

A transformação dos hábitos culinários da comunidade Quilombola da Fazenda Picinguaba (Serra do Mar Paulista)

Luís Carlos Paravati¹

RESUMO

Estudo sobre os processos comunicativos envolvidos na transformação dos hábitos culinários da comunidade quilombola da Fazenda Picinguaba de Ubatuba/SP. O objetivo é entender as origens e as causas que provocaram alterações nos hábitos culinários da comunidade do Quilombo da Fazenda, e quais instrumentos comunicacionais são utilizados para a transmissão dos saberes e fazeres tradicionais da comunidade.

PALAVRAS-CHAVES

comunidade; quilombo; caçara; alimentação; folkcomunicação.

Eating behaviour change in quilombola community of Fazenda Picinguaba (Serra do Mar of São Paulo)

ABSTRACT

Study about the communicative processes involved in the quilombola community from Fazenda Picinguaba de Ubatuba, SP culinary habits transformation. Its objective is to understand the origins and causes that provoked the Quilombo da Fazenda community culinary habits changes, and which communication tools are used for the transmission of traditional knowledge and community doings.

KEY-WORDS

community; quilombo; caçara; feeding; folkcommunication.

¹ Mestre em Comunicação Social, junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, sob a orientação da Profª Drª Cílicia Peruzzo. Email paravati@globo.com.

Introdução

As mudanças sociais ocorridas, sobretudo, nas últimas décadas, provocadas pelo acelerado avanço tecnológico; a construção da rodovia Rio-Santos nos anos 1970, trazendo uma desconfiguração do entorno da Serra do Mar e da praia com conseqüente exploração imobiliária da região; a criação do Parque Estadual da Serra do Mar, com a incorporação da área onde se localiza a comunidade do Quilombo da Fazenda, delimitando-a como área de preservação ambiental; e as novas práticas gastronômicas adotadas em decorrência das constantes exigências de adaptação da sociedade brasileira ao mercado global compõem o cenário deste estudo.

A preservação, manutenção e alterações das tradições culturais, dos costumes, dos saberes e fazeres, da comunidade do Quilombo da Fazenda, reconhecida pela Fundação Palmares como remanescente de quilombo, vem sofrendo, nesses últimos 40 anos, influências externas em virtude do processo de desenvolvimento turístico aliado à preservação ambiental da região.

A comunicação comunitária se caracteriza como popular, pois a cultura, os saberes, os modos e os fazeres são transmitidos, de geração a geração, predominantemente pela oralidade, com o sentido de transferir conhecimentos, utilizando-se das manifestações culturais, na maioria baseadas no folclore, e praticadas com esmero pelos membros mais antigos.

Cria-se sentimento de pertença nos mais jovens, incentivando a manutenção e perpetuação da cultura. Os hábitos alimentares do Quilombo da Fazenda sofrem influência da culinária caiçara, devido à sua localização próxima ao litoral. Seu prato emblemático é o peixe azul-marinho, preparado a base de peixe e banana verde, além de outros de características singulares da cultura caiçara como a paçoca de banana e o bolinho de taioba.

A comunidade quilombola da Fazenda Picinguaba encontra-se dentro da área do Parque Estadual da Serra do Mar no município de Ubatuba, São Paulo. É constituída por pouco mais de 40 famílias e, por se tratar de uma área de proteção ambiental, são impossibilitadas de praticar qualquer atividade que possa comprometer o meio ambiente. Dentro desse contexto, o levantamento e a identificação dos hábitos culinários praticados no

passado, as formas de preservação das tradições, e o confronto com os praticados na atualidade se faz relevante devido ao risco existente da perda da memória dos costumes e dos fazeres da comunidade.

Comunidade, cultura e identidade

As comunidades quilombolas preservaram e ainda preservam seus padrões de cultura ou de sociabilidade e os mantêm, apesar do tempo. É um tipo de comunidade embrionária, de origem biológica, cultural e social “mestiça” (FERNANDES, 1975, p. 47).

No caso de comunidades tradicionais, como os quilombos, estão presentes de forma concomitante os aspectos provindos de comunidade territorial de sangue e amizade. Essa situação se verifica porque os membros dessas comunidades, formadas por poucas famílias, estabelecem uniões conjugais, e, por conseguinte de parentesco; vivem em habitações próximas, criando o hábito da vida conjunta, caracterizando vizinhança; partilham das mesmas condições de trabalho, modo de pensar e da mesma fé, constituindo assim laços de amizade.

Alain Bourdin (2001, p.31) acredita que a comunidade é a matriz de toda sociabilidade. Considera que o ser social se define pelo pertencimento a um grupo, caracterizado por laços familiares, de língua e território, que Peruzzo e Volpato (2009, p.146) classificam como a busca pelas raízes, por um sentimento de pertença - que todo indivíduo busca - pelo viver-junto, pela vida em família, pelo pertencer a um “nós”. “São locais herdados de fatores históricos e de identidade local que podem estar manifestados nos bens culturais e no conjunto de regras comuns vividas por seus membros e expressos na religião, na cultura, na etnia, etc.” (PERUZZO; VOLPATO, 2009, p.146).

