



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*



IMPRIMINDO SABORES – GASTRONOMIA E IDENTIDADE TERRITORIAL NA QUARTA COLÔNIA -RS

RAFAELA VENDRUSCOLO; JOSÉ MARCOS FROEHLICH; PAULO ROBERTO DULLIUS; LETÍCIA CAVALHEIRO;

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

SANTA MARIA - RS - BRASIL

rafasociais@yahoo.com.br

APRESENTAÇÃO ORAL

Desenvolvimento Rural, Territorial e regional

Imprimindo sabores – gastronomia e identidade territorial na *Quarta Colônia* -RS¹

Grupo de Pesquisa: Desenvolvimento Rural, Territorial e regional.

Resumo

Ancorada na articulação de potencialidades locais e oportunidades globais, a construção de territorialidades constitui uma estratégia de desenvolvimento presente no mundo contemporâneo. A relação estabelecida entre identidade, enquanto construtora de novas territorialidades, e o reconhecimento de especificidades locais mediante registro de Indicação Geográfica pode constituir elemento potencializador do desenvolvimento territorial. Neste cenário, tomam importância crescente os dispositivos de reconhecimento, voltados aos consumidores, dos diferenciais de qualidade da gastronomia resultante de produtos e modos de fazer locais, baseados na identidade e ancestralidade. Neste contexto, também a divulgação passa a constituir um importante meio de promoção dos sabores peculiares produzidos em um território. No intuito de compreender a construção do território da Quarta Colônia de imigração italiana, na região central do RS, analisou-se a recorrência de menções sobre gastronomia e produtos agroalimentares locais no fascículo *Caderno Quarta Colônia*, encarte semanal do jornal Diário de Santa Maria. Foram analisados 80 fascículos

¹ Trabalho derivado do projeto de pesquisa *Identidades e Desenvolvimento Territorial – Estudo prospectivo de potencialidades a partir da noção de Indicação Geográfica*, financiado pelo edital MCT/CNPq 15/2007 - Universal e coordenado pelo professor José Marcos Froehlich (PPGExR-UFSM).



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



correspondentes a 18 meses de publicação, buscando-se identificar produtos com características típicas singulares, passíveis de reivindicação e reconhecimento via dispositivo de Indicação Geográfica.

Palavras-chave: Identidade territorial; Desenvolvimento territorial; Indicação Geográfica

Abstract

Anchored in the combination of local potentialities and global opportunities, the territoriality construction constitutes a development strategy of the cotemporary world. The relation established between identity, as the generator of new territorialities, and the recognition of local specificities based on register of Geographical Indication can be a central element to the territory development. In this context, the recognition tools, aiming at the costumers, acquire higher importance, by analyzing the quality differences in the gastronomy as a result of local products and ways of preparing dishes, based on identity and ancestry. Considering this, the media is also an important promotion channel of the peculiar taste produced in a specific territory. Aiming at studying the structure of *Quarta Colônia*, a territory of Italian culture in the central region of RS, it was analyzed the frequency gastronomy and agrifood products were mentioned in the *Caderno Quarta Colônia*, a weekly special issue by the newspaper *Diário de Santa Maria*. It were analyzed 80 issues from 18 months of publication, in order to identify products presenting typical characteristics that could be recognized through a Geographical Indication tool.

Key-words: Territory identity; Territory development; Geographical Indication

1. INTRODUÇÃO

Diante dos desafios territoriais da globalização, determinadas regiões apresentam alternativas favoráveis a partir de articulações sociais, culturais e econômicas, elaborando modelos próprios de desenvolvimento. A mobilização das potencialidades locais combinadas com o contexto cultural contemporâneo potencializa uma dinâmica territorial própria. A territorialidade, portanto, é construída a partir das relações sócio-culturais, da identidade edificada em raízes históricas, culturais e políticas, capaz de valorizar as tradições, os costumes e seus conhecimentos. Consequentemente, a ênfase nas identidades e na construção de territorialidades a partir da cultura local favorece a valorização das regiões ditas interioranas ou rurais.

A mobilização da identidade territorial enquanto catalisadora da valorização dos produtos de um território surge de forma coerente com a demanda do mercado consumidor na era global. Observa-se que os hábitos alimentares e os padrões de consumo da sociedade global estão baseados na busca por praticidade e rapidez (consumo de *fast-foods* e refeições fora de domicílio). Em contrapartida, estas transformações também fazem emergir



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



preocupações com a saúde, acarretando a demanda por produtos mais saudáveis, de maior qualidade, os quais estão diretamente associados, no caso brasileiro, a produtos da chamada agricultura familiar. Esta modalidade de consumo relaciona a qualidade diretamente à tradição, à autenticidade, às características peculiares de um local ancoradas em sabores definidos por um contexto cultural, ambiental e social singular.

As práticas alimentares constituem o elemento identificador de uma cultura que permanece por mais tempo no imaginário. Nas alternativas de consumo emergentes, a gastronomia é a representação materializada da identidade territorial, étnica ou cultural mais consumida dentre os sinais diacríticos. Observa-se, frequentemente, a identificação de uma região, território ou comunidade pela sua produção agroalimentar, sua gastronomia, seus modos de fazer. Diante disso, a identificação e a valorização das especificidades territoriais tornaram-se um objeto de políticas públicas regulamentadas nas Indicações Geográficas. Com grande uso e importância nos territórios europeus, as Indicações Geográficas são dispositivos de reconhecimento das especificidades e peculiaridades que possibilitam maior proteção e competitividade aos produtos locais.

