo, etc. Não se inventa uma IG, a reconhece."

José Atair da Silva Neto mostra produção de polvilho: expectativa de conquistar o selo em breve

Goias, depois da Cooperativa dos Produtores de Açafrão de Mara Rosa (Cooperacafrão) e da Associação Cultural e Ecológica dos Artesãos em Prata de Pirenópolis (Aceappa).

O projeto da IG do Polvilho do Cará foi lançado esta semana pelo IFGO durante cerimônia virtual. Ele foi aprovado em segundo lugar em um dos eixos da Chamada Pública realizada pela Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica (Setec), do Ministério da Educação, em parceria com os Institutos Federais de

São Paulo (IFS) e do Espírito Santo (Ifes). O objetivo do edital é apoiar o desenvolvimento de projetos destinados a registro e ao desenvolvimento de Indicações Geográficas e Marcas Coletivas, baseando-se em atividades de pesquisa, extensão, estímulo ao empreendedorismo e à inovação. No mesmo edital, o IFGO aprovou projeto para a Jabuticaba de Hidrolândia.

O professor Bruno Martins, que é doutor em tecnologia de alimentos, conta que o Núcleo de Estudos em Agroecologia que coordena o campus avançado do IFGO em Hidrolândia, integra um projeto junto à Emater-GO para fortalecer a cadeia produtiva da jabuticaba. "Quando apareceu o edital da IG, levantei a bandeira para submeter um projeto de avaliação do potencial da jabuticaba, mas aí apareceu a oportunidade de trabalhar com a comunidade do Cará. A IG é uma alternativa muito interessante para favorecer a economia, a cultura e as pessoas. É desenvolvimento sustentável aplicado. Submetemos ambos os

Mudou a região não só economicamente, mas socialmente. Antes, só duas pessoas tinham CNH aqui, hoje todos têm. Ninguém fazia faculdade. Hoje 24 jovens têm curso superior, com o nosso incentivo para que continuem na comunidade", detalha José Atair, bisneto do casal pioneiro Antônio e Etevínia.

As famílias do Cará vivem distantes uma da outra num raio de dois quilômetros. "Fazemos tudo de junto e misturado, trabalho, festas e mutirões. Somos uma família gigante." José Atair revela que sempre apareceu alguém querendo se associar. "Não aceitamos porque o cooperativismo é para nós, como uma religião. Anunciamos as reuniões e todos vêm. Se colocar pessoas de fora não teriam o mesmo espírito. Prezamos muito por essa união, por nossa história e valores."

Como os núcleos familiares possuem, no máximo, um hectare, a Cooperabs arrenda 600 hectares, distribuídos em lotes como num condomínio. É a cooperativa que araa a terra e faz o plantio, cabendo a cada família co-

lher a mandioca e produzir o polvilho em casa, posteriormente entregue na Cooperabs que o comercializa. Esse trabalho conjunto, que trouxe de volta para casa alguns dos que emigraram, faz de Bela Vista de Goiás a maior produtora de mandioca do estado. Atualmente a cooperativa produz não apenas o polvilho, mas também farinha, farofa, mandioca congelada, mandioca ralada e massa de tapioca.

Amparada por órgãos como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) e Emater-GO, a cooperativa levou conhecimento tecnológico e novas técnicas de plantio às famílias. O Sebrae é parceiro importante no processo de comercialização, diversificação de produtos e de desenvolvimento da identidade. O Polvilho do Cará tem marca própria, clientes de peso e começa a extrapolar fronteiras. "Na pandemia, vendemos polvilho para a Fundação Nacional do Índio (Funai) para abastecer comunidades indígenas do Mato Grosso", conta José Atair.

Um aspecto social na agricultura familiar sustentada pela Cooperabs é a valorização da mulher trabalhadora. "Quando assumi a presidência, em 2011, apenas os homens participavam das reuniões. Eu pedi que as mulheres também viessem, para não ter ruído na comunicação. Quando elas começaram a participar, solicitaram uma cota porque não queriam mais pedir dinheiro aos maridos. Desde então, no dia do pagamento recebem a cota delas separada", diz José Atair.

Com a entrada em ação do IFGO, o presidente da Cooperabs vislumbra novos caminhos, como o investimento no turismo. "Além de ser um selo de credibilidade, a IG valoriza a visibilidade. Hoje recebemos escolas e tem criança que não sabe que a mandioca vem do chão. Na indústria, a mandioca entra na linha de produção e o polvilho fica pronto em uma hora e meia, que é a fécula. O nosso precisa de 15 dias em razão do processo de fermentação e secagem ao ar livre, em jiras. Tem todo um processo de conhecimento e quem não entende, não sabe a diferença."

Mais de 60 anos de história

Em dezembro último, o Governo Federal e o Sebrae lançaram os Selos Brasileiros de Indicações Geográficas para identificar e valorizar produtos e serviços tipicamente brasileiros reconhecidos pela origem. Na ocasião, o presidente do INPI, Cláudio Furtado, lembrou que o IG agrega valor, garante a segurança ao consumidor e a rastreabilidade. O Brasil possui atualmente 88 IGs reconhecidas. A expectativa é que até 2030 sejam concedidas outras 400. Cada região com registro de IG pode definir a própria representação gráfica do seu nome geográfico, possuir o seu próprio selo, que é opcional. Porém, há agora um selo nacional que todas as IGs poderão usar junto com a identificação da sua IG, como referência única, facilitando a identificação por parte do consumidor dos produtos/serviços das Indicações Geográficas, o que valoriza as riquezas típicas do Brasil.

Fonte: Jornal O Popular, 26 e 27 de março de 2023.

Na reportagem, são destacados o caráter artesanal da produção, a relevância da produção para a cadeia produtiva do município e o histórico considerando 60 anos. Diante da busca pela obtenção do selo IG como estratégia de agregação de valor aos seus produtos e de certa forma promoção de novos nichos do desenvolvimento rural, desde a atração de novos produtores até a criação de festivais em torno da mandioca (como ocorreu na primeira edição em 2023), há a possibilidade de fortalecimento de turismo rural ou turismo gastronômico.

Para a construção da IG, a Cooperativa tem buscado apoio também junto ao Instituto de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER). O já citado Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) também tem dado auxílios e suporte às dúvidas sobre a IG desde 2016, principalmente com a questão documental para requerimento da IG junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

O caminho até a conquista da IG envolve a construção de um dossiê com a caracterização da região, do produto, o resgate histórico, a descrição técnica no caderno de especificações, desde o plantio até a fabricação, e o passo a passo do que chamam de “saber fazer”. Trata-se de um longo trabalho até a finalização de toda a documentação.

Um movimento mundial recente também se soma no sentido de fortalecer a linha argumentativa utilizada pela Cooperativa em busca de seu reconhecimento de IGs: a Organização das Nações Unidas (ONU) declarou a mandioca o alimento do século XXI. No campo industrial, a mandioca está presente nos setores de papel e celulose, panificação, têxtil, na indústria farmacêutica e de cosméticos, em campos de petróleo e siderurgia e na alimentação, servindo como base para diversas receitas.

O processo de registro de IGs pode colocar em evidência não somente o polvilho da Região do Cará, mas pode servir de suporte para que outros produtores da região, sobretudo os que se organizam coletivamente, se sintam incentivados a defender os aspectos singulares de seus territórios, suas produções agrícolas e seus modos de fazer, criando uma corrente de conscientização até que, daqui a algumas décadas, os alimentos do Cerrado possam ter o reconhecimento que hoje ainda não possuem junto à sociedade, ampliando suas noções nutricionais e culturais.

Os órgãos que auxiliam no registro e reconhecimento de Indicações Geográficas de produções alimentícias têm buscado valorizar cada vez mais

produções coletivas do que individuais, apesar da possibilidade de o produtor ou prestador de serviços únicos, desde que comprovada sua relevância, também pode solicitar registro de IGs, conforme parágrafo 3º, Art. 14, da Portaria INPI/PR nº 04, de 12 de janeiro de 2022, que estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas e dispõe sobre a recepção e o processamento de pedidos e petições e sobre o Manual de Indicações Geográficas (BRASIL - MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2022).

No Brasil, segundo a Lei da Propriedade Industrial (nº 9.279, de 14 de maio de 1996), o órgão responsável pela análise e aprovação de tal selo é o Ministério da Agricultura e Pecuária, que, além de responsabilizar pela gestão das políticas públicas de estímulo à agropecuária (BRASIL, 1996), é o órgão que conta com orçamento próprio para incentivar a valorização dos produtos e o registro de Indicações Geográficas (IGs).

O reconhecimento de uma IG no Brasil se dá em especial face ao que é orientado pelos Artigos 176 a 178 (da já mencionada Lei nº 9.279/96), que organizam e estipulam duas possibilidades de reconhecimento das Indicações Geográficas: **1)** Indicação de Procedência (IP) e **2)** Denominação de Origem (DO), conforme especificação a seguir:

Art. 176. Constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem.

Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos. (BRASIL, 1996), Lei nº 9.279/96, grifos nossos).

O foco dos produtores de mandioca da COOPERABS de Bela Vista de Goiás é o tipo intitulado Denominação de Origem (DO), e o produto selecionado, como já mencionamos, é o Polvilho da Região do Cará. O que a lei brasileira direciona não é muito diferente do que órgãos internacionais versam sobre esse tema, sobretudo na Europa, onde essa discussão já está mais avançada.

Para citar como órgãos internacionais definem esse tipo de reconhecimento territorial e geográfico, mencionamos a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), que defende a Denominação de Origem como o nome geográfico de um país, uma região, um lugar específico que serve para “designar um produto originário daquele lugar, as qualidades que lhe são características, devido exclusivamente ou essencialmente, ao ambiente geográfico de onde provém”. A OMPI também reconhece a inclusão de fatores naturais e humanos em seus reconhecimentos.

Apesar de as Indicações Geográficas terem seu reconhecimento legal no Brasil desde 1996, são muito raras as tentativas de cooperativas ou de grupos de produtores em reivindicar tais territórios como únicos na produção de algum alimento. Isso se deve a diversos fatores, entre eles os fatores burocráticos, a dificuldade em se comprovar histórias e memórias de uma produção específica e porque, por mais que essa ideia seja interessante, do ponto de vista social e geográfico, normalmente os territórios protegidos estão atrelados a nichos de mercado de certo modo elitizados.

A história das Indicações Geográficas relaciona-se muito com a Europa e o consumo de vinhos, champagnes ou queijos específicos. Assim, é natural que se leve algum tempo até que as comunidades mais simples e que de fato possuem alimentos originários singulares entendam que existe algum valor em ser “original” ou algum valor em se conquistar um “selo” que confere certo lugar de exclusividade ou de rigor na produção.

Esse arcabouço burocrático muitas vezes se choca com o modo de vida simples de muitos produtores rurais do Brasil. Aqui estamos nos referindo aos pequenos produtores e às pequenas cooperativas que produzem comida com muita história envolvida. Para esses grupos, não parece fazer muito sentido a conquista de um “destaque” aos olhares do Ministério da Agricultura e Pecuária e do Instituto Nacional da Propriedade Industrial para então entrar em um nicho de mercado específico de pessoas que buscam produtos com origem controlada, com história e com caderno de especificação técnica que vão garantir algumas qualidades e originalidades.

Grande parte dos produtores de cachaça de Orizona, por exemplo, só quer fazer sua cachaça a partir de um alambique simples, reproduzir receitas e fazer parte de um processo que tem início, meio e fim em si mesmo.

A caminhada é para se celebrar uma bebida ou uma comida que tem significado e memórias. Não parece fazer sentido para muitos desses produtores defender uma originalidade e um modo de fazer único para que essa cachaça seja reconhecida regional, nacional e até internacionalmente se, no fim das contas, o que vale é tomá-la com os amigos que ajudaram em alguma parte desse processo.

Buscamos algum fruto do Cerrado que estivesse sendo produzido em quantidade e com uso social e culinário diversificado o suficiente para ser defendido enquanto patrimônio, ou como traço marcante de nossa cultura alimentar, o que ainda não é o caso. O movimento de tornar alimentos como parte da cultura dos povos é bastante recente, e pouquíssimos são os exemplos de produtores que visam seu registro junto ao INPI enquanto IG.

Desde que o Brasil começou a reconhecer Indicações Geográficas com lei específica, em Goiás apenas o açafrão da região goiana de Mara Rosa conquistou uma Indicação Geográfica em 2016, algo bastante recente. Apenas para pontuar: a etimologia da palavra açafrão tem relação com o latim *safranum*, do árabe *az-za'faran*. Ou seja, dentre os nossos patrimônios alimentares que começaram a ser reconhecidos por lei, a única indicação geográfica já aprovada em Goiás, por mais que seja bastante importante e tenha toda uma construção social, é de uma raiz não necessariamente vinculada à cultura alimentar e biológica local.

Isso, por si só, não é um problema, trata-se apenas de um ponto a ser observado. Quando adentrarmos outras leis aprovadas pelo município ou pelo estado e ainda as tentativas de reconhecimento de alimentos ou de estruturação de festividades em torno dos alimentos, veremos questões, contradições e problemas culturais e geográficos ainda maiores e desafiadores.

No caso do açafrão, que acumula quase sete anos de reconhecimento e se tornou um importante elemento para geração e renda de famílias no norte de Goiás, o requerente da Indicação Geográfica foi a Cooperativa de Produtores de Açafrão de Mara Rosa (Cooperaçafrão), e a área geográfica abrange os municípios de Mara

Rosa, Amaralina, Formoso e Estrela do Norte, com um perímetro de aproximadamente 4.250 km².

Além desse caso, estão em estudo inicial em Goiás: Melancia da Região de Uruana, Banana da Região de Buriti Alegre, Polvilho da Comunidade do Cará (Bela Vista), Mel do Norte Goiano, Queijo Cabacinha da Região do Araguaia, Jabuticaba da Região de Hidrolândia, de acordo com a Superintendência Federal de Agricultura em Goiás, ligada ao Ministério da Agricultura e Pecuária.

O Açafrão de Mara Rosa ganhou o selo de indicação geográfica em 2016 (com número de registro: BR402013000006-6). Quando defenderam essa IG, demarcaram uma área geográfica que abrange os municípios de Mara Rosa, Amaralina, Formoso e Estrela do Norte, com um perímetro de aproximadamente 4.250 km². De acordo com o Sebrae⁵⁶, a Cooperativa de Produtores de Açafrão de Mara Rosa (Cooperação), estima-se que 200 agricultores (300 famílias) vivam da cultura, sendo gerados 800 empregos diretos. A região é responsável por cerca de 90% da produção goiana, representando 26% da produção nacional.

Com a busca pelo selo de Indicação Geográfica, o Polvilho do Cará visa seguir os passos do primeiro, e até então único, alimento com reconhecimento de origem em Goiás, que é o açafrão-da-terra, também conhecido como cúrcuma, na região de Mara Rosa, região norte de Goiás.

Para chegar a esse reconhecimento, os produtores precisaram se atentar às burocracias institucionais, ao mesmo tempo que organizam seus históricos produtivos. Além da Lei nº 9.279/96 mencionada, os produtores que visam esse registro precisam se atentar ainda às condições impostas pelo parágrafo único do Art. 8º da também já mencionada Portaria INPI/PR nº 04, de 12 de janeiro de 2022, que menciona que o registro da IG é de natureza declaratória, ou seja: não se trata de um processo de criação ou de justificação de determinada IG, mas sim de reconhecimento jurídico para um contexto cultural, histórico e social já existente e com notáveis contribuições e aderência junto a uma comunidade local.