Cabe ressaltar a importância do pensamento dos autores citados, para entender as comunidades quilombolas. O fator de ligação ao solo (território) é a característica principal. Vemos isso enfatizado pelos autores, fundamentalmente no tocante ao local. Porém, deve-se considerar a importância dos laços de sangue, a língua e o consequente sentimento de pertença classificados por Bourdin (2001); o conjunto de regras comuns vividas por seus membros e expressos na religião, na cultura, e na etnia identificados por Peruzzo e Volpato (2009) que geram fortes laços de cooperação, interação, participação ativa, interesses

coletivos acima dos individuais, confiança e conjugação de interesses em comum (PERUZZO, 2003 p. 55-56).

Para Bordenave (1997, p.17), a comunicação é o canal pelo qual os padrões de vida são transmitidos, muito antes da idade escolar, é pela comunicação que se aprende a ser membro de uma comunidade ou sociedade. É por meio da comunicação que se obtém as crenças, valores, hábitos e tabus, não ocorrendo por instrução formal e sim indiretamente, por pequenos eventos, às vezes insignificantes em si mesmos, através das relações com outras pessoas, aprendendo-se naturalmente e assimilando-se a cultura. Bordenave (1997, p.19) salienta ainda: “A comunicação confunde-se, assim, com a própria vida. Temos tanta consciência de que comunicamos como de que respiramos e andamos”.

Na comunidade do Quilombo da Fazenda Picinguaba identificamos nitidamente que as trocas de experiências, as transmissões dos saberes e dos fazeres, a manutenção da cultura e das tradições se baseiam na comunicação oral, por meio das ações familiares cotidianas e também por intermédio de pequenos eventos, conforme descrito pelos autores acima.

Para Martino (2002, 23), quando falamos de cultura, trabalhamos um conceito que implica num processo de comunicação:

A cultura implica a transmissão de um patrimônio através das gerações. Observação que também é válida no que diz respeito aos próprios elementos que se encontram em relação, pois a noção de homem é essencialmente da ordem do simbólico, em oposição à noção de “animal homem”, que remete apenas para o ser biológico... Em outras palavras, o ser humano é um ser da comunicação: consigo e com o *mundo*, ambos entendidos como o produto da comunicação com *outrem* (grifos do autor).

Dentro desse contexto, ressaltamos que a comunicação relaciona-se com a cultura, notadamente no campo das práticas cotidianas, nos modos de vida que as pessoas desenvolvem para viver, nos costumes e nas tradições dos grupos ou comunidades. A integração comunicação e cultura acontece na transmissão dos saberes e fazeres, via de regra pela oralidade, independentemente do tipo de comunidade.

Cuche (1999, p. 180) destaca que: “[...] um grupo sem língua própria, sem cultura própria, sem território próprio, e mesmo, sem fenótipo próprio, não pode pretender constituir um grupo etno-cultural. Não pode reivindicar uma identidade cultural autêntica”.

Alceu Maynard de Araújo, em “Cultura popular brasileira” (1973a, p. 9), delimita as áreas culturais considerando os padrões culturais tipificadores relacionados aos fatos folclóricos. Dessa forma, o fato folclórico, como fenômeno cultural, traz em seu bojo características do popular, do anônimo e do tradicional, transmitindo, via de regra pela oralidade, as suas variadas manifestações.

Para Maynard (1973b, p. 14), área cultural é o espaço geográfico onde grupos apresentam condições semelhantes de cultura, com valores comuns e constantes, onde há características próprias de uma determinada cultura, mesmo que diferente de outra cultura, ainda que vizinha.

Néstor Garcia Canclini, em “Culturas Híbridas” (2011, p. 22), considera que o “popular” corre menor risco de intenção do que de transformação. Para o autor nunca houve tantos artesãos, ou artistas populares; seus produtos têm características tradicionais e modernas, atraindo turistas e consumidores urbanos que veem nesses bens folclóricos características únicas e personalizadas, não encontradas nos bens industrializados.

Por cultura quilombola entendemos tratar-se de uma cultura muito próxima da cultura rural, independente da localização da comunidade estar próxima ou muito distante do litoral, tem grande sentimento de pertença ao território, o sustento advém da cultura de subsistência, têm apego às tradições regionais e ancestrais, com suas manifestações culturais fortemente vinculadas ao passado, lutando para manter viva a memória social e a valorização dos saberes tradicionais.

Para Massimo Montanari (2013, p. 15-16) comida é cultura tanto quando é produzida como quando é preparada. Quando produzida é cultura porque o homem não consome apenas o que encontra na natureza, mas cria a própria comida, sobrepondo a atividade de produção à de predação.

Montanari em “O mundo na cozinha” (2009, p. 11) equipara a cozinha à linguagem porque possui vocábulos, regras de gramática, de sintaxe e de retórica. Exatamente com a linguagem, a cozinha tem e mostra a cultura, as tradições e a identidade do grupo que a pratica, constituindo um extraordinário veículo de representação e de comunicação, uma vez que é mais fácil consumir um ingrediente alheio à nossa cultura, do que decodificar outra língua.

Desse modo, “assim como a língua falada, o sistema alimentar contém e transporta a cultura de quem a pratica, é depositário das tradições e da identidade de um grupo” (MONTANARI, 2013, p. 183). Representa um povo, auxilia na construção da identidade e possibilita a troca cultural estando em contato com outras culturas.

Essa relação de comida e identidade é vista por Raul Lody (2008, p.406-407) como uma valorização do próprio imaginário popular em que a comida é entendida pela patrimonialização do que se come como uma atestação de cultura e símbolo de pertencimento, singularidade tanto de contextos tradicionais quanto globais.