A identificação dos atores locais com as tradições, os saberes e as singularidades de um território, aliada ao reconhecimento das especificidades locais através de Indicação Geográfica, pode constituir importante elemento catalisador do desenvolvimento territorial. No Brasil, só bem recentemente começaram a ser utilizados tais dispositivos de reconhecimento. Existem no país atualmente quatro Indicações Geográficas concedidas: a Indicação de Procedência² do Vale dos Vinhedos e, da Carne do Pampa no Rio Grande do Sul, do Café do Cerrado Mineiro em Minas Gerais e da Cachaça³.

Partindo disso, o artigo procura analisar a construção recente de um território na região central do Rio Grande do Sul - a Quarta Colônia de Imigração Italiana. A divulgação do território é de extrema importância para que se torne conhecido e seus produtos e serviços consequentemente consumidos. Dessa forma, as páginas que seguem apresentam a análise de conteúdo do fascículo *Caderno Quarta Colônia*,⁴ publicado semanalmente no *Diário de Santa Maria*, jornal de circulação regional⁵. Procura-se analisar as manifestações da territorialidade construída, bem como a recorrência a menções sobre gastronomia e produtos agroalimentares locais que reivindiquem características típicas singulares, passíveis de reconhecimento via dispositivo de Indicação Geográfica.

2. A CONSTRUÇÃO DE TERRITORIALIDADES NA ERA GLOBAL

² Ainda não há registro de Denominação de Origem no Brasil, tendo em vista a inexistência ainda de instituições credenciadas para auferir a qualidade singular dos produtos. (GURGEL, 2006).

³ As Indicações de Procedência são concedidas pelo INPI, mas há no Brasil uma Indicação resultante de um decreto presidencial, no caso da cachaça. Foi uma forma de proteger o destilado nacional diferenciando-o do rum (GURGEL, 2006).

⁴ O fascículo é publicado desde o dia 04 de agosto de 2006, e, portanto, serão analisadas 80 edições contando da data inicial ao dia 08 de fevereiro de 2008.

⁵ O Jornal *Diário de Santa Maria*, veículo da RBS, tem circulação nas regiões Central e Fronteira-Oeste do estado do Rio Grande do Sul.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



A contemporaneidade é definida de diversas formas pelos estudiosos que convergem suas opiniões para as grandes transformações nas relações sociais, culturais e econômicas, nos padrões de consumo, nos hábitos alimentares, na relação espaço-tempo, decorrentes da globalização (BAUMAN, 2005; HALL, 2006; CASTELLS, 2006). A globalização constitui um processo de intensificação das relações sociais em nível global proporcionado pela dinâmica das redes de comunicação (GIDDENS, 2002), a qual tem produzido fenômenos aparentemente paradoxais que permeiam as dinâmicas sócio-culturais, dentre os quais se dá ênfase à relação local-global, à valorização da diversidade cultural e ao contato com a natureza (IANNI, 2000). Em meio à velocidade dos fluxos do mundo globalizado, à homogeneização das culturas e à fragmentação das identidades (HALL, 2006; BAUMAN, 2005), observa-se também a busca e a valorização da diversidade cultural e natural (biodiversidades), de produtos que representem uma relação histórica e identitária com os territórios e a natureza.

Desta forma, a nova dinâmica global trouxe grandes desafios para a ordem sócio-cultural e econômica, os quais foram positivamente enfrentados pelas regiões interioranas, que conseguiram construir seu próprio modelo de desenvolvimento. O processo histórico da globalização, permeado de paradoxos, possibilita atualmente a relação entre as oportunidades globais, fundamentadas em padrões de consumo diferenciados, e o aproveitamento das potencialidades locais, compondo uma dinâmica territorial própria. Da mesma forma, a afirmação da identidade e da tradição de cada território pode ser vista como uma forma de resistência de grupos marginalizados frente aos movimentos da globalização, no decurso de transformações dos atributos simbólicos em elementos produtivos de confrontação ao consumo homogeneizado (CASTELLS, 2006). Ou ainda, pode-se compreender como a construção de uma identidade de projeto “quando os atores sociais, utilizando-se de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda a estrutura social” (CASTELLS, 2006, p.24).

A construção de territorialidades está pautada não apenas na concepção geográfica de espaço mas no seu tecido social, nas relações sociais, culturais, políticas e econômicas que dinamizam os espaços e valorizam seus saberes, práticas e sua história (ABRAMOVAY, 2003; 2007). Estes processos de valorização das regiões rurais por sua cultura e pela natureza ganham dimensões promissoras na atualidade, contradizendo os vaticínios históricos de desaparecimento do rural e desconstruindo o significado de atraso que lhe foi atribuído nas visões da modernização conservadora, construindo novos sentidos para o desenvolvimento contemporâneo e novos papéis para os territórios rurais (FROEHLICH, 2002).

O território é construído por meio da apropriação do espaço físico ou simbólico pela ação dos atores locais. A negociação entre os diferentes sujeitos, incorporada pelo jogo de poder, resulta na formação de uma identidade comum, territorial. Por isso, entende-se que a territorialidade consiste em uma construção social e não algo dado somente pelo passado. Segundo Albagli, “cada território é produto da intervenção e do trabalho de um ou mais atores sobre o espaço” (2004, p.26). Torna-se possível, portanto, fortalecer as territorialidades, estimulando os laços sociais e culturais que identificam os sujeitos e o espaço, bem como os laços de cooperação entre os atores locais instigados pela valorização dos atributos físicos, naturais, sociais e culturais do território tidos como singulares enquanto



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



recurso para o desenvolvimento. Entretanto, Albagli (2004) aponta para a necessidade de haver uma base sócio-cultural, um “capital sócio-territorial” acumulado e transmitido ao longo de processos históricos.