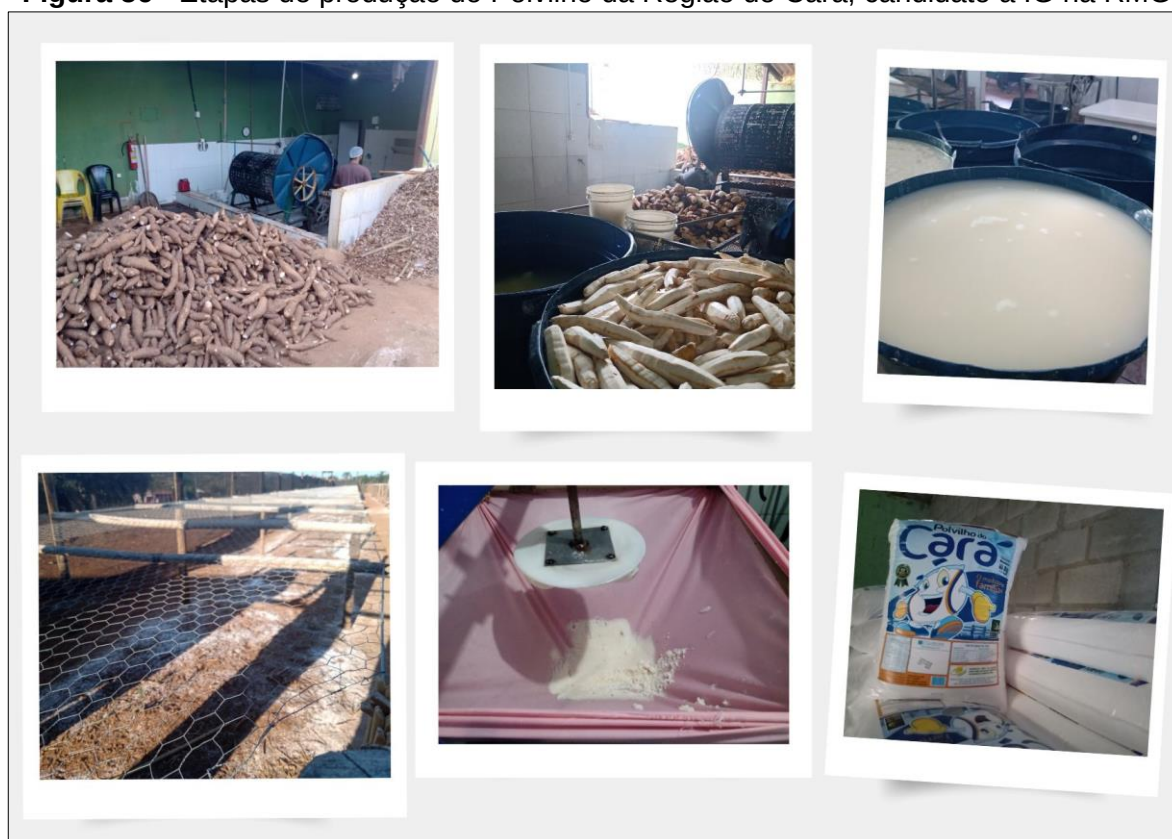
A produção de mandioca realizada no Polvilho do Cará tem buscado manter alguns padrões artesanais de sua produção, ao mesmo tempo que dá passos para

⁵⁶ Informações do Sebrae. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/ig-mara-rosa/>. Acesso em 8 ago. 2022.

seu reconhecimento enquanto produto diferenciado territorial e culturalmente. Em trabalho de campo, acompanhamos as etapas dessa fabricação, e os registros estão na Figura 56.

No que diz respeito à tentativa de IG, o controle da produção é bem importante. Esse é inclusive um dos pontos mais difíceis de serem organizados para defesa e manutenção de uma IG, pois, quando se reconhece determinada área como produtora, os limites territoriais, bem como as características e especificações técnicas precisam ser seguidos para que a IG não se perca no caminho. Segundo Tonietto (2003), em um cenário global, as Indicações Geográficas permitem preservar as características locais e regionais dos produtos, enaltecendo e comprovando a sua qualidade.

Figura 56 - Etapas de produção do Polvilho da Região do Cará, candidato a IG na RMG



Fonte: Trabalho de campo na COOPERABS, Bela Vista de Goiás (2021).

Organização: Sena (2022).

Ao dialogar sobre as etapas de produção de mandioca e o processo de fabricação do polvilho, nota-se a tentativa de uma busca de identidade vinculada a tal

produção. Na Figura 57, o modo de secar a mandioca, de filtrar e até mesmo o ralador utilizado são artesanalmente construídos junto à troca de experiências entre os produtores ao longo dos anos.

A materialização desses costumes e modos de fazer no município, e especialmente nessa região, tem sido responsável por conferir novas camadas a esse território, camadas essas capazes de conferir também noções sobre as identidades territoriais. Tal identidade territorial é lida em sintonia com o que afirma Haesbaert: “toda identidade territorial é uma identidade social definida fundamentalmente através do território” (HAESBAERT, 1999, p. 172). Ao afirmar isso, o autor reconhece que o espaço geográfico constitui parte fundamental dos processos de identificação social.

Ao mesmo tempo que buscam a IG, tanto o grupo gestor da COOPERABS quanto os produtores entendem que esse é apenas um passo entre suas tantas articulações para comercializar o produto. Uma parte considerável dos produtores, inclusive, ainda não está inserida nesse tema ou nessa outra lógica de mercado. É um passo articulado principalmente pelo grupo gestor da Cooperativa e que pode render saldos positivos apenas a médio e longo prazos.

Maiorki e Dallabrida (2015), ao estudarem a relação entre IG, economia local e desenvolvimento territorial, chegaram à conclusão de que, quando um território possui um produto ou serviço com diferencial e que este pode ser declarado como IG, são gerados impactos diretos e indiretos. Os autores mencionam que os impactos não são somente para os produtores e a cadeia produtiva ligada ao produto com IG, mas para todo o território circundante.

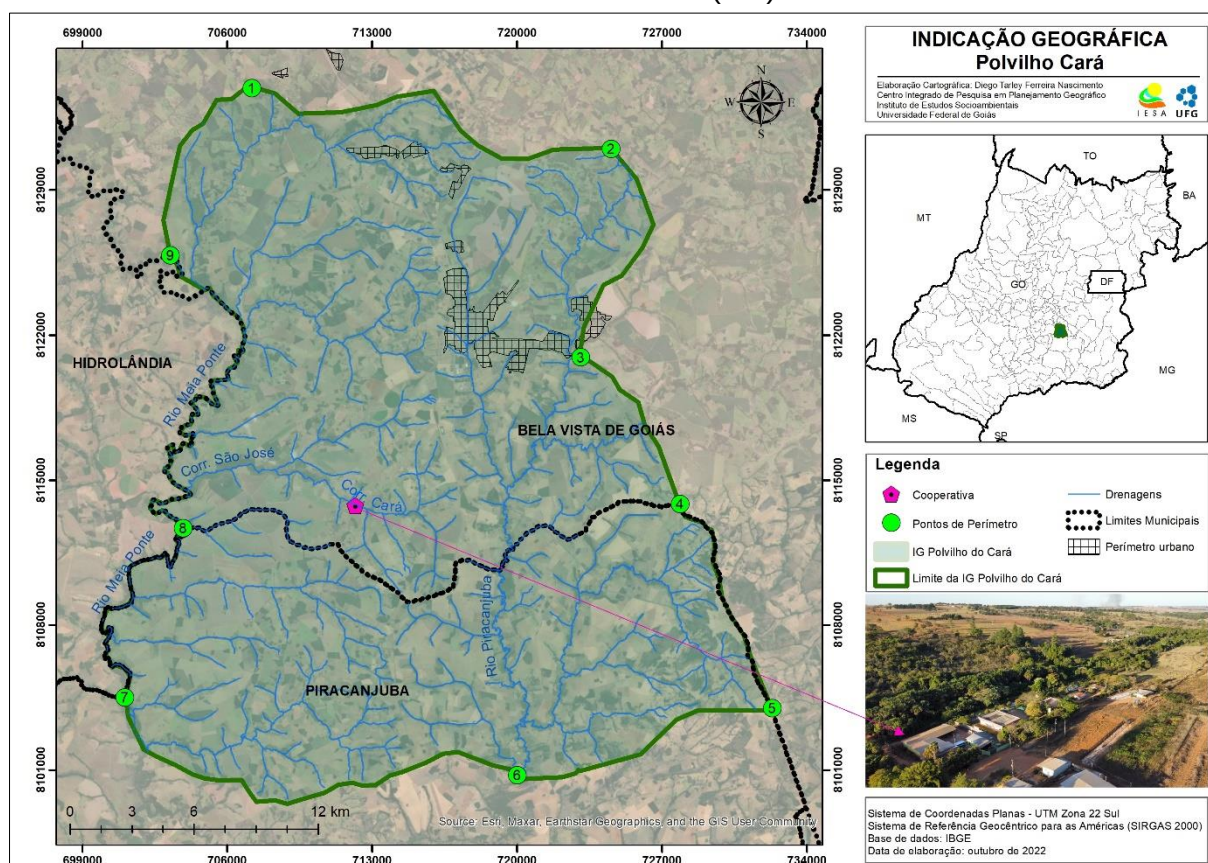
Ao tentar contribuir com esta discussão da IG em Goiás e especialmente está em curso em Bela Vista de Goiás, tentamos salientar alguns elementos da paisagem, da região, bem como dos territórios produtivos de mandioca e atribuir elementos geográficos para uma síntese cartográfica do que poderia ser proposto ao MAPA como região produtiva e a ser defendida com a IG do Polvilho do Cará.

Para essa delimitação de área, o grupo de trabalho do IESA percorreu a área, dialogou com as partes envolvidas: produtores, grupo gestor da COOPERABS, IF Goiano (que possui o projeto aprovado para elaboração dos documentos que irão defender institucionalmente a IG) e ainda fez uma visita técnica à sede do MAPA em

Goiânia. Foram realizadas também algumas reuniões para entender os entraves, desafios e possibilidades que uma delimitação de área pode provocar.

Considerou-se ainda elementos físico-naturais, como as bacias hidrográficas, e também sociais, como as rodovias de acesso aos municípios em estudo. Foram levados em consideração ainda os limites municipais enquanto noções políticas do planejamento territorial e as produções de mandioca dos municípios da RMG. Todos esses critérios nos levaram a defender uma área (Figura 57) que incorporasse também parcelas do município de Bela Vista de Goiás e de Piracanjuba.

Figura 57 - Recorte territorial para ser defendido como IG do Polvilho da Região do Cará em Bela Vista de Goiás (GO)



Nota: Metodologia discutida com MAPA pelo grupo integrado do IESA/UFG em apoio à COOPERABS.

Elaboração cartográfica: Nascimento (2022).

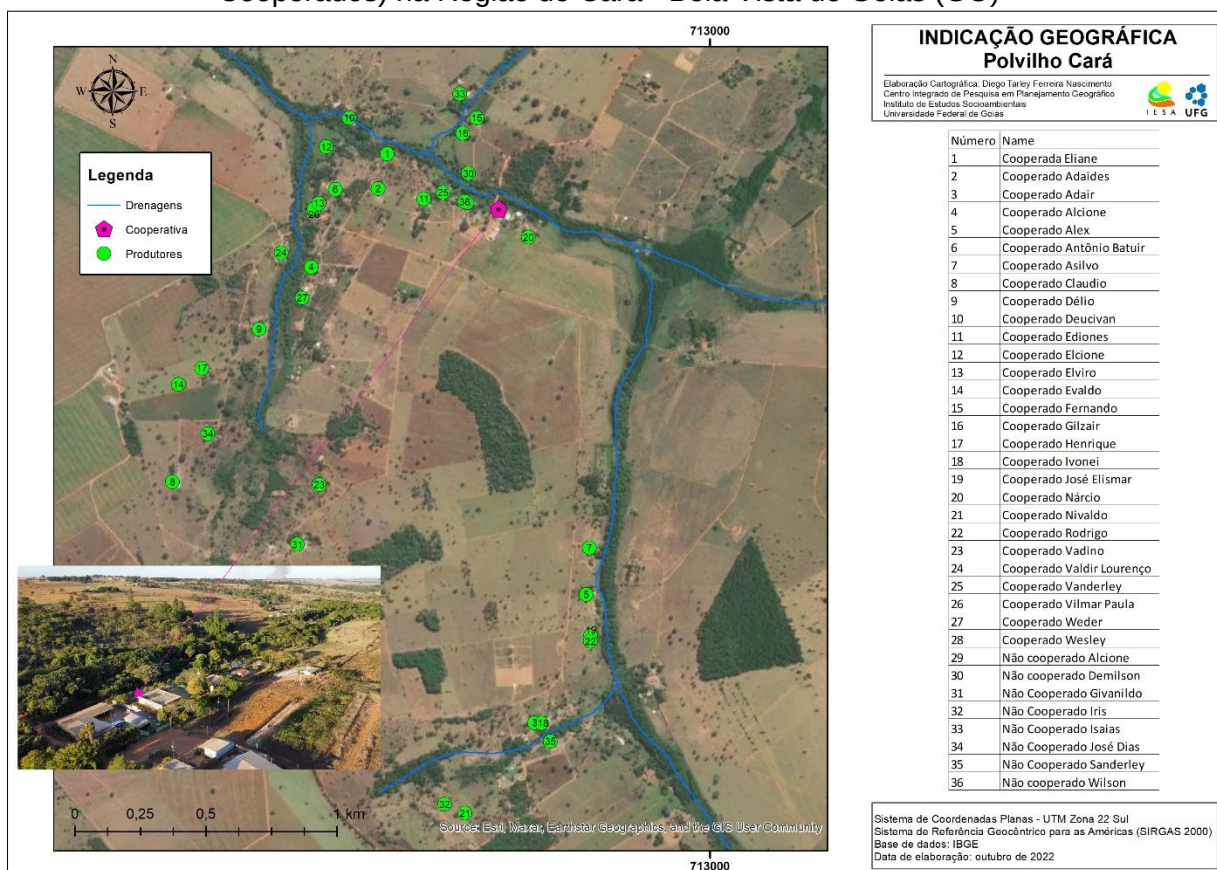
Pesquisa de Campo: Sena, Ferreira e Nascimento (2022).

A delimitação geográfica da área da Indicação de Procedência Região do Cará está compreendida entre os municípios de Bela Vista de Goiás e Piracanjuba, ambos situados no estado de Goiás. Possui os limites e confrontações descritos nesse

memorial, tomando como base o sistema de coordenadas planas, o Datum SIRGAS 2000 e a projeção Universal Transversa de Mercator (UTM), Zona 22 Sul.

Essa definição de área levou em consideração ainda outros dois fatores: os produtores (cooperados ou não cooperados) que já se encontram produzindo mandioca na Região do Cará, conforme Figura 58, que mapeou 36 propriedades de cooperados e não cooperados, bem como pensa em áreas de expansão, que são novos produtores que podem chegar aos dois municípios, Bela Vista de Goiás e Piracanjuba, nos próximos anos.

Figura 58 - Localização dos principais produtores de mandioca (Cooperados ou Não Cooperados) na Região do Cará - Bela Vista de Goiás (GO)



Nota: Metodologia discutida com o MAPA pelo grupo integrado do IESA/UFG em apoio à COOPERABS.

Elaboração cartográfica: Nascimento (2022).

Pesquisa de campo: Sena, Ferreira e Nascimento (2022).

Identificação dos cooperados: Altair Neto (2022).

Essa projeção é importante em qualquer cenário por se tratar de uma região próxima à capital Goiânia na RMG e de outros centros de comércio, sendo esperado um crescimento da produção nos próximos anos. A conquista da IG também pode contribuir direta ou indiretamente para que novos produtores cheguem a essa região delimitada.

A seguir (Tabela 5), sintetizamos os pontos que serão descritos junto a suas respectivas coordenadas. Destacam-se os extremos da Região do Cará em relação aos pontos cardeais.

Tabela 5 - Delimitação proposta para a Indicação Geográfica da Região do Cará em Bela Vista de Goiás (GO)

Pontos	Longitude (Leste)	Latitude (Sul)
1	707182,61	8133910,87
2	724543,54	8130974,20
3	723075,20	8120911,76
4	727868,89	8113829,19
5	732317,09	8103982,69
6	720008,97	8100743,71
7	701050,14	8104500,93
8	703857,25	8112663,16
9	703252,64	8125835,01

Nota: Metodologia discutida com o MAPA pelo grupo integrado do IESA/UFG em apoio à COOPERABS.

Elaboração cartográfica: Nascimento (2022).

Pesquisa de campo: Sena, Ferreira e Nascimento (2022).

Conforme mapeamento das Figura 58 e Figura 59 e da Tabela 5 sobre os pontos mapeados e defendidos como IGs: inicia-se a descrição no ponto 1, de coordenadas **707182,61 L** e **8133910,87 S**, no município de Bela Vista de Goiás, sendo o ponto de maior **extremidade ao norte**, entre dois afluentes do Ribeirão Aborrecido;

Continuando para o ponto 2, com coordenadas 724543,54 L e 8130974,20 S, também situado no município de Bela Vista de Goiás, situado próximo às nascentes do Córrego São Bento;

O ponto 3 está localizado próximo ao perímetro urbano de Bela Vista de Goiás, às margens do rio Piracanjuba, e possuiu as coordenadas 723075,20 L e 8120911,76 S;

O ponto 4 está localizado entre os limites dos municípios de Bela Vista de Goiás e Piracanjuba, com as coordenadas 727868,89 L e 8113829,19 S, próximo à nascente do Córrego Brejão;

O ponto 5 está localizado no **extremo leste** da área levantada, no limite entre os municípios de Bela Vista de Goiás e Piracanjuba, e possui as seguintes coordenadas: **732317,09 L e 8103982,69 S**;

O ponto 6 compreende a **extremidade sul**, estando localizado no município de Piracanjuba, próximo ao local em que o Córrego Duas Pontes deságua no rio Piracanjuba, com as coordenadas **720008,97 L e 8100743,71 S**;

O ponto 7 se situa entre os limites dos municípios de Piracanjuba e Hidrolândia, às margens do rio Meia Ponte, e representa a **extremidade oeste**, com as coordenadas **701050,14 L e 8104500,93 S**;

O ponto 8 está localizado no limite de três municípios: Piracanjuba, Hidrolândia e Bela Vista de Goiás, situado às margens do rio Meia Ponte e possuindo as coordenadas 703857,25 L e 8112663,16 S;

Já o ponto 9 está localizado no limite dos municípios de Bela Vista de Goiás e Hidrolândia, às margens do rio Meia Ponte, com as coordenadas **703252,64 L e 8125835,01 S**, por fim, do ponto 9 segue até o primeiro ponto (1), perfazendo uma área total de 755 km².