A alimentação do Quilombo da Fazenda está mais próxima da alimentação caipira do que da alimentação caiçara, seus principais ingredientes alimentares são extraídos das roças de subsistência, sendo a banana presente em todas as refeições. Há também alguns itens produzidos na própria comunidade como a farinha de mandioca e a farinha de milho. Para o quilombola da Fazenda o ato “do comer” tem uma importância que transcende a necessidade biológica, é um ato compartilhado entre a família e de generosidade com os demais.

A vida no Quilombo da Fazenda

As questões de cultura e tradições na Comunidade do Quilombo da Fazenda, assim como em outras comunidades, contribuem de forma fundamental para a existência das práticas cotidianas e fortalecimento das relações humanas, tendo como elemento primordial a comunicação para sedimentação das experiências e vivências possibilitando o exercício da cidadania.

Nas palavras do morador mais antigo da comunidade não existiam coisas fáceis, vivia-se da troca de mercadorias produzidas na comunidade e trocadas nas comunidades vizinhas ou em Ubatuba (Centro). O morador defende que: “Quem faz a dificuldade é a facilidade, quando não tem facilidade, não tem dificuldade, antigamente nada era fácil então não tinha dificuldade”.

Percebe-se em conversa com os moradores o sentimento de união da comunidade, construído com base nas adversidades e na luta conjunta pelo bem estar dos moradores, constatando-se o fortalecimento das relações sociais ressaltando o sentido de comunidade, vizinhança e identidade, gerando o senso de pertencimento. Estes sentimentos remete-nos

aos conceitos e abordagens de Bourdin (2001); Peruzzo (2003;2009). Portanto, as dificuldades iniciais de adaptação, provocadas pela falta de recursos materiais e de infraestrutura geraram na comunidade o sentimento de pertença, amizade, laços afetivos e emocionais.

Assim, pode-se afirmar que o Quilombo da Fazenda reúne todas as particularidades de uma comunidade tradicional como afirmado por Diegues (1994), muito embora o modo de vida de seus habitantes tenha sofrido rupturas devido aos acontecimentos da década de 1970 com a construção da BR-101, que trouxe facilidade de acesso ao centro urbano de Ubatuba, e a criação do Parque Estadual da Serra do Mar

Para a comunidade do Quilombo da Fazenda, esses acontecimentos importantes da década de 1970 afetaram a vida cotidiana de seus moradores, seja por conta da facilidade de acesso aos centros urbanos de Ubatuba ou de Paraty, seja por meio das determinações impostas pelo Parque devido à transformação do espaço onde estava inserida a comunidade tradicional, em área de preservação ambiental.

Na opinião dos moradores entrevistados, os acontecimentos relativos à construção da estrada, bem como a implantação do Parque refletiram no cotidiano dos habitantes do Quilombo da Fazenda. Na opinião de uma das moradoras:

Com a chegada da BR, tudo mudou bastante, o povo ia pra cidade, entrava no supermercado e fazia a festa. Aí já plantavam pouco, não queriam ter trabalho, já queriam comprar na cidade, aí vem as coisas com conservante, vem tudo que não é bom pra gente, os enlatados... mudou bastante a alimentação.

Dentre as considerações dos entrevistados destacam-se de forma evidente o impacto causado na comunidade pela construção da rodovia, e também a implantação do Parque Estadual da Serra do Mar. A comunidade, até então, tinha seu cotidiano voltado exclusivamente às atividades praticadas em comunidades tradicionais, e recebem abruptamente influências trazidas dos grandes centros urbanos, influências trazidas pela indústria cultural, pela proibição de utilização da terra, etc.

Comunicação e Cultura no Quilombo da Fazenda

A culinária caiçara tem como base a farinha de mandioca, o uso do peixe, frutos do mar, carne de caça e de animais criados em seu terreiro. A utilização da farinha de mandioca é um dos traços essenciais desta cultura. Completam o cardápio do caiçara o palmito, a banana e diversos tubérculos como cará, inhame e batata doce. A refrigeração nem sempre é acessível ao caiçara, quando a pesca é boa ou a caça é farta, a carne ou o peixe que sobram são envolvidos em gordura animal e guardadas em latas, ou salgadas e penduradas no fumeiro. (DIEGUES, 2005, v.2 p.49-54).

O azul-marinho é um prato muito presente no cardápio do quilombola da Fazenda. Muito embora a região do Quilombo esteja próxima à praia, cerca de 5 (cinco) quilômetros, seus moradores não tem o hábito da pesca no mar, sendo que a oferta de peixe somente ocorre quando há troca ou venda de ingredientes ou artesanato produzidos no Quilombo com os moradores da vila de pescadores.

A cultura alimentar do Quilombo da Fazenda segue os mesmos parâmetros e princípios da cultura alimentar caiçara. O peixe (in natura ou seco ao sol), a banana verde, a farinha de mandioca, o café de cana. Também fazem parte do cardápio quilombola o quiabo, feijão, a galinha e outros tubérculos como o inhame, o cará e a folha de taioba.

A banana sempre utilizada nas refeições compõe uma série de receitas culinárias que vão desde seu estado verde, refogada com alho, ensopada com o peixe, até madura frita e temperada.