O aproveitamento dos recursos locais e a mobilização dos atores exigem a valorização do patrimônio material e imaterial e, portanto, a construção de uma identidade local ou regional, bem como a formação de laços de interação e solidariedade. Esse processo de mobilização do capital social e de identificação com os recursos culturais e biofísicos define a construção do que se denomina um novo tipo de territorialidade, formada a partir da articulação de forças internas e externas.

Segundo Veiga(2003), a preservação do patrimônio tanto material quanto imaterial deixou de ser apenas um ato patriota, educacional ou estético e passou a constituir elemento de pauta nas discussões sobre estratégias de desenvolvimento. Atualmente, o patrimônio passa a ser entendido como uma oportunidade de consumo produtivo e a preservação do patrimônio como uma ação da comunidade e não apenas dos órgãos governamentais. Assim, o envolvimento dos atores locais com o patrimônio material (natureza, edificações históricas, etc.) e imaterial (tradições locais, saberes artesanais e culinários, etc.) dá suporte para atividades que possam promover o desenvolvimento local (VEIGA, 2003).

O território, portanto, é uma construção social, um espaço construído a partir da identificação dos sujeitos com um sistema simbólico onde estratégias de desenvolvimento são apontadas. O desenvolvimento territorial é compreendido hoje em sua dimensão valorativa, tendo em vista seus atributos de sustentabilidade e competitividade⁶. Esse constitui um processo de transformação da economia e das instituições em uma sucessão de trocas culturais interna e externamente. Tem-se que a construção de territorialidades propicia, de forma gradual e sustentável, a transformação produtiva e institucional de um espaço rural determinado, agregando maior valoração aos produtos e serviços, e possibilitando a interação e a cooperação entre os atores locais.

3. IDENTIDADE TERRITORIAL E ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO

A valorização dos saberes e práticas está diretamente relacionada à construção de uma identidade territorial. A identificação dos atores locais com as características definidoras do território é fundamental para a constituição de uma territorialidade. O sentimento de pertencimento dos atores locais à identidade construída e a apropriação do espaço instituem laços de solidariedade. A identidade, portanto, é construída pela relação entre os sujeitos, com base em afinidades histórico-culturais, e pela negociação dos atores locais com a

⁶ Albagli (2004) chama a atenção para a sustentabilidade do desenvolvimento ancorado na noção de território. A apreciação do território unicamente a partir da sua capacidade de atrair investimentos e gerar lucratividade tende a consumir de forma predatória os recursos tanto naturais, quanto sociais e culturais. Em contrapartida, o desenvolvimento local tendo como suporte a noção de território tende a estimular os laços de identificação e solidariedade garantindo a longo prazo a sustentabilidade.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



alteridade na delimitação de fronteiras simbólicas⁷ que permitam a diferenciação e conseqüente identificação. Segundo Arantes(2004, p.100) “A identidade consolida-se sobre um amálgama de sentimentos profundos que são vivenciados como referências pessoais e sociais fundamentais em termos de localização do ser no mundo”.

A fragmentação do mundo contemporâneo⁸ é expressa na fragmentação das identidades. A dicotomia local/global exprime um processo de crise de identidade em que o sujeito se torna capaz de mover-se entre grupos distintos, lidando com diversos símbolos que podem dar origem a diferentes identidades construídas e reconstruídas. Os indivíduos contemporâneos não pertencem mais a um só código cultural homogêneo e, portanto, não se definem mais por uma única identidade distintiva e coerente. Há, com isso, a possibilidade de construção de novas identidades a partir da coexistência de vários códigos simbólicos. Esse fenômeno da nova lógica cultural contemporânea define as identidades como “híbridas, dúcteis e multiculturais” (CANCLINI, 2006, p.138).

As identidades são construídas socialmente nas interações sociais internas ou externas, nos laços estabelecidos pelos sujeitos nas situações cotidianas, formando círculos étnicos, territoriais ou de grupos que possuem elementos identificadores com significados comuns, seja num processo de afirmação ou distinção (RODRIGO, 1996). As redes de sociabilidade contemporâneas se formam cada vez mais em torno de teias de significados compartilhados pelos grupos e utilizados como distintivos. Com base nesse entendimento, ressalta-se que a identidade é construída no contato com a alteridade, num fenômeno de fricção seja interétnica, intergrupual ou inter-territorial. A identidade deve ser compreendida em sua perspectiva relacional, como um laço de união interna e distintividade externa. O sistema de símbolos e significados representa o grupo que se reconhece e se distingue no contato com a alteridade (OLIVEIRA, 2006).

As mudanças culturais da sociedade contemporânea se voltam para a valorização da diversidade cultural e da natureza. Novas modalidades de consumo buscam produtos e serviços peculiares de uma cultura revelando um movimento de busca por um passado histórico⁹. Por outro lado, encontra-se a realidade de pequenos municípios ou comunidades rurais marginalizadas pelo processo de exclusão oriundo da globalização. Perante as mudanças do mercado consumidor frente ao estímulo das novas tendências, esses lugares passaram a investir nos seus recursos culturais, sociais e naturais¹⁰ como alternativa à produção agrícola. As belezas naturais dessas regiões, seus aspectos históricos, suas tradições, costumes e modos de vida, muitas vezes aliados à origem étnica, bem como à proximidade dos laços de interação social, são características antagônicas à homogeneização cultural, à impessoalidade e à paisagem das grandes cidades, o que as torna grandes atrativos. Em consonância, os hábitos alimentares desprovidos de qualidade e homogeneizados da sociedade contemporânea abrem caminho para os pitorescos saberes locais que dão significado aos sabores.