Como afirmamos no início desta discussão, a delimitação e o reconhecimento de uma IG nem sempre são os caminhos ideais ou os mais adequados para se defender um território e uma produção agrícola. Porém, é inegável que são formas legítimas de lutar pelos aspectos singulares e marcantes das produções agrícolas, com possibilidades de fortalecimento das identidades territoriais.

Esse é um caminho que envolve burocracias e faz com que sobretudo comunidades pequenas de produtores não conheçam tal processo ou simplesmente

não tenham interesse em defender uma IG por pensarem que isso pode não significar diferenças substanciais em seus produtos.

O Polvilho da Região do Cará pode continuar sendo produzido de acordo com as tendências de mercado, com as formas industriais e artesanais que ora apresenta, ou pode ganhar novos contornos a partir da conquista da IG. Os efeitos dessa defesa e do registro específico junto a órgãos oficiais levam tempo tanto para serem consolidados quanto para que se possa medir os impactos, sejam eles positivos ou negativos. Por isso algumas questões ainda vão levar tempo para serem respondidas por completo.

Partiremos então para algumas reflexões que retomam as questões centrais sobre como estruturar territórios e produções agrícolas de forma a deixá-los mais fortes aos constantes embates local-global. Ao pensar em aspectos locais de relevância, nos remetemos ao bioma Cerrado. Finalizaremos o capítulo tentando apresentar algumas contribuições sobre os critérios que levam à classificação de algo tradicional e ao conceito de globalização alimentar, tentando relacionar os estudos de caso que fizemos na RMG com questões teórico-metodológicas mais amplas.

4.7 De volta ao Cerrado: maneiras de lidar com a globalização

Depois de transitar pela modernização territorial e, conseqüentemente, pelos processos de produção de alimentos, identificar as tendências e particularidades da RMG, os impactos da globalização na construção dos hábitos e culturas alimentares e ainda os paradoxos da patrimonialização relacionada a comidas ou formas de se comer em municípios da RMG, tentaremos levantar os critérios que percebemos serem utilizados para se definir algo como tradicional ou global.

Para compreender uma cultura culinária, precisamos nos atentar aos aspectos qualitativos dos elementos que compõem os alimentos – para além de contabilizá-los, é importante entendê-los dentro de seus contextos sociais e culinários ao longo da história. Conforme afirmam Heidrich e Pires, “as pesquisas qualitativas privilegiam o estudo de questões subjetivas, geralmente não quantificáveis” (HEIDRICH; PIRES, 2016, p. 22). Tais autores explicam ainda que a abordagem qualitativa da pesquisa em geografia cultural tem como objetivo revelar os principais atributos do espaço mais do que caracterizar extensivamente algum fenômeno.

Origem dos alimentos ou seu uso em pratos, o que é mais relevante para se determinar uma cultura alimentar? É possível segmentar esses dois momentos ou é possível analisá-los de forma integrada? Essa pergunta é bastante norteadora, apesar da dificuldade em elencar elementos que sustentem tudo o que podem significar. Antes de apresentarmos algumas formas de lidar com o processo de globalização das culturas alimentares, buscaremos entender os alimentos junto ao seu contexto: origem e uso cultural nos territórios.

Destacamos dois eixos principais para análise:

- 1)** o debate sobre a origem e o cultivo dos alimentos;
- 2)** as receitas culinárias elaboradas pelos povos.

O primeiro aspecto deve-se ao fato de que o que é produzido em determinado território influencia bastante a cultura culinária. O segundo ponto complementa e avança com relação à complexidade da construção cultural dos alimentos, pois, para além da produção, existe o uso dos alimentos em receitas. Essas receitas são chaves importantes para se entender como cada povo utiliza um ingrediente em favor de suas construções culinárias cotidianas e sazonais, para momentos festivos ou de celebrações.

Começaremos então com o primeiro ponto: **1)** a origem e também o cultivo dos alimentos. Esse parece ser um bom ponto de partida porque, qualquer que seja a receita culinária, será necessário iniciar justamente pela seleção de alimentos, ou, na linguagem culinária, os ingredientes. Dificilmente chegaremos a uma cultura alimentar tradicional sem passar por um ingrediente ou uma base alimentar bastante forte e relevante localmente. Portanto, para ser considerada uma construção culinária tradicional, é fundamental que se leve em consideração os ingredientes disponíveis naquela região. É importante se atentar ainda ao fato de que cada cultura e sociedade definem suas práticas, seus tabus e seus alimentos desejados ou comestíveis.

A definição de um sistema alimentar envolve o conjunto de estruturas tecnológicas e sociais constituintes do processo que vai da produção ao consumo de alimentos reconhecidos pelo consumidor como comestíveis (POULAIN, 2004). Para Dória e Pellerano (2019), essa diferença passa necessariamente pela diferenciação entre comer e nutrir. Os autores apontam que cada sociedade seleciona suas preferências a partir de movimentos de escassez ou abundância, considerando:

[...] (caça, coleta, cultivo), distribuição (centralizada ou não), transação comercial (compra, venda, troca, oferenda), preparo (comer cru ou cozido e de que forma transformar esse alimento), combinação de ingredientes (arroz com feijão, como no Brasil ou com coelho e frutos do mar, como na Espanha) e consumo (sozinho, com companhia, à mesa de jantar, em frente à televisão, na lanchonete) daquilo que se reconhece como comida (DÓRIA; PELLERANO, 2019, p. 122).

Ainda de acordo com Dória e Pellerano (2019), a diferença entre comer e nutrir-se é um fenômeno moderno e não fazia sentido para as sociedades tradicionais. Por isso é necessário compreender a origem de uma forma ampla, considerando não apenas onde “surgiu” determinado alimento, mesmo porque um mesmo alimento pode ter mais de uma origem.

Os aspectos físico-naturais depois serão somados aos sociais e culturais. Perguntas como: o que é possível cultivar localmente? E também: o que é cultivado nessa região também é consumido com frequência pela população que ali reside? Essas são duas perguntas importantes para se identificar bases sólidas que permitiriam primeiro a disponibilidade do alimento e, depois, uma cultura culinária a se fixar. O consumo recorrente no cotidiano e também em eventos sazonais ou festivos começa a nos sinalizar que aquela cultura culinária pode ser também tradicional de determinada região.

A interpretação da origem, para analisar problemas culturais da alimentação, necessita caminhar com o cultivo e a adaptação de uma cultura alimentar aos aspectos físico-naturais que permitem sua produção constante e abundante em determinada região. Para Lévi-Strauss (2004), a modificação do alimento do cru ao cozido foi interpretada como o processo de passagem do homem da condição biológica para a social.

Moreira (2010) faz uma boa reflexão sobre o ato de comer junto e comer separado enquanto ato social. Para a autora, enquanto as refeições individuais colocam os sujeitos em seu interesse mais pessoal, comer acompanhado coloca o indivíduo diante do grupo. Portanto, o ato de comer torna-se um caminho para relacionamentos sociais: um meio de criar uma comunidade.

A origem da palavra companhia deriva da palavra latina *companion*: “uma pessoa com quem partilhamos o pão” (VISSER, 1998). O ato de compartilhar o pão em nossa cultura remete a amizade e, também, a confiança, prazer e gratidão; além

da denotação social, esse ato é também vinculado a religiões cristãs, que possuem forte influência na cultura brasileira.

Esse conjunto de elementos que se referem aos alimentos, às receitas e, principalmente, ao ato de comer nos faz interpretar os alimentos para além dos seus lugares de origem ou cultivo; além da origem de um fruto, estão suas formas de preparo ou consumo. O significado dos alimentos para as culturas alimentares se dá em múltiplas camadas. A origem biológica ou enquanto bioma é importante, mas depois precisamos considerar esse ingrediente e seu respectivo uso cultural e culinário para então contextualizá-los junto a uma sociedade.

Um alimento pode ser originário em uma região do globo, mas ter o consumo culinário mais expressivo em outro lugar para além de sua origem biológica. Isso se explica porque origem biológica e uso cultural dos alimentos são problemas distintos. Como mencionamos, um alimento originário do continente africano pode ter se adaptado muito bem ao clima e ao solo sul-americano.

O abacate pode ser consumido de forma doce ou salgada, a depender da cultura em que está inserido, apenas para citar um exemplo. Um peixe pode ser servido cru, cozido, frito ou virar uma moqueca. Essas mudanças regionais nos tipos de preparo dos alimentos devem ser consideradas relevantes para o delineamento da abordagem cultural na geografia dos alimentos.

Há de se considerar ainda que não existe uma única origem para alguns alimentos. O milho, por exemplo, foi e ainda é a alimentação básica de várias civilizações importantes ao longo dos séculos. Os Maias, os Astecas e os Incas consumiam o cereal na arte, na religião e na alimentação há séculos (ABIMILHO, 2008).

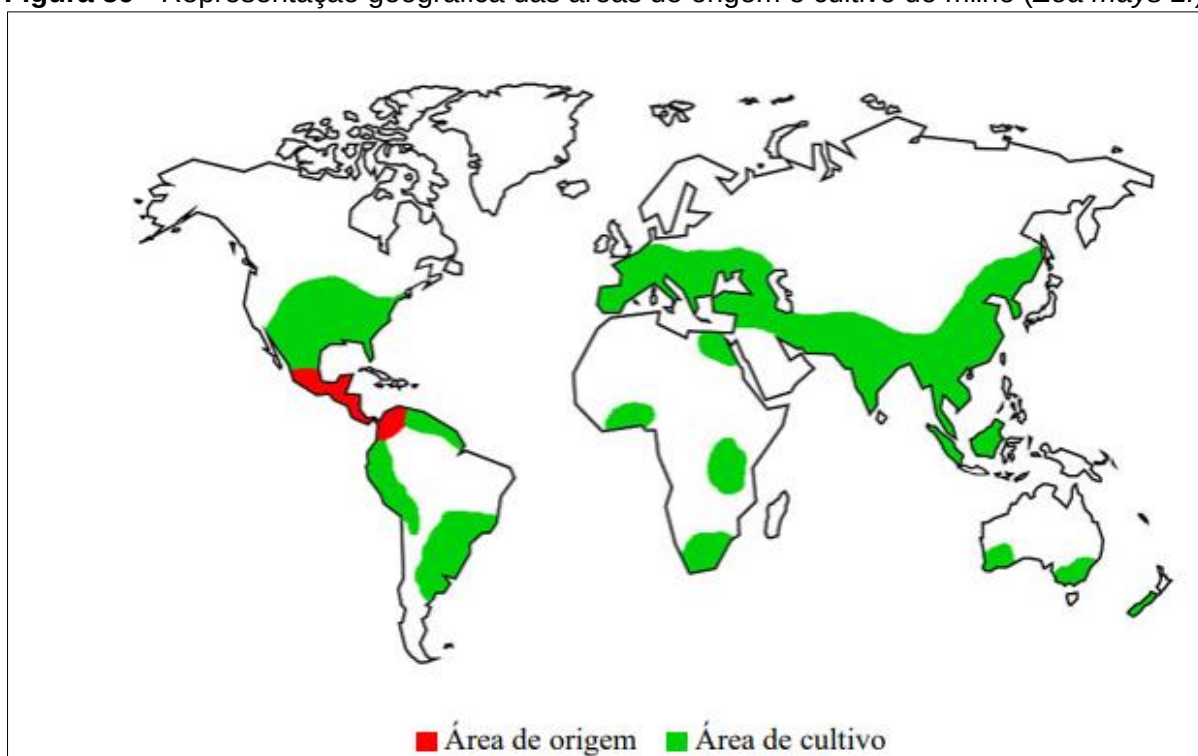
Como várias sociedades ao longo de vários séculos utilizam o milho de forma bastante central, seria necessário um estudo de genética e de história bastante extenso para se chegar a uma origem específica. Identificar exatamente qual foi a primeira sociedade que priorizou o milho não nos ajudaria completamente na compreensão das culturais culinárias que possuem o milho como protagonista.

Cascudo, ao abordar a origem do milho, destacou a importância de sua irradiação geográfica como um dos fatores que o tornaram um alimento de destaque para a cultura alimentar nas Américas, afirmando que “o milho valorizou-se ainda mais

por ter dado assunto, há mais de meio século, aos pesquisadores. Como nenhum outro produto *made in America*, tem a honra de possuir uma bibliografia erudita e sem fim” (CASCUDO, 2011, p. 110).

Ao tratar da problemática da origem, o autor se posiciona da seguinte forma: “o milho está cultivado há cinquenta séculos na América” (CASCUDO, 2011, p. 111), sendo uma forma de mostrar a relevância histórica do cultivo desse alimento. Para exemplificar essa diferenciação entre origem e produção, apresentamos o mapa da Figura 59, espacializando a origem do milho na América e também o cultivo em diferentes continentes. A origem do milho é alvo de constantes estudos em diferentes áreas do conhecimento, incluindo descobertas arqueológicas (PIPERNO; FLANNERY, 2001).

Figura 59 - Representação geográfica das áreas de origem e cultivo do milho (*Zea mays* L.)



Fonte: Cia Lombardia (2002).

Se fôssemos destacar o uso do milho em construções culinárias, a lista seria praticamente infinita, pois cada sociedade que se apropriou do milho fez um uso diferente de seu potencial cultural e nutritivo. Estudos que analisam microfósseis

retirados do solo da costa do estado mexicano de Tabasco mostram que nossos ancestrais já cultivavam o milho há 7.300 anos Antes da Era Comum (AEC).

Somente essa pesquisa ampliou em 1.200 anos o conhecimento científico até então difundido sobre a domesticação do milho. Futuramente, outras pesquisas podem chegar a origens ainda mais remotas, considerando o processo de domesticação e produção do milho (MAZOYER; ROUDART, 2010).

Destacamos esse caso do debate sobre as origens do milho para exemplificar o papel da intensificação dos transportes, que também ampliam as possibilidades dos usos de alimentos em culturas variadas quanto mais facilidades existem em transportá-los. Essa facilidade pode moldar novos padrões de consumo. Até a intensificação dos meios de transporte, as pessoas se viam limitadas a consumir o que estava por perto.

O que poderia ser transportado de uma região para outra no século XIX foi bastante ampliado para o que se transporta atualmente no século XXI. Castells (1999, p. 497) afirma que “a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura”.

Castilho (2017, p. 84), ao estudar o impacto das redes técnicas para a dinamização territorial do estado de Goiás, observou que “a ferrovia ampliou as possibilidades de circulação dos excedentes e dinamizou a prática agrícola”. Para exemplificar, o autor cita que, após a implantação de trilhos, houve o incremento na exportação de arroz, feijão, farinha de mandioca, mamona, caroço de algodão, entre outros produtos. O caso do café merece destaque, pois, entre 1921 e 1924, houve um crescimento de 376,4% nas exportações de Goiás para São Paulo por meio da ferrovia.

Apesar de a incorporação das redes técnicas ser focada principalmente para dinamizar a economia, com o passar do tempo e com a intensificação dos fluxos, se pode dizer que ocorre também uma influência no que se pode importar em termos de alimentos para o estado de Goiás. Uma vez intensificados os fluxos de produtos e mercadorias pelo globo, a maneira como os alimentos são inseridos em uma dieta expõe muito mais a cultura dos povos do que um rastreamento genético de sua origem.

Em continuidade a este debate sobre origem de alimentos, tradições e redes técnicas que impulsionam seu cultivo e seus usos em vários pontos do território, continuamos o reconhecimento da relevância das receitas culinárias elaboradas e mantidas historicamente pelos povos.

A questão da produção ou origem dos alimentos seria relativamente fácil de ser solucionada se as regiões fossem ilhas produtoras estáticas ou se os processos de globalização e as redes técnicas não estivessem tão inseridos nos territórios. Seria simples analisar uma cultura alimentar pela produção se cada região produzisse apenas o que é “nativo” ou o que se tornou uma cultura adaptada àquele lugar.

Sobre o processo de modernização e agricultura, Castilho afirma:

[...] a modernização, portanto, não é apenas agrícola, agrária ou urbana (para não dizer industrial), nem se restringe a algumas regiões. Ela é territorial porque os processos que dela derivam tem uma característica essencialmente política [...] (CASTILHO, 2017, p. 56).