Por se tratar de uma comunidade tradicional, o Quilombo da Fazenda Picinguaba tem seus aspectos comunicacionais realizados primordialmente pela oralidade. Tais aspectos correspondem ao que Roberto Elísio dos Santos (2008, p.19) define como atos comunicativos verbais. Eles envolvem grupos de pessoas, vizinhos conversando em portões, ou uma roda de conversa no campo ou terreiro.

Câmara Cascudo (1980, p. 9) considera que:

Todos os países do mundo, raças, grupos humanos, famílias, classes profissionais, possuem um patrimônio de tradições que se transmite oralmente e é defendido e conservado pelo costume. Esse patrimônio é milenar e contemporâneo. Cresce com os conhecimentos diários desde que se integrem nos hábitos grupais, domésticos ou nacionais.

Assim, podemos afirmar que a comunicação para transmissão dos saberes e fazeres culturais na comunidade do Quilombo da Fazenda tem caráter predominantemente oral. Comunicação direta por meio de gestos, sons, palavras, utilizando de aspectos folkcomunicaçãois.

Beltrão (2001, p. 79) aponta que essas expressões estavam firmadas nas práticas e costumes trazidos desde os antepassados e conservados na oralidade, pela necessidade de preservação das raças oprimidas e desprezadas, quando do contato e da imposição com outra cultura.

Para Carneiro (apud BELTRÃO, 2001, p. 78) ,“sob a pressão da vida social, o povo atualiza, reinterpreta e readapta constantemente os seus modos de sentir, pensar e agir em relação aos fatos da sociedade e aos dados culturais do tempo”. Beltrão (2001, 79) se ampara neste conceito e explica sua teoria:

A vinculação estreita entre folclore e comunicação popular, registrada na colheita dos dados para este estudo, inspirou o autor na nomenclatura desse tipo cismático de transmissão de notícias e expressão do pensamento e das vindicações coletivas. *Folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore.*

Ainda Beltrão (1973, p. 115) salienta “a folkcomunicação utiliza, preferencialmente os canais interpessoais, diretos: as conversas, os relatos, pregações, canção popular e outras representações do folclore. No entanto, os canais indiretos empregados são: cordel, ex-votos, medalhas, bonecos, etc.”.

Marques de Melo, em “Sistemas de Comunicação no Brasil” (1979, p. 217) destaca que o sistema de folkcomunicação “é entendido como universo simbólico peculiar às populações subalternas, por se tratar de área do conhecimento a que estão alheios os indivíduos de classe média”. No entanto, hoje, considerando-se as políticas sociais, de inclusão e de reconhecimento cultural das populações não-indígenas caiçara, quilombola, caipira, etc., podemos considerar tratar-se de universo simbólico peculiar às comunidades tradicionais.

Marque de Melo (1979, p. 219) sugeriu a estruturação programática dos sistemas brasileiros de comunicação categorizando a folkcomunicação. Recentemente atualizada (MARQUES DE MELO, 2008, p. 89-95), essa categorização obedece aos seguintes gêneros:

oral, abrangendo prosa, verso, canções, músicas; icônica, com pintura, ex- votos, objetos utilitários, culinária, indumentária; visual, com escritos, impressos, murais; e cinética, com as festas, danças e jogos.

No Quilombo da Fazenda encontramos os gêneros folkcomunicacionais descritos por Marque de Melo (1979; 2008), os quais apresentaremos conforme os formatos de suas manifestações. Por formato é considerada a estratégia de difusão simbólica determinada pela combinação de intenções (emissor) e de motivações (receptor) (MARQUES DE MELO, 2008, p. 89-95).

No gênero de folkcomunicação oral foram identificadas: Formato Prosa: roda de conversa com o Griô do Quilombo. Trata-se de atividade programada, por solicitação de visitantes ou grupos escolares, ocasião em que o Griô explica como era a vivência antes, durante e depois da implantação do Parque e da Rodovia Rio Santos, os meios de subsistência, e alguns contos e histórias do passado (ROTEIROS, 2010). Ainda no formato prosa, apuramos nos relatos dos moradores, histórias sobre assombrações, que segundo lenda corrente no Quilombo, seriam de “almas de escravos”.

Ainda no gênero Folkcomunicação Oral; Formato Música, identificamos o grupo Ô de Casa, que é formado por jovens do Quilombo da Fazenda que tem por objetivo o resgate e a valorização dos ritmos musicais quilombolas. Temos ainda o CD “Eu tenho o meu sonho”, produzido por Eduardo Rennó e Moacyr Pinto, com músicas cujas letras são baseadas na sabedoria e nos “causos” do Griô do Quilombo.

No gênero folkcomunicação icônica identificamos os formatos: Formato Decorativo, artesanato de palha, junco, cipó e taquara como cestarias, balaies, ornamentos domésticos (pano de prato bordado), que são utilizados no dia-dia dos moradores e vendidos também na loja de artesanato da Comunidade do Quilombo da Fazenda. Formato Nutritivo: culinária caiçara como peixe com banana verde (azul- marinho), café de cana, peixe seco, bolinho de taioba, fabricação de farinha de mandioca e de milho, bolos de farinha e fubá.

Para o gênero folkcomunicação visual no formato impresso encontramos o livro de autoria de Moacyr Pinto (2013) que relata os “causos” do Griô do Quilombo, de forma coloquial e bem humorada.

No gênero folkcomunicação cinética pode-se considerar a festa do azul-marinho no formato festejo, promovida pela comunidade. A festa comemora o dia da consciência negra. Já no formato folguedo identificamos o fandango, e no formato dança encontramos o jongo.