⁷ As fronteiras simbólicas expressam um traço da identidade, o sentimento de pertencimento a uma comunidade política que ocupa um território como seu (ALBAGLI, 2004, p.32).

⁸ Mundo Pós-Moderno ou da Hipermodernidade.

⁹ Isso pode ser observado no aumento da procura pelo turismo rural e cultural, e no consumo de produtos com qualidade diferenciada.

¹⁰ Segundo Veiga (2003), é imenso o leque de recursos naturais e culturais disponíveis nos territórios rurais.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



As articulações entre território, identidade, cultura e mercado permitem a interpretação de um espaço geográfico permeado por uma identidade construída socialmente, formando laços de proximidade e interdependência e possibilitando qualidade e vantagens aos produtos e serviços locais, conferindo-lhes maior competitividade no mercado. Na maioria das vezes, o desenvolvimento das potencialidades territoriais pode ser explorado economicamente, através de produtos ou serviços genéricos, sem a produção de características identitárias com especificidades locais. Entretanto, há estratégias territoriais de desenvolvimento voltadas para o conhecimento dos recursos específicos disponíveis, com base na organização de ações voltadas para a promoção das qualidades construídas (adquiridas) ou mesmo intrínsecas do território. Assim, caso haja potenciais ativos, materiais ou imateriais, que expressem a genuinidade local, há a possibilidade de reconhecimento e valorização de produtos locais com base na política de diferenciação. Muitas vezes, os potenciais fatores para a valorização se originam da interação entre o patrimônio natural e o patrimônio histórico-cultural, ocasionando singularidades expressas em produtos ou serviços que permitem novas formas de relações com os consumidores (ALBAGLI, 2004; RIMISP, 2006; LAGARES, LAGES, BRAGA, 2006).

Atualmente, a obtenção de dispositivos de reconhecimento constitui a principal estratégia que articula os potenciais da noção de identidade territorial para promover ações de desenvolvimento, âmbito no qual as Indicações Geográficas¹¹ são as mais reconhecidas, inclusive formal e oficialmente, nos órgãos institucionais nacionais e mesmo internacionais¹². O reconhecimento das especificidades territoriais mediante Indicações Geográficas (IGs), no Brasil, pode se dar de duas formas: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). A Indicação de Procedência consiste no nome geográfico dado ao território que se tornou conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou prestação de serviço. Quanto à Denominação de Origem, distingue-se por ser o nome geográfico dado a um território em virtude da qualidade ou característica dos produtos ou serviços exclusivos ao meio geográfico, de fatores naturais ou humanos do território. Assim, a diferença singular entre as formas de Indicação está associada às características e peculiaridades físicas e humanas potencializadas pelo território que podem designar uma Denominação de Origem, enquanto que para a Indicação de Procedência é suficiente a vinculação do produto ou serviço a um espaço geográfico, independente de suas características e qualidades intrínsecas (LAGARES, LAGES, BRAGA, 2006).

Assim, diante das características da sociedade contemporânea com seu expressivo apreço pelo consumo de produtos e serviços que dialogam com histórias nostálgicas dos tempos antigos ou que interagem com a “natureza”, o desenvolvimento dos territórios pauta-se na necessidade de se conhecer e consolidar potencialidades e estratégias que contemplem as suas especificidades e tipicidades histórico-culturais e naturais. As Indicações Geográficas, como sinal de qualidade, podem gerar desenvolvimento através da valorização da propriedade intelectual, agregando valor, diferenciando e qualificando a produção.

¹¹ De forma jurídica, as Indicações geográficas são consideradas “marcas territoriais” que reconhecem os direitos coletivos referentes aos sinais distintivos de um território (GURGEL, 2006).

¹² As Indicações Geográficas são responsáveis pelo desenvolvimento de grande parte dos territórios europeus que investiram nos produtos e serviços com base nas características histórico-culturais e naturais contempladas pela organização e a identificação dos atores com o território.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



4. QUARTA COLÔNIA: SINGULARIDADES E POTENCIALIDADES

Estimulados pelas alternativas de desenvolvimento territorial incentivadas por políticas públicas, atores regionais e locais realizaram uma experiência de aproveitamento dos recursos naturais e culturais diante das oportunidades globais da nova lógica contemporânea. O PRODESUS (Projeto de Desenvolvimento Sustentável da Quarta Colônia) desencadeou, desde a década de 90, uma nova forma de gestão dos projetos de desenvolvimento voltados à construção de um território e à preservação do patrimônio natural, tangível e intangível. O projeto reuniu nove municípios da região central do Rio Grande do Sul (Agudo, Dona Francisca, Faxinal do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Pinhal Grande, Restinga Seca, São João do Polêsine e Silveira Martins) em um consórcio (CONDESUS), envoltos pela proximidade geográfica e, principalmente, pelos seus aspectos culturais e étnicos formados a partir de bases históricas semelhantes (FROEHLICH E ALVES, 2007).

Dentre seus projetos, o CONDESUS desenvolveu atividades de valorização das tradições, da história e do saber-fazer local em sua perspectiva étnica. Atividades que envolvem educação patrimonial, estímulo à produção e comercialização de produtos locais e atividade turística transformaram o cotidiano em bens culturais, afirmando as práticas e hábitos diários pelos seus significados culturais. A valorização destas características potencializam o desenvolvimento nos seus aspectos econômicos, de auto-estima e qualidade de vida, que contribuem para a construção de uma identidade comum. O compartilhamento de uma teia de símbolos e significados entre atores de um território fortalece os laços de proximidade e de identidade dando forma à territorialidade.