Isso posto, entendemos como ser mais prudente verificar o fenômeno considerando o território como centralidade. Com o avanço das técnicas e tecnologias agrícolas, sobretudo a partir dos anos de 1970, atualmente se tornou possível produzir quase qualquer cultura alimentar em quase qualquer região ou território. Há de se ponderar alguns extremos, como as regiões muito frias ou muito quentes. Para produzir, por exemplo, um legume mais habituado a regiões frias em um solo do Cerrado, o esforço técnico e os investimentos necessários podem tornar o esforço pouco interessante quando se considera o retorno financeiro. Mas, tecnicamente, muito é possível com o que já existe disponível em termos de técnicas e tecnologias disponíveis.

O processo de modernização territorial, que avança também para o campo, influencia as produções de alimentos, fazendo com que os povos pensem, elaborem e necessitem de ações de (re)existência para que a modernização excludente não os impeça de produzir e de existir. Sobre os processos de (re)existência, Pelá e Mendonça pontuam ser este:

[...] um processo de permanência, modificada por uma ação política que se firma nos elementos socioculturais. Significa re-enraizar para continuar enraizado ou poder criar novas raízes e mesclá-las com as já existentes, formatando espacialidades como condição para continuar (Re)Existindo. (PELÁ; MENDONÇA, 2010, p. 54, grifo nosso).

Com esse grifo, estamos propondo uma outra interpretação sobre o que foi afirmado ao relacionar que criar e manter aspectos culinários a partir de ingredientes do bioma local, no caso o Cerrado, também é uma forma de resistir. A manutenção de receitas e ingredientes locais ao longo do tempo também pode ser entendida como uma forma de criar novas raízes e mesclá-las com as já existentes, vindas de outras culturas e referências.

Por isso os usos em receitas são elementos potentes para se pensar as (re)existências. Uma vez que se criam e se sustentam ao longo da história receitas amplamente aceitas, os povos vão se orientar na organização e manutenção delas, sendo menos direcionados a padrões alimentares estranhos à cultura local.

Para que se possa criar receitas a partir dos biomas em que estamos inseridos, inicialmente é necessário que os biomas continuem existindo. Assim, o frequente desmatamento, substituindo as árvores por pastagem, certamente pode fazer sucumbir muitos dos ingredientes que poderiam ser conhecidos e utilizados pela sociedade.

Em outra via, é preciso que esse conhecimento seja ampliado em todas as camadas sociais. Essa tarefa não é fácil, pois, conforme discutimos em capítulos anteriores, enquanto os biomas e os alimentos locais são deixados de lado, a indústria dos alimentos trabalha para que seus produtos sejam cada vez mais conhecidos, demandados e utilizados em dietas do dia a dia. Retornemos então para o Cerrado e seu potencial por entendermos que a discussão de patrimônio alimentar deveria não apenas tangenciar o bioma, mas ser feita a partir dele.

Segundo o MMA (2002), o Cerrado é uma das regiões de maior biodiversidade do mundo, resguardando cerca de 6 mil espécies de árvores e 800 espécies de aves, com mais de 40% das espécies de plantas lenhosas e 50% das abelhas endêmicas. Ao lado da Mata Atlântica, é considerado um dos *hotspots* mundiais, ou seja, um dos biomas mais ricos e ameaçados do mundo.

Depois de algumas reflexões sobre esse tema, olhar para nossos biomas parece, realmente, um bom caminho. Nosso bioma é mais ancestral do que nós mesmos. “O Cerrado tem 65 milhões de anos. De todos os ambientes da história recente do planeta, o cerrado é o mais antigo. Ele já atingiu seu clímax evolutivo. O que significa que, uma vez degradado, ele não se recupera nunca mais na plenitude da sua biodiversidade”, afirmou o antropólogo Altair Barbosa.

Isso nos direciona para o pensamento de que, antes de pensar em que culinária é possível fazer com pequi, mangaba, buriti, baru, murici, goiaba, graviola, jatobá, araticum, é preciso pensar no próprio Cerrado, visto que, sem ele, as culturas alimentares *in natura* ou as culturas alimentares geradas a partir das histórias, das vivências, das técnicas do campo ou das técnicas aprendidas pelos grandes cozinheiros e pelas cozinheiras de nosso tempo sequer fazem sentido.

Nesse contexto, apresentamos no Quadro 8, a seguir, a época de frutificação e a vegetação de ocorrência para a coleta de frutos e sementes das principais espécies frutíferas nativas do Cerrado.

Quadro 8 - Frutos do Cerrado: época de frutificação e vegetação de ocorrência

Nome comum	Nome científico	Frutificação	Vegetação de ocorrência
Amora-Preta	<i>Rubus brasiliensis</i> .	set. a fev.	Mata de Galeria
Ananás	<i>Ananas ananassoides</i>	out. a mar.	Cerrado, Cerradão e Mata de Galeria
Araçá	<i>Psidium firmum</i>	out. a dez.	Cerrado e Cerradão
Araticum	<i>Annona crassiflora</i>	fev. a mar.	Cerrado e Cerradão
Araticum-de-Casca-Lisa	<i>Annona coriacea</i>	dez. a mar.	Cerrado, Cerradão, Campo Sujo e Campo Rupestre ¹
Araticum-Rasteiro	<i>Annona pygmaea</i>	dez. a mar.	Campo Sujo e Campo Limpo
Araticum-Tomentoso	<i>Annona cf. tomentosa</i>	dez. a mar.	Cerrado e Campo Sujo
Babaçu	<i>Orbygnia cf. phalerata</i>	out. a jan.	Mata Seca ²
Bacupari	<i>Salacia campestris</i>	set. a dez.	Cerrado, Cerradão e Campo Sujo
Banha-de-Galinha	<i>Swartzia langsdorfii</i>	ago. a out.	Mata Seca, Mata de Galeria
Baru	<i>Dypterix alata</i>	set. a out.	Mata Seca, Cerradão e Cerrado
Buriti	<i>Mauritia vinifera</i>	out. a mar.	Mata de Galeria e Vereda
Cagaita	<i>Eugenia dysenterica</i>	out. a dez.	Cerrado e Cerradão

Cajuzinho-do-Cerrado	<i>Spondia cf. lutea L.</i>	dez. a fev.	Mata de Galeria
Caju-de-Árvore-do-Cerrado	<i>Anacardium othonianum</i>	set. a out.	Cerrado e Cerradão
Caju-Rasteiro	<i>Anacardium pumilum</i>	set. a out.	Campo Sujo e Campo Limpo
Cajuzinho-do-Cerrado	<i>Anacardium humile</i>	set. a nov.	Cerrado, Campo Sujo e Campo Limpo
Chichá	<i>Sterculia striata</i>	ago. a out.	Cerradão e Mata Seca
Coquinho-do-Cerrado	<i>Syagrus flexuosa</i>	set. a mar.	Cerrado e Cerradão
Croadinha	<i>Mouriri elliptica</i>	set. a out.	Cerrado e Cerradão
Curriola	<i>Pouteria ramiflora</i>	set. a mar.	Cerrado e Cerradão
Fruto-do-Tatu	<i>Crhysophyllum soboliferum</i>	nov. a jan.	Cerrado e Campo Sujo
Gabiroba	<i>Campomanesia cambessedean</i>	set. a nov.	Cerrado, Cerradão e Campo Sujo
Gravatá	<i>Bromelia balansae</i>	out. a mar.	Cerrado e Cerradão
Guapeva	<i>Pouteria cf. gardineriana</i>	nov. a fev.	Cerradão, Mata Seca e Mata de Galeria
Guariroba	<i>Syagrus oleraceae</i>	set. a jan.	Mata Seca
Ingá-do-Cerrado	<i>Inga laurina Willd..</i>	nov. a jan.	Mata de Galeria, Cerradão e Mata Seca
Jaracatiá	<i>Jacaratia hiptaphylla</i>	jan. a mar.	Mata Seca
Jatobá-do-Cerrado	<i>Hymenaea stigonocarpa</i>	set. a nov.	Cerrado e Cerradão
Jatobá-da-Mata	<i>Hymenaea stilbocarpa</i>	set. a nov.	Cerradão, Mata Seca e Mata de Galeria
Jenipapo	<i>Genipa ameriacana</i>	set. a dez.	Mata Seca, Cerradão e Mata de Galeria
Jerivá	<i>Syagrus romanzoffiana</i>	abr. a nov.	Cerradão e Mata de Galeria
Lobeira	<i>Solanum lycocarpum</i>	jul. a jan.	Cerrado, Cerradão e Campo Sujo
Macaúba	<i>Acrocomia aculeata</i>	mar. a jun.	Mata Seca e Cerradão
Mama-Cadela	<i>Brosimum gaudichaudii</i>	set. a nov.	Cerrado e Cerradão
Mangaba ³	<i>Hancornia spp.</i>	out. a dez.	Cerrado e Cerradão
Maracujá-de-Cobra ⁴	<i>Passiflora coccinea</i>	set. a nov.	Mata de Galeria e Cerradão
Maracujá-do-Cerrado	<i>Passiflora cincinnata</i>	out. a mar.	Cerrado e Cerradão

Maracujá-Doce	<i>Passiflora alata</i>	fev. a abr.	Mata de Galeria e Mata Seca
Maracujá-Nativo ⁵	<i>Passiflora eichleriana</i>	out. a mar.	Mata de Galeria, Cerradão e Mata Seca
Maracujá-Roxo	<i>Passiflora edulis</i>	fev. a ago.	Mata de Galeria
Marmelada-de-Bezerro	<i>Alibertia edulis</i>	set. a nov.	Cerrado e Cerradão
Marmelada-de-Cachorro	<i>Alibertia sessilis</i>	out. a dez.	Cerrado e Cerradão
Marmelada-de-Pinto	<i>Alibertia elliptica</i>	out. a dez.	Cerrado e Cerradão
Melancia-do-Cerrado	<i>Melancium campestre</i>	mai. a jul.	Cerrado, Campo Sujo e Campo Limpo
Murici	<i>Byrsonima verbascifolia</i>	nov. a mar.	Cerrado e Cerradão
Palmito-da-Mata	<i>Euterpe adulis</i>	abr. a out.	Mata de Galeria
Pequi	<i>Caryocar brasiliense</i>	out. a mar.	Cerrado, Cerradão e Mata Seca
Pequi-Anão ⁶	<i>Caryocar brasiliense</i> <i>subsp. Intermedium</i>	fev. a abr.	Cerrado, Campo Limpo, Campo Sujo e Campo Rupestre
Pêra-do-Cerrado	<i>Eugenia klotzschiana</i>	out. a dez.	Cerrado e Cerradão
Perinha	<i>Eugenia lutescens</i>	set. a nov.	Cerrado, Cerradão e Campo Sujo
Pimenta-de-Macaco	<i>Xilopia aromatica</i>	set. a jan.	Cerrado e Cerradão
Pitanga-Vermelha	<i>Eugenia calycina</i>	set. a dez.	Cerrado e Campo Sujo
Pitomba-do-Cerrado	<i>Talisia esculenta</i>	out. a jan.	Mata Seca e Cerradão
Puçá	<i>Mouriri pusa</i>	set. a out.	Cerrado e Cerradão
Saputá	<i>Salacia elliptica</i>	out. a dez.	Mata de Galeria
Tucum-do-Cerrado	<i>Bactris spp.</i>	jan. a mar.	Mata de Galeria
Uva-Nativa-do-Cerrado	<i>Vitis spp.</i>	jan. a mar.	Mata Seca e Calcária

Autoria: SILVA, D. B. da et al. (Embrapa Informação Tecnológica; Planaltina, DF: Embrapa Cerrados, 2001).

Organização: Sena (2022).

(1) Campo Rupestre: tipo fisionômico predominantemente herbáceo e arbustivo, com presença eventual de pequenas árvores. Ocorre em solos rasos com afloramento de rocha, em altitudes superiores a 900 m.

(2) Mata Seca: formações florestais caracterizadas por diversos níveis de caducifolia durante a estação seca.

(3) Ocorrência predominante em áreas de solos pedregosos, morros e serras.

(4) Ocorrência restrita aos vales dos rios Araguaia e Paraguai.

(5) Ocorrência restrita aos vales do Médio e Baixo São Francisco.

(6) Ocorrência restrita ao sul de Minas Gerais.

Olhando essa lista vasta de possibilidades de consumo de frutos do Cerrado e comparando com os usos do território goiano para produção de alimentos, as principais toponímias e tipos de estabelecimento de alimentação na RMG, o cardápio da alimentação escolar e nossos patrimônios alimentares já reconhecidos por lei, é lamentável reconhecer como nossa alfabetização do paladar tem sido negligenciada quanto aos aspectos culturais locais.

Nosso conhecimento de sabores da indústria da alimentação antecede nossas noções básicas sobre os frutos que estavam ali antes mesmo de a gente nascer. Não parece razoável, mas é provável que muitos de nós conheçamos primeiro a geleia de “frutas vermelhas” com referência a frutas que nunca vimos no quintal, quando poderíamos ter conhecido a amora-do-mato (*Rubus urticifolius*), o bacupari-do-cerrado (*Salacia crassifolia*), o buriti (*Mauritia flexuosa*), a marmelada (*Cordeira sessilis*), a pitanga do campo (*Eugenia punicifolia*), entre outros frutos.

Mesmo quando nos interessamos em ampliar nossa visão de mundo por meio da conquista de outros sabores e buscamos ampliar nosso conhecimento sobre o assunto e conquistar novos paladares, todo universo que nos cerca (desde os supermercados até os pequenos e grandes restaurantes do dia a dia) parece estar remando contra a correnteza.

Afirmo com certo constrangimento, pois me interesso bastante pelo tema, que ainda assim conheço pouco do que se exhibe nas páginas coloridas de um livro que catalogou uma centena de frutos do Cerrado apresentando-os como 100 espécies atrativas para *Homo sapiens*, de Kuhlmann e Andrade (2021). Esse catálogo está organizado de acordo com as épocas do ano, dividindo por meses o momento de frutificação de cada fruto, dos quais a maioria nunca tive a oportunidade de provar.

Choca-me saber a amplitude do que ainda não provei porque, em uma vida urbana apressada, os alimentos estão sempre tão iguais nas seções dos hiper, mega, super ou mesmo dos minimercados. Fomos adestrados e conduzidos a comer mais do mesmo pela praticidade, pelo preço, pela forma como as coisas são e pelos processos que incorporamos em nossas formas de viver.

A relevância do Cerrado enquanto bioma e berço das águas é notória e reconhecida por muitos segmentos da sociedade. Mas, quando se pensa no mesmo bioma enquanto potência agroecológica ou campo de patrimônio alimentar, uma

grande parte da população não conhece sequer os frutos comestíveis para além dos mais comuns.

Mesmo que atualmente o Cerrado esteja passando por uma série de desmatamentos, perdendo ano após ano uma parte significativa de seu potencial biológico, incluindo fauna e flora, ainda faz sentido pensar nele como patrimônio alimentar. Segundo Bessi re, um patrimônio surge no conflito entre forças políticas ‘tradicionais’ e ‘modernas’. Nesse conflito, a tradição presume continuidade, permanência, estabilidade e reprodução, portanto são valores envoltos em “Ideologia da Conservação”, enquanto a modernidade representa cisma, mudança, dinamismo, construção e criação, por isso uma “Ideologia da adaptação a novas situações, inovação” (BESSI RE, 1998, p. 29). Isso significa que as contradições entre moderno e tradicional não excluem a possibilidade de se pensar em patrimônios.

Nesse sentido, propomos um retorno ao bioma Cerrado para entendê-lo não enquanto um “museu” guardião dos sabores, mas sim para entender que tal bioma já está inserido nas lógicas modernas de nosso tempo e tem sido desgastado em nome de uma cultura alimentar exportadora chamada Agronegócio.

Se outras reflexões e formas menos devastadoras de se apropriar dessas culturas alimentares não forem pensadas, sobretudo as que conseguem extrair riquezas sem fazer sucumbir suas formas de regenerar, pouco pode sobrar enquanto bioma para esta geração e também para as gerações futuras. Não estamos defendendo um debate ecológico abstrato, mas sim algo que precisa ser entendido e estudado para que se possa pensar nesse bioma enquanto patrimônio dos povos do Cerrado, sejam eles habitantes do campo ou das cidades.

Quando se pautam a preservação e a construção de patrimônios (não apenas de recursos naturais, mas sim uma visão ampliada do que seja o patrimônio), nota-se que eles são muito mais uma “reação” ao que tem sido atacado ou que corre risco de se perder do que ações propositivas e planejadas, conforme pontua Tomaso:

Os investimentos nas ações de preservação se devem, em grande medida,   necessidade de reagir localmente às transformações das estruturas da economia mundial, caracterizada tanto pela crise das sociedades industriais, quanto pelo crescente consumo e pela expansão dos lugares de lazer. (TOMASO, 2012, p. 21), grifos nossos).

