

Representação cultural de bens simbólicos: o caso do queijo coalho pernambucano no Festival *Restaurant Week* 2012

Simone de Lira ALMEIDA¹

Viviane Santos SALAZAR²

Fernando Gomes DE PAIVA JÚNIOR³

Resumo: O estudo tem o objetivo de descrever como o queijo coalho é representado durante a edição pernambucana da mostra gastronômica *Restaurant Week* 2012. O *corpus* de análise compreendeu fotos e descrições de 34 pratos que participaram do Festival. O modelo teórico-metodológico do Circuito da Cultura foi usado para a análise deste *corpus* linguístico. Os resultados apontam que os significados atribuídos ao queijo coalho são decorrentes de uma construção representacional complexa, principalmente quando os *Chefs* de cozinha fazem uso de múltiplas alternativas para apresentação dos pratos, bem como para sua descrição no cardápio. Ou seja, os resultados da análise documental revelam como a aparente objetividade das fotos e textos, expostos no site do evento e nos cardápios são passíveis de múltiplas interpretações, a ponto de abarcar discursos particulares capazes de instituir significados mais positivos a um produto que ainda carrega o estigma de alimento de baixa qualidade.

Palavras-chave: Queijo coalho. Representação cultural. Festival gastronômico.

Introdução

O queijo coalho é um produto típico da Região Nordeste do Brasil reconhecido como artefato cultural integrado ao cotidiano dos nordestinos, cuja tecnologia de transformação produtiva tem sido transferida ao longo de gerações (Morais, 1995). Alimento de sabor peculiar presente nas refeições nordestinas, seja no café da manhã, no almoço, no jantar, no lanche ou na ceia, encontrado em feiras livres, padarias, supermercados, bares, restaurantes ou mercados públicos. Pode ser consumido cru, assado, frito, puro ou como acompanhamento. Em síntese, esse alimento é capaz de satisfazer diferentes grupos sociais, étnicos e econômicos devido a sua versatilidade de uso.

Em termos econômicos, a produção do queijo coalho representa uma atividade significativa para a economia regional, uma vez que em determinadas localidades essa manufatura corresponde a principal fonte de renda e sobrevivência da população. No Estado de Pernambuco, a produção de queijo se concentra na Bacia Leiteira, região composta por 44 municípios com aproximadamente 10 mil produtores que juntos produzem 1,2 milhões de litros de leite/dia. O Agreste sozinho é responsável por 70% da produção em todo Estado. Desse percentual, metade é destinada à produção de queijo (Paquereau, 2008). Esse fato torna-se ainda mais relevante, quando se observa que os pequenos produtores do Agreste

¹ Doutora em Administração. Professora da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: simoneufpe.almeida@gmail.com

² Doutora em Administração. Professora da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: viviane_salazar@yahoo.com.br

³ Doutor em Administração. Professor da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: fernando.paivajr@gmail.com

estão localizados em uma região com grandes carências nas áreas de educação, saúde, saneamento, habitação e meio ambiente (Condepe/Fidem, 2008).

Apesar de sua importância econômica e popularidade na região Nordeste, o queijo coalho, muitas vezes, não atende aos requisitos mínimos de qualidade para ser destinado ao consumo humano (LIMA *et al.*, 2010; Duarte *et al.*, 2005). O comprometimento da qualidade da matéria-prima em função de problemas no manejo dos animais antes, durante e após a ordenha (Pacheco, 2011), a falta de padronização do produto em relação a seus padrões oficiais (Sena, Cerqueira, Morais, Corrêa & Souza, 2000), a presença de microrganismos patogênicos devido à deficiência de cuidado higiênico-sanitário dos manipuladores e a precariedade física do local de processamento (Luz, 2008; Duarte *et al.*, 2005), são os principais aspectos que contribuem para classificação do queijo como produto de baixa qualidade no mercado.

A imagem de um alimento sujo torna-se uma barreira ao crescimento da demanda do queijo coalho não apenas por questões de saúde, mas também pelo valor simbólico atribuído ao produto, afinal quando escolhemos e inserimos determinados alimentos na dieta estamos expressando nosso gosto, significando o que é bom ou ruim, o que nos agrada ou desagrada. Não é à toa que o estímulo à aquisição de um produto passa a ocorrer mais pelo que ele representa segundo sua capacidade de remeter o consumidor à determinada posição social, do que pela sua utilidade (Slater, 2002).