A projeção do consórcio tem como principal foco a consolidação de uma identidade territorial que tem como suporte os aspectos etno-culturais, históricos e naturais. A estratégia consolida um sentimento de pertença a um local (território), compartilhando signos e significados criados a partir do processo de trocas culturais entre os povos e etnias que migraram para a região ao longo do último século. Alemães, italianos, africanos e portugueses compartilham saberes, tradições e costumes preservados na sua etnicidade ou recriados nas fricções interétnicas. Essa mistura cultural, aliada ao contexto histórico e à adaptação dos colonos ao ambiente da região, possibilitou o desenvolvimento de uma cultura própria.

A construção do território Quarta Colônia passa pela formatação de uma identidade territorial em um movimento de afirmação emblemática de uma identidade antes estigmatizada. As concepções sociais advindas do processo de modernização estigmatizaram as regiões e seus atores sociais que ficaram à margem deste movimento “progressista”. No caso analisado, são municípios que sobrevivem com uma agricultura tradicional, com uma cultura própria baseada nas tradições e costumes dos antigos colonizadores da região. Uma relação espaço-tempo diferenciada e ancorada em exterioridades culturais, sociais e naturais próprias. Essas características antes compreendidas pejorativamente como rudimentares e atrasadas foram, gradativamente, valorizadas e transformadas em emblemas. A mesma lógica



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



cultural contemporânea que estigmatizou as características tradicionais do meio rural, passou a apreciar a proximidade com a natureza, os laços sociais e de cooperação, assim como as peculiaridades de um modo de ser, falar e agir e dos saberes vinculados a tradições e cultivados por gerações.

Nesse cenário, os projetos do CONDESUS vislumbraram alternativas turísticas, de preservação e apreciação do patrimônio natural e dos bens culturais tangíveis e intangíveis, com maior ênfase à gastronomia regional, decorrentes dos saberes étnicos. Os modos de fazer, os saberes, e os hábitos alimentares dos “antigos” estão sendo resgatados e transformados em bens comercializados interna e externamente. A apreciação dos sabores gastronômicos se torna, assim, um retorno ao passado e, ao mesmo tempo, um contato com as belezas naturais e a cultura do território.

5. O ENCARTE *CADERNO QUARTA COLÔNIA*

Como estratégia de promoção das belezas naturais, do patrimônio tangível e intangível de um território recentemente construído, o CONDESUS apostou na divulgação da Quarta Colônia por meio de fascículos semanalmente encartados no Jornal Diário de Santa Maria¹³, denominado *Caderno Quarta Colônia*. Com circulação nas regiões Central e Fronteira-Oeste do Rio Grande do Sul, o jornal atende às expectativas de exposição e promoção das potencialidades dos municípios que compõem o consórcio em nível regional. Consiste na oportunidade de promover o turismo e a comercialização dos produtos e serviços do território, tornando-o conhecido como um atrativo. Desta forma, o fascículo se tornou um importante objeto de estudo para compreender o modo como o território está sendo mostrado e quais recursos estão sendo explorados ao longo dos últimos anos.

O fascículo destaca os atrativos turísticos naturais, o patrimônio material edificado pelos colonizadores, bem como o patrimônio imaterial representado pela religiosidade, pelas tradições, pelos costumes e pela gastronomia (foco da pesquisa). O ecoturismo, o turismo religioso e gastronômico são os destaques do território e, recentemente, apontam-se as descobertas paleontológicas como atrativos da região.

A pesquisa analisou 80 fascículos que correspondem ao período de 04 de agosto de 2006 a 08 de fevereiro de 2008¹⁴. As potencialidades gastronômicas aparecem em 50% dos fascículos analisados, o que permite compreender que a gastronomia constitui uma importante alternativa promocional. Dos 40 encartes que apresentam menções a gastronomia local, observou-se a divulgação em massa de eventos que carregam a distintividade gastronômica nas suas denominações. Destas menções, 63% correspondem a eventos gastronômicos dos quais: metade são designados por produtos *in natura* produzidos nas localidades do território e a outra metade são promoções festivas intituladas por seus produtos elaborados. Além disso, destacam-se nas publicações 14 receitas que correspondem

¹³ Uma das estratégias de divulgação que será analisada neste artigo.

¹⁴ O período escolhido corresponde a data de início da publicação até a data de elaboração do presente artigo.

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

a 24 % das menções, sendo o restante 13% direcionadas a bebidas e produtos alimentícios¹⁵. Em números absolutos, constatou-se a divulgação de 14 eventos gastronômicos na região e 14 receitas publicadas. A pesquisa listou ainda 3 tipos de bebidas e 51 tipos de produtos alimentícios elaborados na Quarta Colônia que tiveram divulgação no fascículo.

Quadro 01: Quadro descritivo dos eventos gastronômicos e das receitas divulgadas no fascículo *Caderno Quarta Colônia*.