Nesse sentido, o processo de patrimonialização surge frequentemente como uma reação às transformações das estruturas econômicas mundiais. Se o Cerrado está sendo profundamente transformado para a monocultura, não seria um momento de repensar caminhos? Em outros estudos de Tomaso (2007), 2012), a autora analisa a forma como têm sido construídos os patrimônios em Goiás ao longo dos anos por meio da observação de ações dos entes oficiais que lidam com a memória e a cultura, bem como os critérios utilizados para selecionar ou excluir o que entendem como prioridade.

Um primeiro grupo de práticas de apropriações vem sendo agenciado pelos técnicos, especialistas e burocratas do IPHAN desde a década de 50. Dizem respeito à ação técnica e institucional de selecionar (o que implica em excluir) os bens representativos da nação, reconhecê-los como patrimônios, declarar decisões sobre restauração, conservação e recuperação, bem como decidir sobre requalificação e usos de algumas edificações e lugares públicos (TOMASO, 2007, p. 29, grifos nossos).

Como vimos neste capítulo, o patrimônio alimentar selecionado para preservação na RMG e em Goiás ou tem sido uma reação populista à pressão de outros estados por protagonismo (como no exemplo do pequi) ou tem refletido aspectos da globalização que se materializam na RMG e mudam os hábitos a tal ponto que passam a ser reconhecidos por órgãos oficiais enquanto cultura local, como no caso do Pit Dog e da jantinha.

Iniciativas de inserir frutos do Cerrado no café da manhã ou de reconhecer o empadão goiano são muito tímidas e muitas vezes não refletem os hábitos predominantes de uma população que já foi cooptada por outras correntes de alimentação. Assim, quando analisamos os patrimônios já existentes e identificamos os desafios que estão no nosso entorno, vemos que esses desafios são intensificados quando consideramos que o que está em curso é um processo de globalização alimentar.

Para explicar o que estamos chamando de globalização alimentar, elaboramos dois esquemas-síntese que esperamos dar conta de amparar as reflexões que

fizemos com autores e pesquisas que versam sobre o processo de globalização e que refletem sobre a alimentação em nosso tempo.

O primeiro esquema foi apresentado de forma circular para dar uma noção de continuidade desse processo. A globalização alimentar seria então um processo contínuo que envolve duas sínteses: dos processos locais e dos processos globais. Essa síntese se junta ainda à resiliência desses processos ao longo do tempo. Esses movimentos são tanto locais quanto globais e estão dialeticamente relacionados. O movimento circular levanta ainda a ideia de continuidade e interdependência (Figura 60).

O processo de globalização avançou tanto com o incremento de novas redes técnicas no território que se torna difícil pensar em algo que possa pará-lo. Ao contrário disso, a velocidade que as mudanças no meio técnico-científico-informacional promovem tende a antecipar uma novidade antes mesmo de a última ter sido compreendida ou incorporada pela população. Por isso trata-se também de uma tentativa excludente de padronizações.

Figura 60 - Esquema conceitual sobre globalização alimentar



Organização: Sena (2023).

O processo de globalização, quando atrelado à alimentação, precisa ser analisado com cautela porque ele se torna intrínseco até mesmo à existência das pessoas. É certo que a globalização excludente, sob a perspectiva financeira, também provoca exclusão e desigualdades latentes.

Porém, quando se pensa nos alimentos, suas características nutricionais e culturais têm sido alvo de disputas de grandes produtoras de *commodities* ou de mercados bilionários que controlam processos que podem influenciar a forma como pessoas de todos os continentes comem – estamos falando em mudanças estruturais na sociedade. Constatamos que é possível que patrimônios alimentares completos sejam extintos, dando lugar a um padrão alimentar genérico e repetitivo, que tem inclusive provocado o aumento da obesidade em todo o mundo, e tantas outras doenças que decorrem dela.

Como afirmamos no início desta pesquisa: o domínio da produção de alimentos é uma importante ferramenta do exercício de poder em nosso tempo. Por mais que se relacione a ideia de poder e de domínio a questões territoriais ou conquistas de áreas, entendemos que a dominação abrange também os aspectos culturais dos povos, ou seja, o que existe de mais humano e singular em nós.

A autora Diez Garcia (2003) reconhece que a globalização atinge a indústria de alimentos, o setor agropecuário, a distribuição de alimentos em redes de mercados de grande superfície e em cadeias de lanchonetes e restaurantes. Ou seja, estamos diante de um processo com diversas capilaridades, que está presente em territórios de cidades de todos os portes e com repercussões na saúde nutricional, em questões políticas e em significados que pessoas de todas as idades atribuem ao que comem.

Diez Garcia (2003) enxerga ainda que os usos do discurso científico na publicidade de alimentos também exercem seu papel no cenário das mudanças alimentares. Nesse sentido, até mesmo os espaços críticos e capazes de promover estudos que ampliem a visão de mundo das pessoas para se aproximar de seus alimentos históricos também podem auxiliar empresas a fazerem exatamente o contrário.

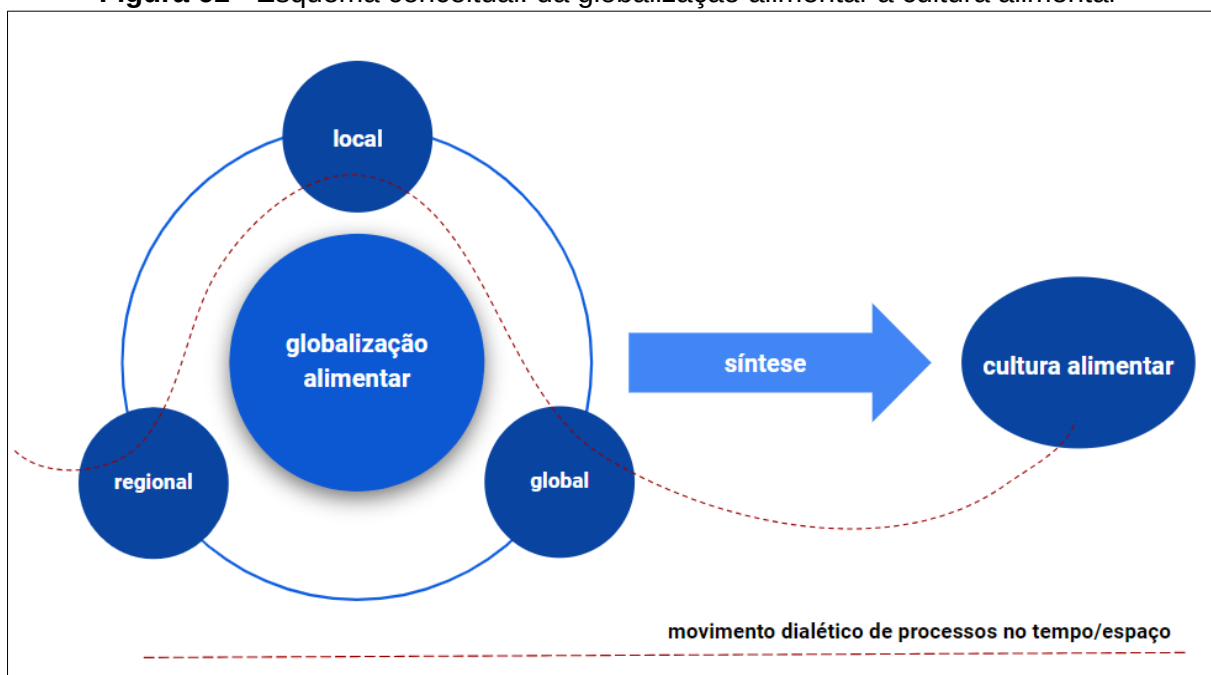
Ainda em diálogo com essa autora, ela afirma que essa questão não é séria apenas em países com menos recursos ou menos desenvolvidos.

Embora nos países mais pobres estas tendências de consumo estejam distribuídas diferentemente nos segmentos de classes sociais de acordo com as possibilidades de acesso aos bens de consumo, no plano simbólico os desejos de consumo por si só marcam uma inclinação a este perfil alimentar (DIEZ GARCIA, 2003).

O processo de globalização alimentar não é um processo de dominação total ou de substituição sumária de tudo o que se tem para recolocar pratos padronizados no local das culinárias locais. É um processo lento que envolve inclusive a mistura de referências, almejando um tom genérico a comida do cotidiano.

Proença (2010) nota o destaque recente da comida japonesa, tailandesa, mexicana, peruana e turca em muitos lugares, além dos restaurantes ditos típicos, simplesmente misturando-se às comidas locais.

Figura 61 - Esquema conceitual: da globalização alimentar à cultura alimentar



Organização: Sena (2023).

Ampliando esta reflexão para chegarmos à influência da globalização alimentar na cultura alimentar, dialogamos com Santos quando diz que “cada lugar é, ao mesmo tempo, objeto de uma razão global e de uma razão local, convivendo dialeticamente” (1996, p. 273). O autor afirma ainda que o espaço geográfico viabiliza a globalização

na medida em que ele materializa três de seus pressupostos: “a unicidade técnica, a convergência dos momentos e a unicidade do motor” (SANTOS, 1994, p. 49). Esse ponto é bastante profícuo para compreendermos os processos que estudamos até aqui.

A unicidade técnica foi uma das responsáveis por promover as primeiras mudanças estruturais no campo goiano, que, por sua vez, voltou o território todo a uma produção que pensa mais em quanto de lucro pode se conquistar com o plantio em determinada área do que nos outros elementos que dizem respeito à cultura alimentar dos povos. Essas ações não são pontuais, mas sim cumulativas e convergem tanto para o passado quanto para o presente, em um movimento dialético no espaço-tempo que tentamos representar na base da Figura 61.

Os desafios regionais também presentes no esquema da Figura 61 remontam à tríade local-regional-global, que, além de serem estudados em diferentes linhas de pesquisa na Geografia, também estiveram presentes na obra *Metamorfoses da Cultura Liberal*, de Lipovetsky (2004), quando estuda os paradoxos das democracias hipermodernas perante os confrontos entre a regionalização e a globalização.

O autor aborda uma questão bastante interessante sobre a cultura ao ponderar sobre o império do espetáculo e do divertimento no capitalismo. Lipovetsky e Serroy (2011) afirmam que a cultura que caracteriza a época hipermoderna não é mais o conjunto das normas sociais herdadas do passado e da tradição (a cultura em sentido antropológico), nem mesmo o “pequeno mundo” das artes e das letras (a alta cultura). Para esses autores, a cultura se tornou um setor econômico em plena expansão, a tal ponto considerável que chega a falar, mão sem razão, em “capitalismo cultural”.

Essa argumentação é ampliada em outras obras dos autores:

Com o desenvolvimento do capitalismo artista, as fronteiras tradicionais que separavam cultura e economia, arte e indústria se esfumaram: a cultura torna-se uma indústria mundial, e a indústria se mistura com o cultural. A economia está cada vez mais na cultura, e está na economia: à economização crescente da cultura corresponde a culturalização da mercadoria. (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 158, grifos nossos).

Consideramos esse aspecto quando apontamos, no esquema da Figura 62, que o processo de globalização também pode ocasionar mudanças na cultura. Essa linha de estudos entende que economia, política e cultura se entrelaçam. Isso explica

por que entendemos que os *Pig Dogs*, por exemplo, por mais que sejam também fruto da globalização alimentar que chega a Goiânia e à RMG, e depois se estabelecem nos hábitos alimentares do povo goiano, conseguem esse tipo de atravessamento porque as fronteiras tradicionais que separam cultura, economia, arte e indústria se esfumam, como no trecho destacado.

As culturas alimentares materializadas nas paisagens não são exatamente o que dizem alguns conceitos de cultura essencialistas, que pretendem conservar ou buscar a essência ou subjetividade coletiva, mas sim esse que atravessa a complexidade do espaço-tempo e que se apresenta com representações bastante contraditórias e tumultuadas, como, aliás, a metrópole é. Em cidades contraditórias, um festival italiano pode representar uma das maiores festas gastronômicas do povo goiano em termos de público. Uma carroça pode frequentar um delivery do *McDonald's* e um sushi pode ter recheio de pamonha.

Isso causa espanto em quem tenta entender, isolar ou compreender as identidades das culturas alimentares e culinárias ancestrais ou autorais dos povos. Ao contrário do que se possa parecer, essas miscelâneas de referências não convivem harmonicamente, estão digladiando. Esse não é também um fenômeno circunscrito à RMG ou à realidade brasileira, conforme aponta Fischler (1990) ao fazer uma crítica à padronização de costumes alimentares e alimentos, vendo o *fast food* como algo presente na vida das pessoas independentemente do país em que elas vivam e como isso acaba com costumes e culturas alimentares locais, como o fato de comer sentado à mesa.

Sobre a influência da indústria na alimentação, Ritzer (2011) aponta o *fast food* como um paradigma contemporâneo mais representativo. Esse autor foi um dos responsáveis por contribuir com o conceito de McDonaldização, que pode ser resumido como a maneira pela qual “os princípios do restaurante fast-food começam a dominar mais e mais setores da sociedade norte-americana, bem como do resto do mundo” (RITZER, 2011, p. 533). Esse movimento atrapalha e rivaliza com as cozinhas autênticas e relacionadas com as memórias, as histórias e os processos de humanização das ações que envolvem a alimentação (LINDHOLM, 2008).

Esse conjunto de referências, além dos exemplos que estudamos, nos auxilia na tentativa de contribuir com a conceituação de globalização alimentar da seguinte

forma: a globalização alimentar pode ser entendida como o processo de transformação das culturas alimentares por meio das indústrias da alimentação e suas tentativas de padronização dos hábitos. Tal processo tende a pressionar, secundarizar e se apropriar de elementos locais até que possa substituí-los.

Essa substituição nem sempre se dá por completo porque envolve mudanças também nos ritos e simbolismos da comida em cada sociedade, que perpassam questões de classes sociais, gênero, identidades e estão presentes em espaços familiares, sociais, religiosos, de lazer, entre outros.

O processo de globalização alimentar, se consolidado, tende a distorcer e misturar as referências locais, ancestrais, históricas, juntamente com as globais, modernas e genéricas, e, quanto mais avança, mais coloca os sujeitos em dificuldade para separar suas identidades alimentares das demais identidades existentes. Assim, é possível que muitos entendem suas culturas como exóticas e as culturas dos grandes grupos empresariais da alimentação como familiares ou pertencentes a suas identidades. Essa mistura tende a ser desigual e promover hegemonias dos processos modernos em detrimento dos processos analógicos nos territórios que adentram.

Destacamos a importância de se atentar ao que a classe trabalhadora pode comer como algo que atravessa o material e o nutricional e consegue alcançar a totalidade dos significados em uma perspectiva que consiga ser mais do que a mera sobrevivência. Nesse sentido, salientamos dois momentos muito importantes da obra *A conquista do pão*, na qual Kropotkin pontua:

Entretanto o homem não é um ser que possa viver exclusivamente para comer, beber e procurar um abrigo. Desde que tenha satisfeito as exigências materiais, as necessidades a que se possa atribuir um caráter artístico se apresentarão tanto mais artísticas e ardentes. Tantos indivíduos, tantos desejos; quanto mais civilizada for a sociedade, mais a individualidade for desenvolvida, mais esses desejos serão variados. [...]

Se nós desejamos a revolução social, é certamente, em primeiro lugar para assegurar o pão a todos, para metamorfosear esta sociedade execrável, onde cada dia vemos trabalhadores robustos andarem com as mãos abanando por não terem um patrão que os queira explorar; mulheres e crianças vaguearem de noite sem abrigo; famílias inteiras reduzidas a pão seco, crianças, homens e mulheres morrerem por falta de cuidados, se não de alimento. É para pôr termo a estas iniquidades que nos revoltamos. (KROPOTKIN, 1953, p. 44), grifos nossos).

São muito importantes as noções de defesa do que é individual que esse autor traz ao defender que o processo de civilização requer necessariamente tratar os indivíduos enquanto indivíduos e abrigar mais do que suas necessidades básicas. Para isso, o geógrafo Kropotkin defende uma revolução social em um livro que teve a primeira edição em 1892 e que ainda hoje possui conteúdos que nos fazem refletir acerca dos rumos da modernidade e das revoluções que ainda não ocorreram.