Marques de Melo (2008, p. 17) considera que o objeto da folkcomunicação encontra-se na fronteira entre o folclore e a comunicação de massa, sendo o folclore as formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural das classes subalternas, e “a folkcomunicação caracteriza-se pela utilização de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural”.

No Quilombo da Fazenda, os saberes e fazeres culturais são transmitidos pela oralidade, pois são manifestações de cultura de um mesmo grupo. Os membros se utilizam de linguagens e gestos próprios adquiridos na comunidade.

No prefácio do livro “As iguarias alagoanas de Dona Marly”, Marques de Melo (2010, p. b2) crê que as guardiãs da fortuna gastronômica são as donas de casa, e que “essa transmissão de conhecimentos se faz por via oral, através de receitas que as jovens mulheres ouviram das avós, mães ou empregadas domésticas, mas também assimilaram nos meios de comunicação”.

Dentro do território analisado, o Quilombo da Fazenda, a culinária integra as manifestações culturais transmitidas geralmente de mãe para filha, mas também entre os demais integrantes da família, como comprovam as narrativas dos entrevistados, constituindo procedimentos comunicacionais de transmissão cultural.

Luiz Antônio Barreto, em “Folclore invenção e comunicação” (2005), considera que existe uma infinidade de maneiras de comunicação da cultura, sendo a culinária uma delas. Barreto (2005, p.78) defende que:

A cultura tem cheiro, tem gosto, tem tudo o que é próprio da vida do ser no mundo. A comida que recende comunica uma tradição, estimula o gosto, garante o sabor. E está nas mãos das cozinheiras, nos dedos fechados que tocam os temperos, a certeza da dose que cria os pratos.

Lody (2009, p. 152) discorrendo sobre a transmissão dos conhecimentos culinários em artigo intitulado “Comer é pertencer”, apresentado no I Congresso Brasileiro de Gastronomia e Segurança Alimentar, realizado em Brasília, em 2004, considera:

Assim, para muitas famílias e comunidades, o ato de transmitir uma receita é um ato cerimonial que reúne repertórios materiais, utensílios, gestualidade, escolha dos ingredientes, significado da receita para o cotidiano e para festa, garantindo continuidade da receita, e mais ainda, garantindo os processos sociais hierarquizados dos papéis da mulher, como memória coletiva de saberes e de funções de poder que são marcados, sem dúvida pela comida. A melhor forma de conservar e transmitir memórias é no exercício, na conquista da experiência e, no caso dos doces, na realização de receitas, provando, oferecendo, comendo, educando pelo paladar e formando pelo paladar as identidades, ou recorrendo pelo paladar aos laços de pertencimento a uma sociedade, uma cultura, na qual indivíduos, famílias, regiões e civilizações se reconhecem.

A transmissão dos fazeres e saberes é efetuada conforme a característica cultural de cada pessoa ou família. Essa maneira de transmissão desses fazeres e saberes pode ser observada nas entrevistas e nas conversas com cada um dos membros do quilombo.

Almeida (1965, p. 199) considera que a cozinha, a comida e a bebida possuem uma quantidade enorme de fatos folclóricos, pois a preparação dos alimentos, os ingredientes, os instrumentos e os utensílios, assim como suas formas de obtenção são cercados de crenças e até superstições. Desta maneira a cozinha em si é um lugar folclórico. O autor complementa dizendo “O que o povo come e bebe, como prepara os alimentos e bebidas, os condimentos usados, a maneira de cozinhar, tudo se associa a práticas folclóricas imemoriais e normativas” (ALMEIDA, 1965, p. 199).

Almeida (1965, p. 200) observa ainda que o comer e beber para o povo não está relacionado apenas ao fato de alimentar-se, têm caráter social-cordial como por exemplo os desejos de bom apetite, ou bom proveito; religioso como as orações antes ou depois das refeições, e até caráter folclórico como o nome dos pratos ganhando sentido simbólico, como uma mulher delicada é um doce de coco, ou uma anedota indecente é apimentada.

Para Betania Maciel em “Noções básicas de folkcomunicação” (2007, p. 11), “os estudos de folkcomunicação são verdadeiros guardiões da cultura de um povo,

salvaguardando costumes e tradições ancestrais, que são referências perenes de uma vivência coletiva”.

A folkcomunicação, no entendimento de Antonio Hohlfeldt (2006, p.67), auxilia a compreensão propiciada pelas manifestações folclóricas, isto porque “as práticas comunicacionais populares permitem que os agentes comunitários estejam mais próximos de suas bases do que nas práticas da comunicação mediatizada da sociedade urbana industrializada”.

Sebastião Breguez em “Artesanato popular” (2007, p.99) considera que “O artesanato popular é uma expressão folkcomunicacional das mais importantes porque expressa arte, técnica e comunicação. [...] O artesão é quem domina a técnica manual de criar objetos de uso frequente na comunidade onde vive, sem equipamento industrial repetitivo...”.

Nos processos folkcomunicacionais, segundo Cristina Schmidt (2011, p. 126)

os meios estão vinculados à prática cotidiana. Muitas vezes, grupos se comunicam por meio da alimentação, como já mostrou Câmara Cascudo; na realização de festas, estudado pela Rede Folkcom em pesquisa nacional; [...] E, claro, também se comunicam pelo artesanato. Nesses mesmos processos estão inseridos os emissores e receptores, individuais ou coletivos, voltados a transmitir suas mensagens “em linguagem própria a sua audiência”, pois têm como objetivo comunicar-se “com um mundo” específico de convivência.