Entretanto, o processo de construção simbólica se revela complexo, visto que nenhum artefato cultural possui significado fixo, que possa ser transportado do momento da produção para a fase do consumo de forma estável. De acordo como o modelo teórico-metodológico proposto por Du Gay *et al.* (2013), existe uma articulação complexa entre diferentes processos culturais – produção, regulação, representação, identidade e consumo – que resultam na construção de significados provisórios para o artefato cultural.

A dinâmica do processo de significação também revela que a interpretação simbólica do artefato cultural é aberta, possui leituras diversas e depende do contexto, do ponto de vista, dos valores, das crenças, dos interesses e das expectativas de quem o decodifica (Hall, 2006). Por isso, os significados atribuídos ao queijo coalho podem ser múltiplos a ponto de se tornarem até conflitantes. Cru-pasteurizado, artesanal-industrializado, tradição-inovação, desconfiança-credibilidade, perigoso-seguro são algumas das dualidades envolvidas no processo de significação cultural deste produto.

Em 2012, o queijo coalho foi o principal ingrediente da edição pernambucana do Festival *Restaurant Week* - mostra gastronômica realizada em várias cidades do mundo, na qual o consumidor tem a oportunidade de conhecer pratos exclusivos para a ocasião a preços convidativos. Pela primeira vez os *chefs* de cozinha foram estimulados a inserir uma matéria-prima específica no desenvolvimento do cardápio.

O profissional que adquiriu *status* de *chef* de cozinha em função do desenvolvimento da técnica culinária, da competência de inovação e do reconhecimento por parte do público, tem demonstrado capacidade de interferir no cotidiano da sociedade por meio de mudanças

estéticas e de gosto, especialmente quando passam a estimular os consumidores a vivenciarem novas experiências gastronômicas (Brandão, 2008).

Diante dos múltiplos significados associados ao queijo coalho e da necessidade de inserir este produto na composição do cardápio para um festival gastronômico, este estudo tem como objetivo principal responder a seguinte pergunta de pesquisa: **Como o queijo coalho é representado durante a edição pernambucana da mostra gastronômica Restaurant Week 2012?**

Referencial teórico

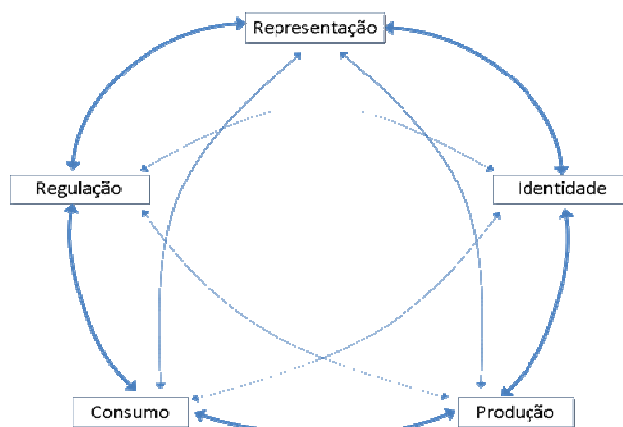
O Circuito da Cultura: Significados Culturais em Deslocamento

É a partir dos significados que geramos sentido para nossas ações dentro e fora das organizações produtivas. São esses significados que guiam a maneira como os produtos são produzidos, consumidos e representados pelos diferentes grupos sociais (Du Gay *et al.*, 2013). Por meio dos significados, os consumidores se identificam com determinada mercadoria a ponto de torná-la preferível entre as várias opções disponíveis no mercado (Silva, 2003), afinal o estímulo à aquisição de um produto passa a ocorrer mais pelo que ele representa, segundo sua capacidade de remeter o consumidor à determinada posição social, do que pela sua utilidade (Slater, 2002).

A aproximação com os Estudos Culturais (EC) nos faz compreender que o significado de um artefato cultural não está nele próprio, mas nas relações que este mantém com quem o produz, com quem o consome e com outros processos culturais, tais como representação e regulação (Hall, 2006; Du Gay *et al.* 2013; Johnson, 2006), ou seja, esses significados não são encontrados em seus elementos tangíveis, nem sua atribuição ocorre exclusivamente no momento de sua produção, a considerar que são construídos socialmente e instituídos por meio de distintas interações sociais.

A abordagem do circuito da cultura proposta por Du Gay *et al* (2013) sugere que os significados atribuídos aos produtos culturais são resultados provisórios e resultantes de uma combinação de processos. Essa abordagem articula cinco processos culturais distintos - representação, identidade, produção, consumo e regulação - cuja interação pode conduzir a resultados variáveis e contingentes (Figura 1).