Nesse sentido, entendemos como necessária a estruturação de uma rede forte de (re)existência às tentativas de apropriação e dominação de territórios pelo processo de globalização alimentar. O horizonte desejado e objetivo seria a conquista da soberania alimentar em que os povos possam ter acesso a alimentos saudáveis, agroecológicos e diversos, produzidos próximo aos grandes centros urbanos, incentivados por políticas públicas e direcionados a um comércio mais justo tanto para quem produz quanto para quem consome.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: PODE COLOCAR PEQUI? (EPÍLOGO)

A modernização e a globalização foram analisadas neste trabalho tendo como foco seu impacto na alimentação. Buscamos entender o processo de se alimentar como um ato social, geográfico e relacionado à cultura, compondo as identidades dos povos, buscando ir além do aspecto nutricional. Selecionamos para análise a Região Metropolitana de Goiânia (RMG), uma região relativamente nova, criada por Lei em 1999, remontando às políticas de interiorização do país nas décadas de 1960, tendo como destaque Goiânia, também capital de Goiás.

Para entender como se configuram os espaços e territórios da alimentação na RMG, precisamos entender como está estruturada a produção de alimentos em Goiás. Para tanto, mapeamos os principais usos do território, identificando que o agronegócio possui preferências muito imperativas e consegue operar tanto o setor público (com financiamento) quanto o mercado (exportador) e a articulação institucional em campos muito amplos e influentes. Nesse processo, cria-se não apenas uma forma de se produzir alimentos, mas também uma cultura alimentar com capilaridades diversas, que vão além da produção e do consumo.

Os símbolos do agro, bem como sua forte estrutura discursiva e simbólica, se configuram como uma espécie de *soft power* para além da materialidade das commodities, capazes de influenciar a política, a economia e as culturas locais. No bojo desse processo, o agronegócio sugere e as vezes até impõe um “modo” de vida goiano quando transforma em produtos e fetiches de mercadorias elementos de um estilo de vida projetado a partir de um campo “farto” que só é real para pequenos setores e grupos. Se as principais áreas estão ocupadas e compromissadas com o mercado externo, como ficam a produção e o fortalecimento da diversidade alimentar? Esse questionamento nos levou a entender que o próprio Estado opera com políticas públicas que não favorecem a diversidade de alimentos ou a soberania alimentar, indo inclusive em uma caminhada oposta. O efeito disso é imediato e tem repercussões a médio e longo prazos.

Em uma sociedade mediada por redes técnicas e em pleno processo de ampliação de conexões e redes técnicas, uma nova camada de complexidade é colocada sobre as formas de comer na RMG: a indústria da alimentação, os *fast foods* e os imperativos e conglomerados multinacionais e suas estratégias de dominar o

paladar. Nesse campo, a maioria dos sujeitos de todas as classes sociais é direta ou indiretamente impactada.

O prático e moderno, num primeiro momento, adentra o modo de vida urbano e também rural. Somos levados a substituir nossas receitas e ingredientes ancestrais por algo “prático” do mercado. As pequenas feiras, os restaurantes e os mercados de bairro são sufocados por grandes redes de super e hipermercados. Nosso trabalho nos leva a passar mais tempo fora do que dentro de casa. Conquistas importantes, como a inserção das mulheres no mercado de trabalho, também são vistas como “novo nicho” de mercado para a indústria da alimentação: se homens e mulheres não possuem tempo para o ato de cozinhar, a indústria pode ocupar esse lugar.

A escolha metodológica desta pesquisa, percorreu principalmente as redes de alimentos, estrutura produtiva e as legislações que versam sobre o patrimônio do ponto de vista institucional. Apesar disso, entendemos que, talvez a comida ancestral e o patrimônio alimentar do povo goiano, estejam fora dos circuitos burocráticos, institucionais e com amparo da figura do Estado, como é o caso das festas populares como Folia de Reis, Congadas, Cavalhadas, Folia do Divino, Procissão do Fogaréu e tantas outras, que possuem elementos importantíssimos à cultura e ficam como agenda para pesquisas futuras.

Em outra via, envelopando-se pelo discurso urbano e metropolitano, cheio de pressa e novas demandas, a indústria da alimentação apropria-se de todas as refeições, trazendo tanto novos ingredientes (pouco ou nada relacionados ao contexto local) quanto uma nova forma de comer (fordista), apresentando isso como uma proposta de “solução” dos problemas alimentares principalmente em ambientes urbanos e metropolitanos que buscam praticidade para uma vida na modernidade. O prático e o moderno são vistos na pesquisa com criticidade porque a modernidade não é entendida como “evolução”, mas sim como aspecto de acentuação de desigualdades. A alimentação rápida e prática de ontem aumenta os problemas de saúde e obesidade hoje.

Esse aspecto, que vai muito além da saúde ou da nutrição, adentra também os campos simbólicos e históricos da sociedade. O poderoso aparato da modernização e suas redes técnicas, caminhando junto com os novos contornos da globalização, conseguem ressignificar a linguagem, as paisagens e as culturas alimentares. Esse

processo fica bastante evidenciado quando analisamos dois eventos: as toponímias de estabelecimentos de alimentação na RMG e a relação entre importação e exportação de hábitos e culturas alimentares.

O balanço entre o que incorporamos em nossas formas de comer e como nossa comida é vista para além dos territórios goianos (sejam eles nacionais ou internacionais) demonstra uma relação desequilibrada e uma nítida sinalização de cardápios e culinárias com mais destaque que outros. Em uma abordagem não conservadora, demonstramos a necessidade de fortalecer nossa cultura alimentar por entender que ela também compõe traços importantes de nossas memórias e do que somos enquanto povo, cidade e sociedade. Abrir mão da forma como comemos para aderir aos modismos de nosso tempo pode ser, em certa medida, abrir mão de quem somos e de como ocupamos nossos territórios.

Entendemos que, se não conseguirmos criar movimentos amplos e em frentes variadas de (re)existência, entregaremos nosso patrimônio alimentar a qualquer novo acontecimento moderno. Ao analisar qual aspecto tem sido percebido por instituições que cuidam e lidam com a memória, como órgãos oficiais como o Iphan, ou a forma como organizamos legislações que versam sobre a tentativa de preservar culturas culinárias, identificamos um cenário pouco otimista. São raras as preocupações e ações encontradas que visam restabelecer a cultura agrícola diversa e relacionada com os biomas brasileiros, em especial o Cerrado, e as que já existem também tornam patrimônio algo que foi incorporado pela sociedade via indústria da alimentação, e não a partir de uma autorreflexão ou de aspectos históricos e culturais dos povos.

Como o processo de modernização e também de globalização está bastante avançado, cooptando várias áreas vitais da vida em sociedade, torna-se difícil imaginar um cenário ideal ou uma ação concreta eficaz de enfrentamento às constantes tentativas de padronização baseadas no que a indústria apresenta. Nesse sentido, entendemos que buscar produções alimentares singulares, que levam em consideração aspectos físico-naturais da região, bem como a história dos sujeitos que produzem alimentos, pode ser um caminho. Esse caminho, não sem contradições, é também um nicho de mercado e está, atualmente, atravessado por burocracias e procedimentos que afastam a produção da agricultura familiar ou de grupos de produtores com menos poder de negociação política.

Ao mesmo tempo que encerramos um ciclo de pesquisa com esta tese, entendemos que a geografia da alimentação e os processos em curso da globalização não se encerram. Ao contrário, estão em grande ebulição em nosso ritmo de vida moderno, contraditório e controverso. Nesse contexto, apontamos algumas agendas de pesquisa futuras que podem ser ampliadas a partir do que elaboramos até aqui. Durante o processo de construção desta pesquisa, a humanidade precisou lidar com a pandemia de Covid-19, que, dentre vários desdobramentos, acelerou bastante o uso de tecnologia para diversas finalidades, incluindo o acesso a alimentos por meio de *delivery*.

Entendemos que esse fato trará novos desdobramentos principalmente às metrópoles e aos hábitos alimentares sobretudo urbanos. Porém, verificamos também que os aplicativos de comida, por estarem inseridos na lógica do alimento produto e da aceleração da modernização, não alteram significativamente a estrutura: a comida local continua em escanteio e não é uma prioridade das plataformas. Por outro lado, as grandes redes de *fast food* conseguem fazer promoções vorazes que tornam impossível os pequenos restaurantes competirem em preço ou agilidade nos preparos, tornando o ambiente dos aplicativos uma reprodução das desigualdades que já ocorrem na materialidade. As grandes franquias de alimentos continuam tendo mais suporte midiático e ocupando um espaço mais central nas ferramentas de conversão de públicos consumidores e de paladares.

Mesmo sendo essa competição algo desleal e desproporcional, ainda entendemos que o caminho para lidar com o processo de globalização alimentar seja fortalecendo tanto os alimentos do Cerrado quanto nossas receitas tradicionais. O processo precisa ser da base, da infância, até se chegar à vida adulta. Ou seja, um retorno às bases alimentares (receituários e modos de fazer) e culturas agrícolas ancestrais, vinculadas ao Cerrado, também se faz necessário. Muitas vezes, as crianças, especialmente nascidas em grandes centros urbanos, possuem primeiro o paladar acessado pela indústria dos alimentos e, somente depois, passam a conhecer os alimentos de seu entorno imediato e ancestral.

Essa “alfabetização do paladar” é bastante eficaz, caso contrário, políticas públicas de acesso a alimentos de qualidade e alimentos naturais podem não conseguir acessar pessoas que já passam por um processo de construção do paladar

atrelada aos sabores mercantilizados. Isso ficou evidenciado quando observamos os cardápios da alimentação escolar na RMG, uma política pública que acessa a grande maioria das crianças e dos jovens de baixa renda.

Essa poderia ser uma oportunidade de inserir alimentos vinculados aos contextos locais, que poucas vezes se materializam nas refeições escolares ou na mesa de nossas casas por motivos diversos, que vão desde as questões financeiras até a falta de familiaridade com o que é comida local. Isso porque as lógicas que estruturam os cardápios, os receituários, o mercado de oferta de alimentos, as políticas públicas que incentivam as produções também se voltam à mercantilização.

A pergunta que está no início das considerações finais chegou a esta pesquisa de forma bastante contundente. Durante uma entrevista com nutricionistas que elaboram cardápios da alimentação escolar, questionamos inicialmente sobre como eles eram elaborados, se seguiam a sazonalidade da produção de alimentos e se já haviam tentado inserir pratos ou ingredientes da culinária goiana ou do Cerrado.

Depois de um silêncio que sinaliza um momento de reflexão, uma pergunta nos deslocou: *pode colocar pequi?* Essa pergunta nos desloca não no sentido de criticar quem elabora cardápios da alimentação escolar, essa não seria nossa postura, pois sabemos que a questão é estrutural, envolve inclusive entraves diversos desde o valor *per capita* de refeições até a complexa lógica da modernização da produção, da globalização e do consumo até o acesso aos alimentos na RMG.

A pergunta nos leva a futuras indagações porque não apenas nutricionistas da alimentação escolar, mas a sociedade goiana de forma geral, poucas vezes questiona se os ingredientes, alimentos, hábitos alimentares e tudo o que já foi incorporado e naturalizado em nossas refeições a partir da indústria da alimentação e suas estratégias de inserções na cultura poderiam estar ali.

“Eu não estou interessado em nenhuma teoria
 Em nenhuma fantasia, nem no algo mais
 Nem em tinta pro meu rosto, ou oba-oba, ou melodia
 Para acompanhar bocejos, sonhos matinais
 Eu não estou interessado em nenhuma teoria
 Nem nessas coisas do oriente, romances astrais
 A minha alucinação é suportar o dia a dia
 E meu delírio é a experiência com coisas reais (...)
 Amar e mudar as coisas me interessa mais”

ALUCINAÇÃO, **Belchior**

REFERÊNCIAS

- ABIMILHO, A. B. D. Í. D. M. **O cereal que enriquece a alimentação humana**. São Paulo, , 2008. Disponível em: <<http://abimilho.com.br>>. Acesso em: 6 jan. 2019
- ADORNO, T. W. **Indústria cultural e sociedade**. Tradução: ALMEIDA Jorge Miranda de. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Tradução: Guido Antônio De Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- AGNER, M. R. **A expansão das redes de supermercado e a dinâmica territorial do varejo agroalimentar em Brasília**. Brasília - DF, 2016.
- AGUIAR, H. DE S.; LUPPE, M. R. **Um gigante difícil de manobrar: o caso do McDonald's**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2015.
- ALEGO - ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE GOIÁS. Lei nº 2028/20. DECRETATO COMO PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL DO ESTADO DE GOIÁS A GASTRONOMIA E CULTURA DO PIT DOGS. 2020.
- ALEGO - ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE GOIÁS. LEI Nº 21.729. DECRETATO A PAMONHA GOIANA COMO PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL GOIANO. 2022.
- ALEGO - ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DE GOIÁS. Lei nº 226/23. DISPÕE SOBRE O RECONHECIMENTO DO EMPADÃO DE GOIÁS COMO PATRIMÔNIO CULTURAL E IMATERIAL GOIANO. . 2023.
- ALLEN, R. C. The Impact of the Industrial Revolution on Food and Nutrition. **World Development**, v. 35, n. 8, p. 1425–1444, 2007.
- ALMEIDA, M. G. DE. Lugares Turísticos e a Falácia do Intercâmbio Cultural. Em: ALMEIDA, M. G. DE (Ed.). **Paradigmas do Turismo**. Goiânia - GO: Alternativa, 2003. p. 11–18.
- ALMEIDA, M. G. DE. Fronteiras, territórios e territorialidades. **Revista da ANPEGE**, v. 2, n. 02, p. 103–114, 2005.
- ALMEIDA, M. G. DE. A produção do ser e do lugar turístico. Em: SILVA, J. B.; ELIAS, D.; LIMA, L. C. (Eds.). **Panorama da Geografia brasileira**. São Paulo: Annablume, 2006.
- ALMEIDA, M. G. DE. A propósito do Trato do Invisível, do Intangível e do discurso na Geografia Cultural. **Revista da ANPEGE**, v. 9, n. 11, p. 41–50, 2013.
- ALMEIDA, M. G. DE. Sertão, Identidades e Representações no Centro-Oeste. **OBSERVATÓRIO ITAÚ CULTURAL**, 2019.

ÁLVAREZ, M.; MEDINA, X. Las cocinas y los nuevos usos del patrimonio: aproximaciones desde Europa y América. Em: **Identidades en el plato: el patrimonio cultural alimentario entre Europa y América**. Barcelona: Icaria editoria, 2008. p. 13–24.

AMARAL, R. DE C. DE M. P. **Festa à Brasileira - Significados do Festejar no País que “Não é Sério”**. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas—São Paulo: Universidade de São Paulo, 1998.

AMON, D.; MENASCHE, R. Comida como narrativa da memória social. **Sociedade e Cultura: revista de pesquisas e debates em Ciências Sociais**. Goiânia: UFG/FCS, v. 11, n. 1, p. 13–21, 2008.

ANDREFF, W. **Les multinationales globales**. Paris: LaDécouverte, 1996.

APPADURAI, A. **Modernity at large: cultural dimension of globalisation**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.

Atlas dos remanescentes florestais da Mata Atlântica: período 2019/2020, relatório técnico. : Fundação SOS Mata Atlântica. São Paulo: Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais – INPE, 2021.

BARBOSA, F. A. C. **Dos usos turísticos do patrimônio alimentar: formação cultural e os mercados de comida típica na Cidade de Goiás**. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social)—Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2015.

BARRETO FILHO, E. T. et al. A Conformação de oligopólios mediatizados na indústria de alimentos: o caso Nestlé. **Revista Comunicação Midiática**, v. 15, n. 1, p. 48–63, 2020.

BAUMAN, Z. **Modernidade e ambivalência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BENKO, G. Mundialização da economia, metropolização do mundo. **Revista do Departamento de Geografia**, v. 15, p. 45–54, 2002.

BERMAN, M. H. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. Rio de Janeiro: Cia. das Letras, 1986.

BERQUE, A. Paisagem-marca, paisagem-matriz: elementos da problemática para uma geografia cultural. Em: CORRÊA, R. L. ET. AL (Ed.). **Paisagem, tempo e cultura**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998. p. 84–91.

BESSIÈRE, J. Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. **Sociologia Ruralis - Oxford, Blackwell Publishers**, v. 38, n. 1, p. 21–3, 1998.

BESSIS, S. **Mille et une bouches: cuisines et identités culturelles**. Paris: Autrement, 1995.

BITTER, D.; BITAR, N. P. Comida, trabalho e patrimônio: nota sobre o ofício das baianas do acarajé e das tacacazeiras. **Horizontes Antropológicos - Porto Alegre**, v. 18, n. 38, p. 213–236, 2012.

BRASIL. Lei nº 13.089. Estatuto da Metrópole, Presidência da República Secretaria Geral, Subchefia para Assuntos Jurídicos. . 12 jan. 2015.

BRASIL. Lei nº 862/22. Declara o pequi, fruto do pequizeiro, típico da cultura dos Estados de Goiás e Tocantins, Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil. . 2021.

BRASIL - MINISTÉRIO DA ECONOMIA. PORTARIA/INPI/PR Nº 04/222. Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas. . 2022.