Entendemos que a culinária, como o artesanato, apresenta expressão folkcomunicacional, pois, expressa arte, técnica e comunicação. Assim, julgamos, usando o conceito de Breguez (2007, p. 99), que as produções culinárias, a exemplo do artesanato, “são carregados de sentimentos, modos de pensar, sentir e agir que expressam informações, opiniões e visões da vida social, cultural, econômica ou política da sociedade”.

Com base no raciocínio e nas ponderações dos estudiosos folcloristas e pensadores comunicacionais expostos neste artigo, foi possível investigar os aspectos comunicacionais presentes no cotidiano da população do Quilombo da Fazenda, para manutenção e transmissão dos seus fazeres culturais.

Marques de Melo (2011, p. 2), em “A difusão gastronômica no espaço folkcomunicacional”, aborda o assunto com muita propriedade:

Comunicação gastronômica é, portanto, o processo de comunicação cujo objeto é a arte culinária, entendida na sua dimensão simbólica. Isso implica circunscrever o processo aos modos através dos quais os alimentos são apresentados aos consumidores potenciais, concitando-os ao consumo e ao desfrute. Tratam-se, portanto, de processos comunicacionais amplamente cultivados na sociedade, tendo em vista que os “prazeres da mesa” integram o cotidiano das comunidades humanas, possuindo relevância simbólica, tanto nas camadas abastadas, que exibem costumes sofisticados, quanto nos segmentos marginalizados, que denotam hábitos morigerados.

Como exemplo ressaltamos a maneira pormenorizada usada por uma moradora do Quilombo da Fazenda, para descrever o preparo do café de cana utilizado como desjejum ou na merenda da tarde: “O café de cana, a gente mói a cana, igual água, a gente põe pra ferver e faz o café, bota o pó e... é feito com a garapa de cana, e é gostoso...”

Interessante observar que o café de cana também é lembrado com certa dose de nostalgia por boa parte dos entrevistados, onde destacamos a fala de um dos moradores: “...paçoca de banana verde, café de cana. Meu pai conta que todo dia de manhã se escutava o barulho dos engenhos de madeira, a zuada: nhec, nhec, nhec. Tinha que moer pra fazer o café para o pessoal sair pra trabalhar”.

Para Alfredo Bosi em “Dialética da Colonização” (1992, p.51):

Onde há povo, quer dizer, onde há vida popular razoavelmente articulada e estável [...], haverá sempre uma cultura tradicional, tanto material quanto simbólica, com o mínimo de espontaneidade, coerência e sentimento, se não consciência, da sua identidade. Essa cultura, basicamente oral, absorve, a seu modo e nos seus limites, noções e valores de outras faixas da sociedade, quer por meio da Igreja e do Estado (desde os tempos coloniais), quer por meio da escola, da propaganda, das múltiplas agências da indústria cultural; mas, assim fazendo, não se destrói definitivamente, como temem os saudosistas e almejam os modernizadores: apenas deixa que algumas das coisas e alguns símbolos mudem de aparência.

A acentuada utilização do peixe, da banana e da farinha de mandioca na alimentação cotidiana das populações caiçaras paulistas, nos faz reconhecer nesses ingredientes um tripé alimentar da cultura culinária caiçara que é fundamentada na simplicidade, na memória e na tradição. A cozinha caiçara, além de ser uma cozinha de sobrevivência, onde os ingredientes estão ao alcance da mão nas roças, ou na própria natureza, torna-se também uma cozinha emblemática, uma cozinha que representa um grupo, que marca uma identidade.

Muitos fatores foram significativos para alterar o modo de vida da comunidade do Quilombo da Fazenda. Podemos indicar alguns, pela ordem cronológica, que mais influenciaram essas mudanças: a construção da Rodovia Rio-Santos na década de 1970; a criação do Parque Estadual da Serra do Mar e anexação da Fazenda ao Núcleo Picinguaba do Parque nos anos 1980; e a implantação de rede de energia elétrica na comunidade, mais recentemente em 2008.

A construção da Rodovia trouxe para a população quilombola a oportunidade do acesso aos centros urbanos de Ubatuba e Paraty com maior frequência, possibilitando o contato e a aquisição de gêneros alimentícios e outros itens de primeira necessidade, novas oportunidades de trabalho e estudo, cuidados com saúde, etc.

Porém, os alimentos adquiridos fora do quilombo não poderiam ser perecíveis, uma vez que a comunidade ainda não dispunha de energia elétrica para auxiliar na conservação.

Já com a estrada construída, a instalação do Parque Estadual da Serra do Mar, obrigou a comunidade do Quilombo da Fazenda a descontinuar as roças e criações de subexistência, gerando a dependência cada vez maior de locomoção aos centros urbanos de Paraty e Ubatuba para aquisição de itens alimentícios.

A facilidade para obtenção de gêneros alimentícios, por um lado com a abertura da estrada, e a falta de alternativa devido às restrições impostas pelo Parque de outro, provocaram uma mudança nos hábitos da comunidade quilombola.