EVENTOS GASTRONÔMICOS	RECEITAS
Festa da cuca e do Risoto de Nova Palma	Cuca alemã
Mostra Gastronômica da Quarta Colônia	Cuca italiana
Festa do Moranguinho e da Cuca de Agudo	Pão de amendoim (Dona Francisca)
Festa da Batata de Silveira Martins	Bolacha de Natal de Silveira Martins
Festa da Uva tinta (Silveira Martins)	Bolacha de Natal de Vale Vêneto
Festival da Uva e das águas (Silveira Martins)	Torta de Nozes de Ivorá
Festa da Uva Branca (Silveira Martins)	Bolacha de mel de Agudo
CHOCULIN (Festa do Chopp, da cuca e da lingüiça de Agudo)	Panetone de Dona Francisca
Feira Regional da Abóbora (Ivorá)	Chocotone de Faxinal do Soturno
Festa do Arroz (São João do Polêsine)	Rosca de Natal de Agudo
Festa do Milho (Nova Palma)	Pernil de cordeiro assado ao alho, óleo e salsa de Restinga Seca
Festa da Soja (Pinhal Grande)	Farofa de Réveillon de Pinhal Grande
Festa do Amendoim (Ivorá)	Mousse de Atum de Nova Palma
Festival do queijo e do vinho (Faxinal do Soturno)	Cuca Miss Brasil

Fonte: Os autores

O consumo de produtos que representem uma alimentação saudável e que identifiquem um modo de vida ou cultura faz parte da lógica de consumo contemporânea. Desta forma, a ênfase na gastronomia local da Quarta Colônia vai ao encontro das oportunidades do mercado de consumo. Discursos de sustentabilidade, produção agroecológica ou orgânica apontam as preocupações com a saúde e a preservação do meio ambiente. De forma coerente, a produção da agricultura familiar aponta um diferencial nos produtos regionais. Aliada a isso e ao movimento de valorização da diversidade cultural e de

¹⁵ Aqui destacam-se as agroindústrias e a produção agrícola.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



preservação das tradições e costumes, tem-se a história peculiar da colonização e de trocas culturais na Quarta Colônia.

Vários municípios ou localidades rurais da Quarta Colônia possuem um produto ou prato característico do local que motiva a promoção de pelo menos uma festa anual, assim como batiza a terra como produtora, pelos seus atributos naturais, sociais ou culturais¹⁶. Assim, pode-se conhecer Silveira Martins como a “terra da batata” e produtora de uvas ou Agudo pela sua produção de moranguinhos. Aponta-se também o município de Ivorá como produtor de abóboras e amendoim, São João do Polêsine de arroz, Nova Palma de milho e Pinhal Grande de soja. Nem todos os municípios são destacados pela produção ou comercialização de algum produto agrícola, são designações que fazem parte do imaginário da população do território a partir das comemorações festivas nas épocas de colheita dos respectivos produtos.

Por outro lado, alguns locais salientam o modo de fazer, o saber-fazer local que determina a chamada gastronomia típica. Por exemplo, o município de Nova Palma se destaca pela sua especialidade na preparação do risoto e da cuca de origem italiana, pratos presentes na mesa dos descendentes de italianos da região. A promoção festiva de um prato exprime o reconhecimento dos atores locais como produtores de uma tipicidade gastronômica. Os sujeitos identificam-se com a produção tornando-se especialistas. Da mesma forma, constrói-se no imaginário a identificação do município. Como distintivo municipal, Agudo se tornou conhecido pela produção da cuca alemã¹⁷. A italianidade também é expressa no Festival do Queijo e do Vinho de Faxinal do Soturno, num ritual de apreciação de queijos e vinhos produzidos na micro-região e evidenciados pelos modos de fazer baseados na origem italiana.

A distintividade gastronômica pode ser observada no discurso de promoção das festividades na tentativa de distinguir internamente os municípios ou localidades rurais. Isso pode ser observado na chamada “*O melhor risoto nova-palmense é de Pinhalzinho*”¹⁸, destacando o distrito frente às outras localidades de Nova Palma. Entretanto, todas as menções à gastronomia analisadas que destacam as especialidades municipais ou locais não reivindicam características peculiares das condições físicas, sociais ou culturais da produção. Da mesma forma, tem-se a Mostra Gastronômica que reúne os pratos elaborados pelos nove municípios do território. Um evento que projeta a gastronomia territorial caracterizada pelos produtos provenientes da cozinha colonial italiana e alemã¹⁹, uma aliança entre o saber-fazer dos imigrantes e a as condições físicas de produção, mas que exprimem tipicidades difusas e não reivindicam características singulares dessa aliança.

¹⁶ As festas servem para demonstrar os atributos positivos da cidade. Além disso, a grande mobilização da população local para os eventos nas pequenas cidades gera um “festa da cidade” e não, simplesmente, “na cidade” (TEIXEIRA, 1988).

¹⁷ Agudo é o município de maior descendência alemã da Quarta Colônia e se caracteriza pela promoção e cultivo das tradições alemãs. Em contrapartida, os outros municípios apostam na origem italiana como distintivo cultural por sua população de descendência italiana.

¹⁸ Fascículo *Caderno Quarta Colônia* n.º. 52 de 27 de julho de 2007.

¹⁹ O território Quarta Colônia tem origem, como o nome já explicita, na descendência italiana, porém há descendentes de alemães, africanos e portugueses na região. Apesar disso, observa-se que de modo geral as culturas italiana e alemã são destacadas na promoção dos eventos e pratos típicos apresentados no encarte *Caderno Quarta Colônia*.



Figura 01: Divulgação da Mostra Gastronômica da Quarta Colônia

Fonte: Fascículo *Caderno Quarta Colônia* Nº. 37, publicado no Jornal Diário de Santa Maria em 13/04/2007.