BRASIL, M. DO D. S. E C. À FOME. Marco de referência de educação alimentar e nutricional para as políticas públicas. . 2012.

BRASIL, P. DA R. (CASA C. LEI Nº 9.279/1996. Regulamentação dos direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. . 1996.

BRAVERMAN, H. **Labor and monopoly capital: The degradation of work in the twentieth century**. London: Monthly Review Press, 1974.

CALAÇA, MANOEL; DIAS, W. A. A modernização do campo no Cerrado e as transformações sócioespaciais em Goiás. **Campo Território: revista de geografia agrária**, v. 5, n. 10, p. 312–332, 2010.

CÂMARA MUNICIPAL DE APARECIDA DE GOIÂNIA. Lei nº 026/23. Declara a gastronomia e a cultura dos Pit Dogs como patrimônio cultural e imaterial do município de Aparecida de Goiânia. . 2023.

CÂMARA MUNICIPAL DE GOIÂNIA. Lei nº 10.254/18. Marco Referencial da Gastronomia como Cultura. . 2018.

CÂMARA MUNICIPAL DE GOIÂNIA. Lei nº 10.356/19. Dispõe sobre hotéis e estabelecimentos similares oferecerem café da manhã regional e dá outras providências. . 2019.

CÂMARA MUNICIPAL DE GOIÂNIA. Lei nº 10.862/22: Declarada como Patrimônio Cultural Imaterial a gastronomia e a cultura da denominada “jantinha” no município de Goiânia. . 2022.

CAMPOS, J. C.; SILVA, J. B. DA. **Soberania Alimentar No Contexto Do Atual Sistema Agroalimentar Globalizado**. VIII Simpósio Internacional de Geografia Agrária e IX Simpósio Nacional de Geografia Agrária. **Anais...** Em: VIII SINGA. Curitiba: 2017.

CANESQUI, A.; GARCIA, R.; MACIEL, E. M. (EDS.). Identidade Cultural e Alimentação. Em: **Antropologia e nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005. p. 49–55.

CAPATTI, A. **Le Gout du Nouveau: origines de la modernité alimentaire**. Paris: Albin Michel, 1989.

CARLOS, A. F. **A (re)produção do espaço urbano**. São Paulo: Edusp, 1994.

CARVALHO, J. T. **Agro: a síntese das ações das corporações de commodities nos territórios brasileiros**. Tese de Doutorado em Geografia (Dinâmicas Socioespaciais)—Goiânia - GO: Universidade Federal de Goiás, 2022.

CASCUDO, L. DA C. **História da Alimentação no Brasil**. São Paulo: Global, 2011.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, M. **The rise of the network society**. Massachusetts: Blackwell Publishing, 2010.

CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2018.

CASTILHO, D. **Modernização territorial e redes técnicas em Goiás**. 2ª ed. [s.l.] Editora UFG, 2017.

CASTILHO, D.; CHAVEIRO, E. F. Por uma análise territorial do Cerrado. Em: **Cerrados: perspectivas e olhares**. Goiânia: Editora Vieira, 2010. p. 35–50.

CASTRO, J. DE. **Geopolítica da Fome: ensaio sobre os problemas da alimentação e de população do mundo**. Rio de Janeiro: Casa do Estudante do Brasil, 1951.

CASTRO, J. DE. **Geografia da fome: o dilema brasileiro - pão ou aço**. 20. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

CESNIK, F. DE S.; BELTRAME, P. A. **Globalização da cultura**. Barueri, São Paulo: Editora Manole Ltda, 2005.

CHAFFOTTE, L.; CHIFFOLEAU, Y. Vente directe et circuits courts: évaluations, définitions et typologie. **Cahiers de l'Observatoire CROC - Montpellier**, n. 1–2, 2007.

CHAVEIRO, E. F. **Goiânia: uma metrópole em travessia**. Tese em Geografia—São Paulo: Universidade de São Paulo, 2001.

CHAVEIRO, E. F. O Cerrado em disputa: sentidos culturais e práticas sociais contemporâneas. Em: ALMEIDA, M. G. DE; CHAVEIRO, E. F.; BRAGA, H. C. (Eds.). **Geografia e cultura: os lugares da vida e a vida dos lugares**. Goiânia - GO: Editora Vieira, 2008. p. 75–97.

CHAVEIRO, Eguimar Felício. **Goiânia Reinventada**. Goiânia: PUC-GO/Kelps, 2011.

CHRISTOFFOLI, P. I. Elementos introdutórios para uma história do cooperativismo e associativismo rurais no Brasil. Em: NOVAES, H.; MAZIN, Â. D.; SANTOS, L. (Eds.). **Questão agrária, cooperação e agroecologia**. 1ª ed. Marília: Outras Expressões, 2015. p. 115–171.

CLAVAL, P. Régionalisme et consommation culturelle. In: **L'Espace géographique**, v. 8, n. 4, p. 293–302, 1979.

CLAVAL, P. **A Geografia Cultural**. 2ª ed. Florianópolis: EdUFSC, 2001.

CLAVAL, P. O Território na transição Pós-Modernidade. **GEOgraphia**, v. 1, n. 2, p. 7–26, 16 set. 2009.

CLAVAL, P. Geografia Cultural: Um Balanço. **Geografia, Londrina (PR)**, v. 20, n. 3, p. 5–24, 2011.

COLLAÇO., J. H. L. Gastronomia: a trajetória de uma construção recente. **Habitus**, v. 11, n. 2, p. 203–222, 2013.

CONSELHO NACIONAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE, C. 163. Resolução nº163/2014. . 2014.

CONTRERAS, J.; GRACIA, M. **Alimentación y cultura: perspectivas antropológicas**. Barcelona: Ariel, 2005.

COSGROVE, D. Em direção a uma geografia cultural radical: problemas da teoria. **Espaço e cultura**, v. 5, p. 5–29, 1998a.

COSGROVE, D. A geografia está em toda parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. Em: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. (Eds.). **Paisagem, tempo e cultura**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998b. p. 92–122.

D'ABADIA, M. I. V.; ALMEIDA, M. G. DE. Festas religiosas e Pós-Modernidade. **Geonordeste - São Cristóvão/ SE**, v. 20, n. 2, p. 57–80, 2009.

DAMIANI, A. L. A crise da cidade: os termos da urbanização. Em: DAMIANI, A. L.; CARLOS, A. F. A.; SEABRA, O. DE L. (Eds.). 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2001.

DARBY, H. C. Place-Names and Geography: Review. **The Geographical Journal**, v. 123, n. 3, p. 387–392, 1957.

DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: (Orgs.). . , 2013. p. 139-170. Em: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L. DE; VEZZANI, F. M. (Eds.). **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013. p. 139–170.

DAVIS, J. H.; GOLDBERG, R. A. **A Concept of Agribusiness**. Boston: Harvard University, 1957. v. Graduate School of Business Administration

DEBORD, G. Teoria da deriva. **Internacional situacionista**, v. 1, n. Manifesto da Internacional situacionista, 1958.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DELLA GIUSTINA, A. P. DE S. A culinária como patrimônio cultural imaterial. **Revista Cadernos do Ceom**, v. 22, n. 31, p. 45–68, 2009.

DICK, M. V. DE P. DO A. **Toponímia e Antroponímia no Brasil**. São Paulo: Gráfica da FFLCH/USP, 1992.

DIEZ GARCIA, R. W. Reflexos da globalização na cultura alimentar: considerações sobre as mudanças na alimentação urbana. **Revista de Nutrição**, v. 16, n. 4, p. 483–492, dez. 2003.

DÓRIA, C. A. **A culinária materialista: a construção racional do alimento e do prazer gastronômico**. São Paulo: Senac, 2009.

DÓRIA, C. A. **Formação da Culinária Brasileira**. 1ª ed. São Paulo: Três Estrelas, 2014.

DÓRIA, C. A. A sociologia da culinária brasileira de uma perspectiva materialista. **Revista Inter-Legere**, v. 2, n. 25, p. 1–10, 2019.

DÓRIA, C. A.; PELLERANO, J. A. COMIDA VS. ALIMENTO: CULTURA E NUTRIÇÃO A PARTIR DO PROGRAMA PAULISTANO “ALIMENTO PARA TODOS”. **REVISTA DO CENTRO DE PESQUISA E FORMAÇÃO**, n. 8, p. 120–130, 2019.

DORION, H. **Compte rendu de [Poirier, Jean, Toponymie. Méthode d'enquête, Québec, , 1965, 165 p. Préface de Fernand Grenier.] , 10(20), 343–346, 1966. Disponível em: <https://doi.org/10.7202/020642ar>. Acesso em: fev/2021. Québec: Les Presses de l'Université Laval, 1966. v. 20**

DUPAS, G. O mito do progresso. **Novos estudos**, CEBRAP. p. 73–89, 2007.

ESPEITX, E. Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. **Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural, La Laguna - Espanha**, v. 2, n. 2, p. 193–213, 2004.

ESPÓSITO, A.; JUSTO, J. S. Etnografia e deriva: possibilidades na pesquisa. **Estudos Contemporâneos da Subjetividade (ECOS)**, v. 7, n. 1, p. 91–102, 2017.

FEATHERSTONE, M. **O Desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade**. São Paulo: Studio Nobel (Sesc), 1997.

FERNANDES, B. M.; WELCH, C. A. **Campesinato e Agronegócio da Laranja nos EUA e Brasil**. São Paulo: Expressão Popular, 2008.

FERREIRA, A. B. H. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

FISCHLER, C. **Food, self and identity. Social Science Information.** London: Sage Publications, 1988.

FISCHLER, C. **L'Homnivore: le goût, la cuisine et le corps.** Paris: Odile Jacob, 1990.

FISHWICK, M. **Ronald Revisited: the world of Ronald McDonald.** Ohio: Bowling Green University Popular Press, 1983.

FONTENELLE, I. A. **O nome da marca: McDonald's, fetichismo e cultura descartável.** São Paulo: Boitempo, 2002.

FONTENELLE, I. A. Ilusões de modernidade: o fetiche da marca McDonald's no Brasil. **Psicologia & Sociedade**, v. 18, p. 38–46, 2006.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Graal, 1978.

FOUCAULT, M. O sujeito e o poder. Em: DREYFUS, H.; RABINOW, PAUL. (Eds.). **Michel Foucault: uma trajetória filosófica (para além do estruturalismo e da hermenêutica).** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. p. 231–249.

FOUCAULT, M. **A Ordem do Discurso.** São Paulo: Loyola, 1996.

FOUCAULT, M. **As palavras e as coisas : uma arqueologia das ciências humanas.** 8ª ed. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FOUCAULT, M.; GALVÃO, M. E. **Em defesa da sociedade: curso no Collège de France (1975-1976).** 2005. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

FREITAS, A. G.; TRINDADE, E. As lógicas mediatizadoras da marca Nestlé: história e economia mediatizada de marca. Em: COALESKY, R. (Ed.). **VIII PROPOSQ PP EDIÇÃO RECIFE.** Recife: Ed. UFPE, 2017. v. 1.

FREYRE, G. **Açúcar: algumas receitas de doces e bolos dos engenhos do Nordeste.** Rio de Janeiro: José Olympio, 1939.

GARREFA, FERNANDO. **Shopping Center: de centro de abastecimento a produto de consumo.** Tese (doutorado em Planejamento Urbano e Regional) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, FAU—São Paulo: Universidade de São Paulo, 2007.

GASQUES, J. G. ET. AL. **Desempenho e crescimento do agronegócio no Brasil:** Diretoria de Políticas e Estudos Setoriais. Brasília: [s.n.]. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/TemasEspeciais/agronegocio>>.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GEORGE, J. P. **A técnica: construções ou destruições.** Paris: Editora PUF, 1974.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade.** São Paulo: Ed. Unesp, 1991.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade pessoal**. Oeiras: Celta., 1997.

GÓES, E. SHOPPING CENTER: CONSUMO, SIMULAÇÃO E CONTROLE SOCIAL. **Revista Portuguesa de Geografia**, v. 51, n. 102, 2016.

GOMES, P. C. C. U. Um lugar para a geografia: contra o simples, o banal e o doutrinário. Em: MENDONÇA, F. A.; SAHR, C. L. L.; SILVA, M. (Eds.). **Espaço e tempo: complexidade e desafios do pensar e do fazer geográfico**. Curitiba: Ademadan, 2009.

GOMES, P. C. C. U. Espaços Públicos: um modo de ser do espaço, um modo de ser no espaço. Em: CASTRO, I. E. et al. (Ed.). **Olhares Geográficos**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012. p. 19–42.

GOMES, P. C. C. U.; HAESBAERT, R. DA C. **O Espaço na Modernidade**. 5ª ed. São Paulo: Terra Livre, 1988.

GOMES, P. C. DA C. O conceito de região e sua discussão. Em: CASTRO, I. E. DE; GOMES, P. C.; CORRÊA, R. L. (Eds.). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995. p. 49–76.

GOODY, J. **Cooking, Cuisine and Class**. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.

HAESBAERT, R. DA C. Identidades territoriais. Em: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. (Eds.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. p. 169–190.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HAMILTON, S. Revisiting the history of agribusiness. **Business history review**, v. 90, n. 3, p. 541–545, 2016.

HANCOK, J. L. **Fome de poder**. Estados Unidos: Film Nation Entertainment, 2016.

HANSEN, R. S. El espacio público en el debate actual: una reflexión crítica sobre el urbanismo post-moderno. **Eure (Santiago)**, v. 28, n. 84, 2002.

HARVEY, D. **A Condição da Pós-modernidade**. São Paulo: Loyola, 1989.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1992. v. 2

HARVEY, D. **O neoliberalismo: história e implicações**. São Paulo: Loyola, 2008.

HARVEY, D. **Social justice and the city**. Athens: University of Georgia Press, 2010.

HEIDRICH, Á. L.; PIRES, C. L. Z. **Abordagens e práticas da pesquisa qualitativa em Geografia e saberes sobre espaço e cultura**. Porto Alegre: [s.n.].

HERNÁNDEZ, ESÚS C. Patrimônio e globalização: o caso das culturas alimentares. **Antropologia e nutrição: um diálogo possível**, p. 129–145, 2005.

HOBBSAWN, E. J.; RANGER, T. **A invenção das tradições**. 2ª ed. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2012.

HOLTZMAN, J. D. Food and memory. Em: **Annual review of anthropology**. CA: Palo Alto, 2006. v. 35p. 361–378.

IBGE, (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA). **Censo Demográfico de 2010, Banco de Dados Multidimensional (BME)**. IBGE, , 2010.

IBGE, (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA). **Censo Demográfico 2022: população e domicílios, primeiros resultados**. Rio de Janeiro: Coordenação Técnica do Censo Demográfico, 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Agropecuário 2017**. IBGE, , 2017. Disponível em: <<https://censos.ibge.gov.br/agro/2017>>. Acesso em: 15 jun. 2019

INSTITUTO MAURO BORGES DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS (IMB). **Estatísticas Municipais – (Séries Históricas)**. , 2020. Disponível em: <<https://www.imb.go.gov.br/estatísticas-municipais>>. Acesso em: 18 jan. 2021

ISNARD, H. **O espaço geográfico**. Coimbra: Almedina, 1982.

JACOB, M. M. Biodiversidade de plantas alimentícias não convencionais em uma horta comunitária com fins educativos. **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 15, p. 1–18, 2020.

KATZ, E. Alimentação indígena na América Latina: comida invisível, comida de pobres ou patrimônio culinário? ,. **Espaço Ameríndio - Porto Alegre**, v. 3, n. 1, p. 25–41, 2009.

KEIZER, B.; KENIGSWALD, L. **La triade économique et financière: Amérique du Nord, l'Asie du Sud-Est, Europe de l'Ouest**. Paris: Seuil, 1996.

KLEIN, A.; CRAFTS, N. Changes in Food Production and Consumption during the Industrial Revolution: Evidence from Eastern England. **Journal of Interdisciplinary History**, v. 44, n. 1, p. 41–70, 2014.

KOPNIN, P. V. **A dialética como lógica e teoria do conhecimento**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.

KROPOTKIN, P. **A Conquista do Pão**. Rio de Janeiro: Organização Simões, 1953.

KUHLMANN, M.; ANDRADE, T. **Frutos do Cerrado: 100 espécies atrativas para Homo sapiens: guia para coleta e usos**. 2ª ed. Brasília - DF: BIOM Field Guides, 2021.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 5. ed. São Paulo: Summus, 2003.

LANG, T.; HEASMAN, M. **Food wars: the global battle for mouths, minds and markets**. United Kingdom: Routledge, 2015.

LANGER, B. The business of branded enchantment: Ambivalence and disjuncture in the global children's culture industry. **Journal of Consumer Culture**, v. 4, n. 2, p. 251–277, 2004.