Com a chegada da energia elétrica em 2008 as possibilidades se abriram ainda mais, pois significou a incorporação da tecnologia para refrigeração, congelamento e manutenção de produtos congelados ampliaram as formas de conservação dos alimentos, reduzindo cada vez mais as práticas tradicionais de conservação e preparo das refeições.

Já as mudanças no comportamento alimentar da população do Quilombo da Fazenda, trazidas pelo progresso, em termos de Rodovia, acesso à mídia de massa e restrições ambientais, pode comprometer o caráter cultural tradicional da cozinha quilombola, em virtude da invasão dos alimentos industrializados, substituição do peixe e da caça pelos alimentos congelados, os tubérculos como o cará e o inhame pelos pães e massas de trigo refinado aproximando a cozinha quilombola à culinária cotidiana dos centros urbanos, abandonando, em parte, sua identidade tradicional no dia-a-dia, embora alguns traços dessa

identidade tradicional continuem a ser reproduzidos, como por exemplo o bolinho de taioba, a farofa e a paçoca de banana verde, e o peixe azul- marinho, muito comum nas datas e ocasiões especiais.

Conclusão

O quilombo da Fazenda é uma comunidade tradicional amparada por lei federal que considera os quilombos como grupos com organização social própria. A legislação reconhece que os povos e comunidades tradicionais “ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição” (BRASIL, 2007).

A cultura alimentar sempre foi transmitida, de maneira geral, na comunidade quilombola da Fazenda pela oralidade. A conversa entre os familiares nas noites frias próximas ao fogão de lenha, o cotidiano das mães no preparo das refeições, rodeada pelos filhos menores, e assistida pelos filhos maiores nas tarefas da casa; a lida na roça para cultivar os gêneros alimentícios; a caça de pequenas presas para enriquecer o almoço ou jantar, fazem parte das lembranças dos entrevistados.

Assim como o cultivo e preparação dos alimentos, outras atividades cotidianas como a confecção de utensílios para uso na lavoura, pesca e atividades domésticas, fabricados manualmente, eram e até hoje são transmitidas entre as gerações pela oralidade.

Estes saberes e fazeres da cultura tradicional, tanto no caráter da alimentação, como no artesanato têm sobrevivido graças a transmissão da experiência dos mais antigos, que explicam, ensinam, mostram, acompanham e corrigem seus aprendizes, transmitem e contagiam com suas sabedorias os mestres em formação.

A transmissão dos saberes e fazeres culturais, por meio da folkcomunicação, favorece a disseminação da linguagem popular, a informação oral, os meios próprios de expressão da cultura tradicional, preservando experiências, fazendo criar novos artistas e perpetuando a cultura.

Hoje, os fazeres alimentares estão mais voltados às práticas modernas de preparação de alimentos, com aquisição de ingredientes em supermercados, a maioria industrializados, incluindo itens congelados e ou pré-preparados.

A transmissão dos saberes e fazeres culturais também sofreu influência das mídias, principalmente a eletrônica. Com a televisão, após a instalação da rede de eletricidade em 2008, novos hábitos alimentares estão sendo incorporados no cotidiano dos moradores.

Há um grupo preocupado em proporcionar o resgate das atividades alimentares tradicionais, até como forma de chamar atenção dos visitantes. Nesse sentido, como lembram Carvalho (2007), Lody (2008) e Montanari (2013), a tradição alimentar em que somos formados, a comida de casa, do nosso grupo, é expressão da nossa cultura na forma do que comemos; trata-se da patrimonialização do que se come como uma atestação de cultura e símbolo de pertencimento, sendo a participação à mesa comum o primeiro sinal de pertencimento ao grupo.

Quanto às demais atividades cotidianas dos moradores, a antiga arte de confeccionar os utensílios do dia-dia, para usos profissionais e domésticos ressurgiu na forma de artesanato, os antigos balaios, cestos, peneiras ganharam nova dimensão, sendo produzidos em escalas menores e diversificando o seu uso, adaptando-os para novas finalidades, o que vem proporcionando atividade para as pessoas mais velhas da comunidade e o conseqüente incremento financeiro na renda das famílias.

Assim, consideramos que os processos comunicacionais implicados na preservação e na manutenção dos saberes e fazeres tradicionais, são praticados utilizando-se meios folkcomunicacionais para sua disseminação.

Considerando o pensamento de Stuart Hall (2003), a identidade é incompleta, é formada ao longo do tempo, estando sempre em processo de formação por meio de sua representação cultural. Nesse sentido consideramos que a identidade da comunidade do Quilombo da Fazenda vem se atualizando por meio de suas manifestações culturais que por sua vez são influenciadas pelas novas tecnologias, pela sociedade globalizada, e pela aproximação, cada vez maior, das mídias com as comunidades tradicionais.

Podemos, contudo, afirmar que o tradicional ainda existe, porém em frequência menor do que a utilizada antes das mudanças advindas da construção da rodovia. O peixe com

banana ainda é feito, sobretudo, em datas especiais, a salada de coração de banana foi atualizada com temperos contemporâneos passando a chamar-se salada quilombola; os cestos e balaios ainda são fabricados para atender o uso doméstico, porém, também são vendidos como peça de artesanato e decoração. O tradicional está se reinventando.

Referências

ALMEIDA, Renato. **Manual de coleta folclórica**. Rio de Janeiro: Cia de defesa do folclore brasileiro, 1965.