Figura 1 - O Circuito da Cultura de Du Gay *et al.*



Fonte: Du Gay *et al.* (2013, p. 3) (tradução nossa)

O valor dessa abordagem reside no fato de que nenhum dos cinco momentos do circuito consegue garantir inteiramente o significado que será gerado no próximo momento, com o qual está articulado. A articulação entre os elementos do circuito não impede a existência de uma autonomia relativa entre eles, de modo que cada um deles pode romper ou interromper o fluxo das formas subjetivas cuja continuidade torna-se necessária a reprodução dos significados inicialmente codificados (Hall, 2006).

O circuito da cultura nos ajuda a compreender que não existe um significado fixo no produto que possa ser transportado de forma estável para diferentes situações. A dinâmica do processo cultural revela que a interpretação de um artefato cultural é aberta. Por isso, os significados atribuídos ao produto podem ser múltiplos, a ponto de se tornarem até conflitantes. São as diferentes formas assumidas pelo artefato cultural ao longo do circuito que destacam as lutas geradas em torno do seu significado (Johnson, 2006).

Os insights extraídos dos trabalhos de Du Gay *et al.* (2013) também destacam o contexto sociocultural como outro elemento para se compreender os significados vinculados ao processo de significação cultural. A concepção integradora do circuito considera as contingências das circunstâncias de produção, circulação e consumo. Por isso, os significados que convencionalmente são atribuídos ao produto cultural estão situados em momentos sócio-históricos particulares.

A noção do circuito da cultura sugere que os processos de construção de significados culturais possam ser explorados em diferentes *loci*. Em função da autonomia relativa entre os diferentes momentos do circuito da cultura, falaremos na seção sobre o momento da representação cultural, com o intuito de distinguir a perspectiva dos Estudos Culturais em relação a outras trilhas de investigação.

A Representação Cultural

O conceito de representação começa a ocupar lugar de destaque nos EC atrelado à compreensão da maneira como se dá o processo pelo qual o significado é produzido e

intercambiado entre os membros de uma cultura, a reconhecer que ele envolve o uso de linguagem, signos e imagens que simbolizam ou representam coisas. Sendo assim, a representação conecta a noção de cultura tanto ao significado, quanto à linguagem (Hall, 1997).

Múltiplos significados têm sido conferidos ao conceito de representação ao longo da história, por isso Hall (1997) procura distinguir pelo menos três abordagens que explicam como a linguagem é usada para representar o mundo: a abordagem reflexiva, a intencional e a construtivista.

Na abordagem reflexiva, o significado repousa sob os objetos, as pessoas ou os eventos do mundo real, de modo que a linguagem funciona como um espelho que reflete os significados já existentes deste mundo. Essa abordagem aproxima-se da noção filosófica de *mimesis*, por isso pode ser encontrada desde os escritos de Platão e Aristóteles. Enquanto o primeiro filósofo argumenta que toda criação humana seria uma imitação de segunda mão da natureza, o segundo valoriza as expressões artísticas como formas de representação do mundo.

A segunda abordagem sobre representação considera que o falante/autor é quem impõe seu significado ao mundo por meio da linguagem. De acordo com essa perspectiva, a linguagem é usada para transmitir ou comunicar o modo como o falante/autor entende a realidade. Nesse caso, as palavras significam o que o autor pretende dizer. Por isso, essa abordagem é chamada de intencional.

A abordagem construtivista reconhece a característica pública e social da linguagem. Ela pressupõe que as coisas não possuem significados em si, nem que os usuários individuais da linguagem detêm poder para fixar os significados intencionados previamente. De acordo com essa perspectiva, a construção de significado ocorre de forma coletiva e funciona por meio de sistemas representacionais, ou seja, é o ator social quem usa o sistema conceitual e linguístico de sua cultura para construir significado, para tornar o mundo significativo e para comunicar esse mundo de forma significativa para os outros.

A noção de representação dos EC se distancia dos pressupostos realistas associados à concepção da filosofia clássica que busca apreender fielmente o “real” por meio de sistemas de significações. Os Estudos Culturais partem de um entendimento pós-estruturalista da representação. Isso significa que as conotações miméticas e mentalistas são descartadas para se conceber a representação unicamente em sua dimensão de significante, ou seja, como marca material. Conforme explica Silva (2000, p. 90):

A representação [nos EC] expressa-se por meio de uma pintura, de uma fotografia, de um filme, de um texto, de uma expressão oral. A representação não é, nessa concepção, nunca, representação mental ou interior. A representação é, aqui sempre marca ou traço visível, exterior.