LEFEBVRE, H. **Critique de la vie quotidienne: de la modernité au modernisme (pour une métaphilosophie du quotidien)**. Paris: L'Arche, 1981. v. tomo 3

LEFEBVRE, H. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: :Editora UFMG, 1999.

LEFEBVRE, H. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2008.

LENCIONI, S. A metamorfose de São Paulo: o anúncio de um novo mundo de aglomerações difusas. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, v. 120, p. 133–148, 2011.

LENCIONI, SANDRA. **Metrópole, metropolização e regionalização**. Rio de Janeiro: Consequencia, 2017.

LENCIONI, SANDRA. Metropolização. **GEOgraphia**, v. 2, n. 42, p. 173–178, 2020.

LESSA, J. S.; MULEKA, C. M. Infância e alimentação: embalagens como engrenagem da indústria cultural (Childhood and food: food packaging as a gear of the cultural industry). **Emancipação**, v. 17, n. 2, p. 319–332, 2017.

LÉVI-STRAUSS, C. **O cru e o cozido. Mitológicas**. Sao Paulo: Cosac & Naify, 2004. v. 1

LIMA, A. A. DE. **A Agroindústria Canavieira Alagoana: da criação do IAA à desregulamentação na década de 1990**. Campinas: Dissertação em Economia, Universidade Estadual de Campinas, 2001.

LINDHOLM, C. Authentic cuisine and national identity. Em: **Culture and authenticity**. Oxford: Blackwell Pub, 2008. p. 77–87.

LIPOVETSKY, G. **Metamorfoses da cultura liberal: ética, mídia e empresa**. Porto Alegre/RS: Editora Sulina, 2004.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A cultura mundo: resposta a uma sociedade desorientada**. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista**. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LISPECTOR, C. **A legião estrangeira**. São Paulo: Ática, 1977.

LOFLAND, L. H. **A world of strangers: order and action in urban public space**. Illinois: Waveland Press, 1985.

LOUREIRO, M. R. **Cooperativas agrícolas e capitalismo no Brasil**. São Paulo: Cortez, 1981.

MADEIRA FILHO, M. DE L. **Shopping center: consumo do espaço, cotidianidade e fetichismo. defendida em , , Rio Claro, São Paulo, 2015**. Tese de Doutorado (Organização do espaço), Instituto de Geociências e Ciências Exatas—Rio Claro - São Paulo: Universidade Estadual Paulista (Unesp), 2015.

MAGNANI, M.; SANFELICI, D.; MUNIZ FILHO, G. A. Os investimentos dos fundos de pensão brasileiros no mercado imobiliário comercial: uma análise do portfólio imobiliário e seu padrão territorial. , v. 23, 2021. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, v. 23, 2021.

MAIA, C. E. S. Ensaio interpretativo da dimensão espacial das festas populares - proposições sobre festas brasileiras. Em: ROSENDAHL, Z., CORRÊA; CORRÊA, R. L. (Eds.). **Manifestações da Cultura no Espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. p. 191–218.

MAIORKI, G. J.; DALLABRIDA, V. R. A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial. **Interações (Campo Grande)**, v. 16, p. 13–25, 2015.

MALOWIST, M. A luta pelo comércio internacional e suas implicações para a África. **História geral da África, V: África do século XVI ao XVIII. Editado por Bethwell Allan Ogot. Brasília: UNESCO**, 2010.

MASSIMO, M. **Comida Como Cultura**. 2ª ed. São Paulo: Editora Sesc, 2013.

MATIOLI, V.; PERES, J. **Donos do mercado: como os grandes supermercados exploram trabalhadores, fornecedores e a sociedade**. São Paulo: Editora Elefante, 2020.

MATTOS, P. L. P. DE; FARIAS, A. R. N.; FERREIRA FILHO, J. R. **Mandioca: o produtor pergunta, a Embrapa responde**. 2. ed. Brasília - DF: Embrapa, 2013.

MAZOYER, M.; ROUDART, L. **História das agriculturas no mundo: do neolítico à crise contemporânea**. São Paulo: Editora UNESP, 2010.

MENDONÇA, M. R. A reestruturação do capital e a modernização da agricultura no sudeste de Goiás. **PEGADA-A Revista da Geografia do Trabalho**, v. 3, n. 1, 2002.

MENEZES, S. DE S. M. Comida de ontem, comida de hoje: o que mudou na alimentação das comunidades tradicionais sertanejas. **OLAM – Ciência & Tecnologia**, ano XIII. v. 1, n. 2, p. 31–58, dez. 2013.

MENEZES, S. DE S. M.; ALMEIDA, M. G. DE. Pamonha, alimento identitário e territorialidade. **Mercator**, v. 20, 2021.

MENEZES, S. DE S. M.; ALMEIDA, M. G. DE. O CULTIVO DE ALIMENTOS NOS QUINTAIS E A COMERCIALIZAÇÃO NOS CIRCUITOS CURTOS. **Revista GeoNordeste**, v. 33, n. 2, p. 77–94, 2022.

MÉSZÁROS, I. **Para além do capital: rumo a uma teoria da transição**. 1ª ed ed. São Paulo: Boitempo, 2011.

MILANO, S.; SARDO, P.; PONZIO, R. **The Ark of Taste. How to Build the World's Largest Catalog of Flavors: A Heritage to Discover and to Save**. Italy: Slow Food, 2018.

MILLER, I. Food and the Industrial Revolution. **Food and Foodways**, v. 24, n. 1–2, p. 1–22, 2016.

MINTZ, S. W. Comida e antropologia: uma breve revisão. **Revista Brasileira de Ciencias Sociais**, v. 16, n. 47, p. 31–41, 2001.

MITIDIERO, M. A.; BARBOSA, H. J. N.; SÁ, T. H. Quem Produz Comida para os brasileiros? 10 anos do Censo Agropecuário 2006. **Revista Pegada**, v. 18, n. 3, p. 7–77, 2017.

MOKYR, JOEL. The Impact of the Industrial Revolution on Warfare and Food Supply. **Journal of Economic Perspectives**, v. 28, n. 2, p. 161–180, 2014.

MOREIRA, S. A. Alimentação e comensalidade: aspectos históricos e antropológicos. **Cienc. Cult. (São Paulo)**, v. 62, n. 4, p. 23–26, 2010.

MUCCHIELLI, J. L. **Multinationales et mondialisation**. Paris: Seuil, 1998.

NAVARRO, E. A. **Dicionário de tupi antigo: a língua indígena clássica do Brasil**. São Paulo: Global, 2013.

NEVES, P. D. M.; MENDONÇA, M. RODRIGUES. Expansão do agronegócio canavieiro no sul goiano e os efeitos na produção de alimento. , n. 44, 2020. **Confinis. Revue franco-brésilienne de géographie/Revista franco-brasilera de geografia**, n. 44, 2020.

OHMAE, K. **O fim do Estado-nação**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

OLIVEIRA, A. F.; CHAVEIRO, Eguimar Felício; OLIVEIRA, U. F. TRANSFORMAÇÃO EM GOIÁS: CAPITALISMO, MODERNIZAÇÃO E NOVAS DISPOSIÇÕES SOCIOESPACIAIS. **Caminhos de Geografia**, v. 10, n. 32, p. 227–234, 2010.

OLIVEIRA, A. U. Os limites do Censo Agropecuário do IBGE. **Mídia Independente**, 2010.

OLIVEIRA, A. N. DE; CALVENTE, M. D. C. M. H. As múltiplas funções das festas no espaço geográfico. **Interações**, v. 13, n. 1, p. 81–92, 2012.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso: princípios & procedimentos**. 8ª ed. Campinas: Pontes, 2009.

ORTÊNCIO, B. **Cozinha goiana: conceito e receitaário. Estudo da alimentação em Goiás**. Goiânia - GO: Kelps, 2013.

ORTIZ, R. **Mundialização e Cultura**. 1. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

ORTIZ, R. **Mundialização: saberes e crenças**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

ORWELL, G. , **O caminho para Wigan Pier**. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

PEIXOTO, P. A identidade como recurso metonímico dos processos de patrimonialização. **Revista crítica de ciências sociais**, v. 70, p. 183–204, 2004.

PELÁ, M.; MENDONÇA, M. R. Cerrado Goiano: encruzilhada de tempos e territórios em disputa. **Cerrados: perspectivas e olhares**, v. 1, p. 37–50, 2010.

PESSOA, J. DE M. **Saberes em festa; gesto de ensinar e aprender na cultura popular**. Goiânia - GO: Ed. UCG, 2005.

PINARD, J. **Les Industries Alimentaires dans le Monde**. Paris: Masson, 1988.

PIPERNO, D. R.; FLANNERY, K. V. The earliest archaeological maize (*Zea mays* L.) from highland Mexico: new accelerator mass spectrometry dates and their implications. **Proceedings of the National Academy of Sciences**, v. 98, n. 4, p. 2101–2103, 2001.

PORTO, J. R. S. O discurso do agronegócio: modernidade, poder e “verdade”. **Revista Nera**, v. 17, n. 25, 2014.

POULAIN, J.-P. **Sociologias da alimentação: Os comedores e o espaço social alimentar**. Florianópolis: Ed. UFCS, 2004.

POULAIN, J.-P. **The Sociology of Food: Eating and the Place of Food in Society**. 4ª ed. London: Bloomsbury Publishing Plc, 2017.

PRADO FILHO, K.; TRISOTTO, S. O corpo problematizado de uma perspectiva histórico-política. **Psicologia em estudo**, v. 13, p. 115–121, 2008.

PROENÇA, R. P. C. Alimentação e globalização: algumas reflexões. **Ciência e Cultura**, v. 62, n. 4, p. 7–16, 2010.

QUEIROZ, G. J DE F, ET. AL. **Modernização agrícola e transformações sócioespaciais em Goiás: desigualdades e concentração no desenvolvimento**

regional no período 1930 a 2007. Tese em Geografia—Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia, 2010.

RANDAZZO, S. **A criação de mitos na publicidade: Como publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso.** Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

RECH, D. **Cooperativas: alternativa de organização popular.** Rio de Janeiro: FASE, 2000.

RIBEIRO, JOAQUIM. **A história da alimentação no período colonial.** 2ª ed. Rio de Janeiro: SAPS, 1958. v. 3

RITZER, G. **The McDonaldization of society.** Estados Unidos: Pine Forge Press, 2011. v. 6

ROCHA, F. G.; PIZZOLATTI, R. L. Cidade: espaço de descontinuidades. **Revista Estudos Geográficos**, v. 3, n. 2, p. 45–53, 2005.

RODRIGUES, A. D. Para uma genealogia do discurso da globalização da experiência. Em: PRADO, J.; SOVIK, L. (Eds.). **Local Global e Local Nenhum: ensaios sobre democracia e globalização.** São Paulo: H Editores, 2001.

SAINT-HILAIRE, A. DE. **Viagem pelas províncias do Rio de Janeiro e Minas Gerais.** Belo Horizonte: Itatiaia, 1975.

SANTILLI, J. O reconhecimento de comidas, saberes e práticas alimentares como patrimônio cultural imaterial. **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, v. 10, n. 3, p. 585–606, 2015.

SANTOS, A. D. G. DOS; SILVA, D. V.; MACIEL, K. N. A campanha publicitária “Agro é tech, agro é pop, agro é tudo”, da Rede Globo de Televisão, como difusora da propaganda sobre o agronegócio no Brasil. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 21, n. 1, p. 46–61, 2019.

SANTOS, M. **Por uma Geografia nova.** São Paulo: Hucitec, 1978.

SANTOS, M. **Espaço e Sociedade.** São Paulo: Vozes, 1979.

SANTOS, M. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional.** São Paulo: Hucitec, 1994.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal.** 10. ed. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SANTOS, M. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção.** 4ª ed. São Paulo: Edusp, 2017. v. 9ª reimpressão

SASSEN, S. **The Global City.** Princeton: Princeton University Press, 1991.

SIGNORELI, I. C. A. **“COZINHA GOIANA”: Identidade e Tradição Culinária em Bariani Ortencio**. Dissertação (Mestrado em História)—Goiânia: PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS, 2010.

SILVA, C. A. DA; ALMEIDA, M. G. DE. Goiânia “cidade sertaneja”, “capital country”: mídia, representações sociais e identidades. **Habitus**, v. 8, n. 1/2, p. 59–84, 2010.

SILVA, M. P. DA; ROSSI, J. C. Do fast-food à alimentação saudável: a dessincronia discursiva do McDonald’s na sociedade de consumo. **Revista Tecer**, v. 13, n. 25, 2020.

SIMMEL, G. **Intuition de la vie (quatre chapitres metaphysiques)**. Paris: Éditions Payot & Rivages, 2017.

SLATER, D. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SORRE, M. Géographiedes Régimes Alimentaires. Em: **Lesfondements de lagéographiehumaine. Tome premier. Les Fondements Biologiques: essai d’une écologie de l’homme**. Tradução: Ana Leticia Espolador Leitão; Tradução: José Carlos Braz Machado Ramos. 3ª ed. Paris: Armand Colin, 1951.

SOUZA, F. C. DE; ALMEIDA, M. G. DE. POR UMA LEITURA GEOGRÁFICA DO FAZER E DO COMER, NO CAMPO E NA CIDADE, EM GOIÁS. **Formação**, v. 2, n. 14, 2007.

STEDILE, J. P.; CARVALHO, H. M. DE. Soberania Alimentar. Em: **Dicionário de Educação do Campo**. Rio de Janeiro: Expressão Popular, 2012.

SUTTON, D. E. The ritual and the everyday. Em: **Remembrance of repasts: an anthropology of food and memory**. Oxford: Blackwell Pub, 2001. p. 19–42.

TEIXEIRA, R. A. **MUNICÍPIO DE INHUMAS: COM EIRA E SEM BEIRA NO DESCOMPASSO DA METRÓPOLE**. Tese (Doutorado em Geografia), Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGEO) do Instituto de Estudos Socioambientais (IESA)—Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2012.

TELES, G. M. Manifesto da Cozinha Goiana: 4. O trivial. Em: **Sociologia goiana**. 3ª ed ed. Goiânia - GO: Cerne, 1986.

TOMASO, I. M. **Em nome do patrimônio: representações e apropriações da cultura na cidade de Goiás**. Doutorado em Antropologia Social - Universidade de Brasília—Brasília - DF: [s.n.].

TOMASO, I. M. Etnografando os sentidos do lugar: pintando, declamando e cantando a Cidade de Goiás. Em: LIMA FILHO, M. F. (Ed.). **Antropologia e Patrimônio Cultural: trajetórias e conceitos**. Brasília: Associação Brasileira de Antropologia, 2012.

TONIETTO, J. **Vinhos brasileiros de 4º geração: o Brasil na era das indicações geográficas**. Comunicado Técnico. Bento Gonçalves: Embrapa – Uva e Vinho: Embrapa, 2003.

TORT, J. La geografia, els noms de lloc i la descripció del territori. **Estudis de Toponímia Valenciana**, p. 491–497, 2000.

VELTZ, P. Mondialisation, villes et territoires. **L'économie d'archipel**, v. 2, p. 230, 1996.

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. São Paulo: Editora Studio Nobel, 1988.

VISSER, M. **O ritual do jantar. As origens, evolução, excentricidades e significado das boas maneiras à mesa**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1998.

WALLERSTEIN, I. La creación del sistema mundial moderno. Em: BERNARDO, L. (Ed.). **Un mundo jamás imaginado**. Bogotá: Editorial Santillana, 1992.

WOORTMANN, K. Hábitos e Ideologias Alimentares em Grupos Sociais de Baixa Renda. **Série Antropologia (Relatório Final)**, v. 20, p. 114, 1978.

ZIZEK, S. **Eles não sabem o que fazem: o sublime objeto da ideologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992.

ANEXO A - Aprovação da metodologia da pesquisa junto ao Comitê de Ética⁵⁷



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: Produção, apropriação e transformações de hábitos alimentares no contexto da globalização

Pesquisador: Caio César Alencar de Sena

Área Temática:

Versão: 2

CAAE: 36447420.0.0000.5083

Instituição Proponente: Instituto de Estudos Sócio-Ambientais

Patrocinador Principal: FUNDAÇÃO DE AMPARO A PESQUISA DO ESTADO DE GOIÁS

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.365.662

Fonte: Plataforma Brasil. Parecer nº 4.365.662

⁵⁷ **Nota explicativa:** Os questionários e entrevistas estruturadas e semiestruturadas desta tese de doutorado foram apresentados e aprovados pelo Comitê de Ética parecer número 4.365.662.

A pesquisa contou com metodologias diferentes para cada momento ou etapa da pesquisa, contemplando questionários on-line e por telefone durante o pico da pandemia de Covid-19 até encontros preciosos presenciais, quando visitamos restaurantes, cozinhas e cozinheiras de diversos municípios quando percorremos todos os 21 municípios da Região Metropolitana de Goiânia (RMG).