ARAÚJO, Alceu Maynard. **Cultura popular brasileira**. São Paulo: Melhoramentos, 1973a.

_____. **Áreas culturais – Estudos de problemas brasileiros**. Guarulhos: FFCL de Guarulhos, 1973b.

BARRETO, Luiz Antonio. **Folclore invenção e comunicação**. Aracaju: Scortecci, 2005.

BELTRÃO, Luiz. **Fundamentos científicos da comunicação**. Thesaurus Editora, 1973.

_____. **Folkcomunicação: Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias**. Porto Alegre: EdPUCRS, 2001.

BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Cia das Letras, 1992.

BORDENAVE, Juan E. Diáz. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 1997.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&Z, 2001.

BRASIL. Decreto nº 6.040 de 7 de fevereiro de 2007. Institui a política nacional de desenvolvimento sustentável dos povos e comunidades tradicionais. **Presidência da República**. Casa Civil. Subchefia de Assuntos Jurídicos. Brasília. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6040.htm>. Acesso em: 23 abr. 2014.

BREGUEZ, Sebastião. **Artesanato Popular**. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (orgs). **Noções básicas de folkcomunicação**. Ponta Grossa, PR: Editora UEPG, 2007, p. 99-102.

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas**. São Paulo: EdUSP, 2011.

CARVALHO, Marcelo. **O alimento: do espaço privado à mercadoria**. In: MIRANDA, Danilo; CORNELLI, Gabriele (orgs). **Cultura e alimentação – saberes alimentares e sabores culturais**. São Paulo: SESC-SP, 2007. p.86-96.

CASCUDO, Luís da Câmara . **Folclore do Brasil**. Natal: Fundação José Augusto, 1980.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 2002.

DIEGUES, Antonio Carlos Sant'Ana. **O Mito da natureza intocada**. São Paulo: NUPAUB- USP, 1994.

_____. **Enciclopédia caiçara: Falares caiçara volume 2**. São Paulo: Hucitec, 2005.

FERNANDES, Florestan. **Comunidade e sociedade no Brasil**. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1975.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&Z, 2003.

HOHLFELDT, Antonio . **Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século**. In: SCHMIDT, Cristina. Folkcomunicação na arena global avanços teóricos e metodológicos. São Paulo, Ductor, 2006, p.62-72.

LODY, Raul. **Brasil bom de boca: Temas da antropologia da alimentação**. São Paulo: Editora Senac SP, 2008.

_____. **Comer é pertencer**. In: ARAÚJO, Wilma Maria Coelho; TENSER, Carla Márcia Rodrigues (orgs). Gastronomia: cortes e recortes, vol. 1. São Paulo, SP: SENAC, 2009, p. 144-153.

MACIEL, Betania. Prefácio do livro Noções básicas de folkcomunicação. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz (orgs). **Noções básicas de folkcomunicação**. Ponta Grossa, PR: Editora UEPG, 2007, p. 11-13.

MARQUES DE MELO, José. **Sistemas de Comunicação no Brasil**. In MARQUES DE MELO, José; FADUL, Anamaira; LINS DA SILVA, Carlos Eduardo (orgs). Ideologia e poder no ensino da comunicação. São Paulo: Cortez & Moraes, 1979.

_____. **Mídia e cultura popular: História, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

_____. **As iguarias alagoanas de Dona Marly**. O jornal, Maceió, p. B2, 25 abril 2010.

_____. **A difusão gastronômica no espaço folkcomunicacional**. Revista Internacional de Folkcomunicação. Ponta Grossa, v.9, nº 17, 2011, p.01-11. Disponível em: <<http://www.revistas.uepg.br/index.php?journal=folkcom&page=article&op=viewFile&path%5B%5D=1334&path%5B%5D=968>> Acesso em: 01 maio 2014.

MARTINO Luiz C. **De qual comunicação estamos falando?** In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (orgs). Teorias da comunicação conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Editora Vozes, 2002. p.11-26.

MONTANARI, Massimo (org). **O mundo na cozinha: história, identidade, trocas.** Tradução Valéria Pereira da Silva. São Paulo: Estação Liberdade: Senac, 2009.

_____. **Comida como cultura.** São Paulo: Senac, 2013.

PERUZZO, Cicília M K; VOLPATO Marcelo de Oliveira. **Conceitos de comunidade, local e região: inter-relação e diferença.** Revista Líbero. São Paulo, v. 12, n.24, p.139-152, dez 2009. Disponível em:

<<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewFile/6790/6132>> Acesso em 04 maio 2013.

_____. **Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária.** Anuário UNESCO/UMESP de Comunicação Regional. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco / UMESP, 2003. p.52-78.

PINTO, Moacyr. **Eu tenho o meu sonho.** São Paulo: Suplegraf, 2013.

ROTEIROS turísticos. Associação da Comunidade dos Remanescentes de Quilombo da Fazenda. Ubatuba, 14.jun.2010. Disponível em:

<http://quilombodafazenda.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=58&Itemid=79>. Acesso em: 29 maio 2014.

SANTOS, Roberto Elísio. **As teorias da comunicação.** São Paulo: Paulinas, 2008.

SCHMIDT, Cristina . **Artesanato: mídia popular e o lembrar comunitário.** Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional, São Bernardo do Campo, p. 121-128 ano 15 Vol. 15, n. 15, jan/dez 2011.

Artigo recebido em: 19/07/2015

Aceito em: 16/05/2016