Representação é uma prática que usa objetos e feitos materiais. Entretanto, o significado não depende da qualidade material do signo, mas de sua função simbólica. Na perspectiva dos EC, a representação é uma prática primordial no âmbito do processo de construção e troca de significados entre os membros de uma cultura. Por isso tal prática

também é concebida como um momento no interior do circuito da cultura (Hall, 1997; Du Gay *et al.* 2013).

A linguagem compreendida no sentido amplo como sistema de significação é, ela própria, uma estrutura instável. Se as estruturas estão sempre em uso e tal uso não pode ser controlado antecipadamente, os significados são vistos como elementos descentrados. É exatamente isso que os teóricos pós-estruturalistas como Jacques Derrida vêm argumentando nos últimos anos. Portanto, a perspectiva pós-estruturalista da representação carrega todas as características de indeterminação, ambiguidade e instabilidade conferidas à linguagem. Enfim, a postura pós-estruturalista sugere que a representação é, como qualquer sistema de significação, uma forma de atribuição de sentido (Silva, 2000).

Dessa forma, os estudiosos dos EC questionam as pretensões miméticas ou reflexivas instituídas para caracterizar a representação pela perspectiva da filosofia clássica ao mesmo tempo em que argumentam contra a noção de representação como meio de expressão do “real” (Hall, 1997; Silva, 2000).

Procedimentos Metodológicos

Os estudos que envolvem significados concernem à tradição interpretativista das ciências sociais, a considerar que evidenciam elementos subjetivos da ação humana. Os aspectos subjetivos que dão sentido à ação social são construídos no decorrer da história, por meio de interações e são influenciados por contextos. Para acessá-los necessitamos de um conjunto de procedimentos que tenha a flexibilidade suficiente para que as diferentes vozes sejam ouvidas (Spink, 2000). Assim sendo, nosso esforço investigativo pretende descrever e decodificar os componentes desse complexo sistema de significação por meio da pesquisa qualitativa.

A pesquisa qualitativa permite a análise de uma variedade de perspectivas sobre o queijo coalho e seus significados em contexto específicos. Nesse estudo, o contexto de análise refere-se ao Festival Pernambuco *Restaurant Week* 2012. A escolha deste festival se justifica pela sua abrangência nacional e internacional, assim como pelo seu objetivo de democratizar a alta gastronomia. Além disso, no edital 2012, a organização do Festival em Pernambuco resolveu, pela primeira vez, adotar um ingrediente como tema do evento para valorizar novas receitas e a criação de pratos com insumos pouco usados na alta gastronomia. Na ocasião, o produto escolhido foi o queijo coalho, de modo que todos os restaurantes participantes deveriam elaborar um cardápio completo (com entrada, prato principal e sobremesa) e empregar esse ingrediente em, ao menos, um dos pratos.

Destacam-se ainda que nessa contextualização, os pontos de vista subjetivos dos *chefs* de cozinha, afinal são eles os responsáveis pela criação, apresentação e descrição dos pratos da culinária apresentada. Logo, esses atores exercem papel relevante no processo de reconstrução sgnica do queijo coalho, visto que sua interpretação pode se tornar referencial de sentido para consumidores e profissionais diversos do ramo da alimentação (Almeida, 2012).

Além de definir o contexto de análise, nossa outra preocupação refere-se à construção de um *corpus* linguístico capaz de servir de subsídio para se compreender como o queijo coalho foi representado durante o Festival *Restaurant Week* 2012. Nosso *corpus* foi projetado de modo bastante específico para responder à pergunta de pesquisa e incluiu materiais do tipo textual e visual, coletados por meio do levantamento documental no site do evento. O material coletado incluiu fotos e descrições dos pratos ofertados por 18 restaurantes participantes da segunda edição do Pernambuco *Restaurant Week*, realizada entre os dias 2 e 15 de abril de 2012.

Para selecionar os 18 restaurantes em um universo de 30 estabelecimentos localizados nas cidades de Recife, Olinda, Porto de Galinhas, Fernando de Noronha e Gravatá, levamos em consideração os critérios de relevância e representatividade dos dados, de modo que os bares foram excluídos da amostra e os restaurantes situados na cidade do Recife foram privilegiados em relação aos de outras localidades. Os bares não possuem relevância semelhante aos restaurantes no contexto da alta gastronomia. Já a capital pernambucana mostra-se representativa em relação às demais localidades por ser considerada o primeiro pólo gastronômico do Nordeste e terceiro do País, perdendo apenas para Rio de Janeiro e São Paulo, segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel).