Os eventos projetam uma identificação étnica, um ritual de rememoração das tradições e costumes culinários salientados por sua generalidade colonial. Observa-se assim, a reivindicação de uma tipicidade difusa, em detrimento de uma tipicidade singular. Ou seja, os produtos são divulgados e reconhecidos genericamente como italianos e alemães, de forma a serem afirmados enquanto típicos, mas não reivindicam uma tipicidade singular que pode ser conferida por um modo de fazer, por uma singularidade social, cultural ou física do território. Aponta-se que a elaboração de pratos como o Risoto, a polenta, as cucas, dentre outros pratos reconhecidos como italianos ou alemães são produzidos em diversos territórios coloniais ou não, que os caracterizam como típicos, determinando uma tipicidade difusa. Entretanto, há distinções nos modos de fazer, na história e nos saberes locais de cada povo ou comunidade que elabora seus pratos típicos que garantem uma tipicidade singular, uma distintividade diante desse universo de produtos “típicos”.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



Além das menções a eventos gastronômicos, também foram apresentadas 14 receitas de diferentes origens produzidas pelos estabelecimentos comerciais da região. Mais uma vez, as receitas carregam o nome dos municípios, ou seja, o prato não é promovido por quem o elabora, mas pelo município ao qual pertence o estabelecimento, expressando uma identificação municipal com a culinária mostrada. Tem-se, por exemplo, as receitas de dois tipos de cuca apresentadas pelas suas especificidades étnicas, a cuca alemã e a italiana, nomeadas por diferentes municípios. “*Cuca alemã é tradição no município de Agudo*” e “*Nova Palma mostra o segredo da receita italiana*” são as chamadas do fascículo.



Figura 02: Receitas de cuca alemã e italiana divulgadas no Fascículo *Caderno Quarta Colônia*.

Fonte: Fascículo *Caderno Quarta Colônia* Nº. 01, publicado no Jornal Diário de Santa Maria em 04/08/2006.

A descrição das receitas expõe um diferencial baseado na ancestralidade. Carregados de história, os pratos exibem a identificação étnica alemã e italiana genericamente. Na receita apresentada pela descendente de alemães, a história de criação do prato, mesclada à adaptação da cultura alemã ao solo gaúcho, pode ser interpretada como uma tentativa de reivindicar a originalidade como traço distintivo do prato. Recomendada pela sua aparência e



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



sabor, a ancestralidade italiana exhibe a fabricação da cuca, com base na preparação ritualística dos ingredientes²⁰, apontados como diferencial da receita. Destaca-se, portanto, a preocupação com a distintividade dos produtos locais internamente, em um movimento de competitividade entre etnias ou localidades. Ao mesmo tempo, pode-se compreender a intenção de promover ambos os pratos e culturas como pertencentes ao território em ações de distintividade ante a alteridade externa à Quarta Colônia.²¹

O fascículo destaca ainda o surgimento e sucesso das agroindústrias e restaurantes na micro-região. Esses estabelecimentos estão ligados ao projeto de diversificação da produção, como alternativa de renda para as famílias da Quarta Colônia²², bem como aliados aos projetos de turismo como, por exemplo, a Rota Gastronômica. Da mesma forma, os produtos são apresentados genericamente como “coloniais” e, de maneira mais específica, pela origem étnica.

Portanto, as caracterizações gastronômicas como o modo de fazer, por exemplo, são apresentadas de forma genérica como costume dos antigos colonizadores italianos ou alemães, isentas de detalhes que garantam um diferencial mais competitivo ao território. Fala-se em pratos típicos italianos e alemães ou típicos coloniais da região. São denominações que diferenciam a produção local da cultura urbana industrial, mas não distinguem a tipicidade regional diante de outros territórios de colonização alemã ou italiana. Aparentemente, dispõe-se de uma especificidade etno-cultural na medida em que o problema da multiplicidade étnica se tornou o diferencial da região. A mistura das culturas étnicas e, ao mesmo tempo, a busca pela originalidade alemã e italiana tornou-se um atrativo para quem busca a diversidade cultural. Observa-se, desse modo, seguindo as compreensões de Canclini (2006) o movimento característico da realidade contemporânea, da existência de culturas híbridas em um mesmo espaço. As identidades são negociadas de acordo com o contato entre o “eu” (nós) e o “outro” (eles). No caso analisado, as manifestações identitárias ora são étnica, ora territoriais ou, ainda, local ou municipal, dependendo do processo de fricção.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As alternativas apontadas na construção do território Quarta Colônia são resultado da busca por caminhos diferenciados para a melhoria das condições de vida da população local, principalmente rural. A construção de territorialidades como estratégia de desenvolvimento constitui uma realidade em diversas regiões da Europa e, recentemente, no Brasil. O desenvolvimento territorial propõe a transformação produtiva orientada para a valoração e competitividade dos recursos do território (naturais, sociais e culturais) e as mudanças

²⁰ A preparação dasucas e pães na colônia italiana envolvia a interação e cooperação dos vizinhos. A “semente” do fermento, indispensável para a preparação, é produzida de forma coletiva. Portanto, para dar início ao seu preparo, as cozinheiras recorriam às vizinhas que tinham a “semente”.

²¹ As outras receitas apresentadas também estão ligadas à etnia alemã ou italiana e a um município da Quarta Colônia, como, por exemplo, a bolacha de natal de Silveira Martins, a torta de nozes de Ivorá, entre outras especificadas como receitas dos antepassados.

²² A produção antes destinada ao autoconsumo transformou-se em bens comercializáveis em muitas propriedades rurais da Quarta Colônia.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



institucionais de interação e cooperação de forma coletiva e igualitária. A formatação de um território é dinâmica, acompanhando as mudanças do mundo globalizado. Dessa forma, a Quarta Colônia apostou nos seus ativos culturais, sociais e naturais como forma de promover o desenvolvimento de nove pequenos municípios.

O encarte *Caderno Quarta Colônia* divulga, em nível regional, as potencialidades do território, tornando-o conhecido regionalmente. A projeção do território permite amalgamar uma identificação dos atores locais quando em contato com “o outro”, externo. Antes conhecida a partir da individualidade dos municípios, a micro-região passou a ser contemplada de forma coletiva. Desta forma, a divulgação e projeção dos nove municípios em um consórcio possibilitou o fortalecimento da imagem territorial e promoveu as potencialidades turísticas.

A análise do fascículo, focada na divulgação da gastronomia, apontou para um processo de construção da identidade territorial ancorada na projeção dos municípios componentes do consórcio. Os eventos gastronômicos buscam, por meio da produção e do saber-fazer local, diferenciar seus produtos internamente, intensificando as identidades locais ou municipais, ou ainda étnicas. Ao mesmo tempo, observa-se por meio da divulgação do fascículo, a construção de uma identidade territorial estabelecida pelas diferentes etnias e identificações municipais que se manifestam. Dessa forma, e pela possibilidade de os sujeitos contemporâneos se moverem entre distintas identidades, observa-se um duplo movimento, de afirmação e distinção dos atores locais internamente frente às diferenças étnicas e históricas como resquício da construção identitária municipal, assim como afirmação e distinção externa ao território que projeta um sentimento de pertencimento a uma territorialidade. Observa-se, portanto, a manifestação identitária, ora étnica, ora territorial, ora local ou municipal, em um processo de negociação no contato com a alteridade.

Assim, no que tange à gastronomia, tem-se a promoção freqüente de eventos que expõem a culinária da micro-região firmada pela ancestralidade étnica, estabelecida por um modo de fazer herdado dos antepassados colonizadores. Chama atenção a generalidade com que a gastronomia é justificada, ou seja, nos fascículos analisados não houve menções a especificidades que permitam o reconhecimento de qualidades construídas (adquiridas) ou mesmo intrínsecas do território. Potenciais fatores oriundos da interação do patrimônio natural e o patrimônio histórico-cultural que dão origem a singularidades territoriais. Portanto, observa-se a reivindicação constante de uma tipicidade difusa, ancorada na generalidade étnica, não atentando para uma tipicidade singular do território que aponte reivindicações de características específicas de uma construção sócio-cultural do local.

Tem-se a projeção dos produtos gastronômicos como coloniais ou típicos alemães e italianos, mas não há a preocupação de desenvolver ativos reconhecidos como peculiares daquele território que podem vir a ser reivindicado enquanto Indicação Geográfica. Conclui-se que o território Quarta Colônia pode não estar formatado ou não almejar o reconhecimento através de uma Indicação Geográfica. No entanto, observa-se uma lógica territorial própria, ancorada em características etno-culturais, sociais e políticas, potencializando uma estratégia de desenvolvimento favorável, onde o diferencial e atrativo turístico esteja pautado na possibilidade de usufruir de diferentes culturas étnicas.



7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, R. **O Futuro das regiões Rurais**. Porto alegre: Editora da UFRGS, 2003.

_____. Para uma teoria dos estudos territoriais. In: ORTEGA, A.C.; Almeida Filho, N.(Orgs.). **Desenvolvimento territorial, segurança alimentar e economia solidária**. Campinas: Ed. Alínea, 2007.

ALBAGLI, S. Território e territorialidade. In: LAGES, V., BRAGA, C., MORELLI, G (Orgs). **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Brasília: Sebrae, 2004.

ARANTES, A.A. Cultura e territorialidade em políticas sociais. In: LAGES, V., BRAGA, C., MORELLI, G (Orgs). **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Brasília: Sebrae, 2004.

BAUMAN, Z. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 6ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2006.

CASTELLS, M. **O poder da identidade** – (A era da informação : economia sociedade e cultura). V.02. 5 ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2006.

FROEHLICH, J. M. **Rural e Natureza – a construção social do rural contemporâneo na região central do Rio Grande do Sul**. Rio de Janeiro: CPDA/UFRRJ (tese de doutorado), 2002.

FROEHLICH, J. M. & ALVES, H. F. I. Novas Identidades, novos territórios – mobilizando os recursos culturais para o desenvolvimento territorial. In: **Revista Extensão Rural**. Santa Maria: DEAER/CPGExR – CCR – UFSM; Ano XIV; pp.65-90; Jan – Dez de 2007.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

GURGEL, V. Aspectos jurídicos da Indicação Geográfica. In: LAGARES, L; LAGES, V E BRAGA, C. **Valorização de Produtos com Diferencial de qualidade e identidade: Indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios**. Brasília: SEBRAE, 2006.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

IANNI, O. **A era do globalismo**. 3 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



LAGARES, L; LAGES, V E BRAGA, C. **Valorização de Produtos com Diferencial de qualidade e identidade: Indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios.** Brasília: SEBRAE, 2006.

OLIVEIRA, R.C. **Caminhos da identidade: ensaios sobre etnicidade e multiculturalismo.** São Paulo: Editora Unesp; Brasília: Paralelo 15, 2006.

RIMISP. **Proyecto de Desarrollo Territorial Rural a Partir de Productos y Servicios con Identidad:** estudo de caso-Brasil. Versión preliminar. 13 de abril de 2006.

RODRIGO, I. **Identidades sociais e agriculturas familiares.** Lisboa: Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais, 1996.

TEIXEIRA, S. A. **Os Recados das Festas: Representações e poder no Brasil.** FUNARTE/Instituto Nacional do Folclore: Rio de Janeiro, 1988.

VEIGA, E. J. **Cidades Imaginárias: O Brasil é menos urbano do que se calcula.** Campinas: Autores Associados, 2003.