Após seleção dos restaurantes, foram analisados os cardápios dos 18 estabelecimentos, incluindo as opções para almoço e jantar, de modo a serem identificados os pratos do festival que tivessem entre os seus ingredientes o queijo coalho. Assim, a composição final do *corpus* de análise compreendeu fotos e descrições de 34 pratos, sendo 13 entradas, 13 pratos principais e 11. O acesso às fotos e às descrições dos pratos foi solicitado diretamente à equipe local de organização do Festival que disponibilizou todos os arquivos em formato digital para os autores efetuarem as análises.

Para análise do *corpus* linguístico, nos pautamos nos estudos de Du Gay *et al.* (2013) e Johnson (2006) para estabelecer categorias analíticas que contemplam as dimensões subjetiva e objetiva do momento da produção simbólica dos artefatos culturais. A Figura 2 apresenta a definição de cada uma das categorias de análise.

As categorias compreendidas em ambas as dimensões estão relacionadas à necessidade de compreendermos a atuação dos *chefs* de cozinha por meio de um arcabouço conceitual que contemple essa produção, não apenas em termos operacionais ou puramente mercantis, mas também envolvendo a criação de estruturas de sentido discerníveis à medida que vão sendo interpretadas e experienciadas por outros atores.

Figura 2 - Dimensões da Produção Simbólica

Dimensões	Categorias	Definições
Subjetiva (Abstrata)	Referencial de sentidos	Aspectos subjetivos, socioculturais e políticos responsáveis pela construção de significados comuns por meio dos quais os atores se articulam.
	Culturas vividas	Aspectos das subjetividades dos <i>chefs</i> de cozinha relacionados com a dimensão privada das suas vidas.
Objetiva (Concreta)	Organização do trabalho	Modo no qual os grupos se organizam e articulam os capitais que compõem as forças e condições de produção.
	Infraestrutura técnica	Condições materiais relacionadas com a produção dos artefatos culturais.
	Relações sociais de produção	Formas nas quais os <i>chefs</i> de cozinha se relaciona entre si e com os demais agentes envolvidos com a produção dos bens culturais.

Fonte: Elaboração própria.

Durante o movimento da análise dos dados, a subjetividade e a intuição do pesquisador têm papel fundamental, além é claro do quadro teórico no qual o estudo se situa (Duarte, 2004; André, 1983). Sendo assim, o último passo foi criar um quadro síntese dos diferentes sentidos gerados pela interpretação que se desprende das imagens e dos textos, na tentativa de compor um diagrama capaz de ilustrar, com certo grau de objetividade, os múltiplos significados gerados para o queijo coalho.

Discussão dos Resultados

Antes de analisar os múltiplos significados do queijo coalho privilegiados durante o Festival gastronômico *Restaurant Week*, é mister apresentar o contexto no qual foram produzida tais representações culturais do alimento.

4.1 Festival Restaurant Week: o contexto da representação cultural

O Festival Gastronômico *Restaurant Week* é realizado há mais de duas décadas em várias cidades do mundo e tem o objetivo de democratizar a alta gastronomia. Surgiu em Nova York e desde 2007 é realizado em várias cidades brasileiras como São Paulo, Curitiba, Rio de Janeiro, Brasília, Salvador, Recife, Belo Horizonte, Vitória e Fortaleza.

A organização do Festival analisa o mercado de cada uma dessas cidades e elege os restaurantes que se encaixam no perfil do evento e estes são convidados a participarem. Os restaurantes que aceitam o desafio montam um cardápio composto por prato principal, entrada e sobremesa que deve ser vendido a um preço fixo. Na edição pernambucana do evento realizada em 2012, o preço cobrado foi de R\$ 34,90 para o menu do almoço e R\$ 47,90 para o menu do jantar. Em todas as cidades onde é realizado o Festival, R\$1,00 desse valor é destinado a uma instituição de caridade.

Os cardápios dos restaurantes participantes, assim com algumas fotos de pratos produzidos especialmente para o Festival ficaram disponíveis no site (www.restaurantweek.com.br) durante o período de realização do evento. Além disso, cada restaurante recebeu cópia impressa de seu respectivo cardápio para ser entregue aos clientes pelos garçons. Estes cardápios faziam parte do material promocional do Festival e

também apresentavam fotos de alguns pratos criados pelo *chef* do estabelecimento gastronômico.

A Representação do queijo coalho no Festival *Restaurant Week Recife*

Na perspectiva dos Estudos Culturais, a prática da representação busca fixar determinados significados do artefato cultural na tentativa de privilegiar alguns deles em detrimento de outros (Hall, 1997). Assim, a análise visou identificar quais dos múltiplos significados do queijo coalho foram privilegiados pelos *chefs* de cozinha durante o Festival *Restaurant Week* em vez de interpretar esses significados entre “certo” e “errado”/“bons” e “ruins”.

Diferentes interpretações sobre o queijo coalho guiaram as produções gastronômicas dos *chefs* Pernambucos. As dimensões objetivas e subjetivas que orientaram a construção simbólica do queijo coalho foram sintetizadas na Figura 3, a fim de permitir certa compreensão dos significados associados a esse alimento a partir dos pratos criados para o Festival *Restaurant Week*.

Figura 3 - Representações do queijo coalho no Festival *Restaurant Week* 2012

Dimensão	Categorias	Significados
Subjetiva (Abstrata)	Referencial de sentidos	<ul style="list-style-type: none"> – Produto de valor secundário – Substituto de outros tipos de queijo em pratos internacionais e regionais – Produto Versátil – Produto contemporâneo
	Culturas vividas	<ul style="list-style-type: none"> – Queijo alinhado a especialidade do restaurante – Inspiração na gastronomia contemporânea – Inspiração na gastronomia molecular (cartola descontraída) – Inspiração na gastronomia pernambucana
Objetiva (Concreta)	Infraestrutura técnica	<ul style="list-style-type: none"> – Diversidade de modo de preparo (assado, gratinado, cru, maçaricado, dourê, empanado e no papiotte) – Uso de diferentes texturas: cremoso (molho, mousse, creme ou sorvete), pastoso (pasta ou pirão), crocante. – Emprego do produto em diferentes temperaturas (natural, quente e frio) – Apresentação do produto de modo não convencionais (copo shot, taça Martini)
	Relações sociais de produção	<ul style="list-style-type: none"> – Associação do produto local a pratos da cozinha internacional – Reinterpretação de pratos da culinária pernambucana – Comunicação da técnica de produção ao consumidor – Emprego de linguagem metafórica na descrição dos pratos (espelho, dadinho, shot, bombom)

Fonte: Análise dos dados (2012)

As análises com respeito às representações expressas do queijo coalho revelam que alguns *chefs* veem esse produto como elemento de valor secundário. Em determinados casos, o queijo sequer é mencionado na descrição dos pratos, ou quando isso acontece expressões linguísticas tais como “toque de queijo coalho”, revelam o papel acessório que o ingrediente assume na composição do cardápio. Outro aspecto que evidencia esse fato refere-se às ocasiões em que o alimento é usado apenas como decoração – sendo posicionado na borda do prato e pouco integrado aos demais elementos (Figura 4).

Figura 4 - Representação do queijo coalho como produto de valor secundário



Fonte: Coleta de dados (2012).

Na maioria das vezes, o queijo coalho foi empregado nos pratos principais como acompanhamento, recheio ou molho. Em apenas dois pratos do Festival o queijo aparece como elemento central de entradas - Dadinho e Mon Rêvere *Papiotte* de queijo coalho (Figura 5).

Figura 5 - Pratos em que o queijo assume papel central



Fonte: Coleta de dados (2012)

O queijo coalho também foi interpretado como substituto de outros queijos em pratos clássicos da gastronomia internacional, como o *cheesecake*, o risoto⁴ e o *aligot*⁵; e da

⁴ Prato originário da Itália preparado com arroz e outros ingredientes. Sua principal característica é o arroz, depois de cozido, manter-se bastante úmido. Geralmente usa-se o queijo parmesão para finalizar o prato (GOMENSORO, 1999).

cozinha regional substituindo o queijo manteiga na cartola⁶. Essa substituição tem valor mais simbólico do que prático, visto que a troca de ingrediente, altera características do prato que vão além de seu sabor. Especialistas em gastronomia sabem que os queijos *tomme* e *laguiole* são usados na preparação do *aligot* para dar elasticidade a esta preparação. Porém, o queijo coalho não tem a mesma propriedade e, portanto, um *aligot* feito com queijo coalho não terá a elasticidade desejada. Todavia, a associação do queijo coalho com queijos nobres, em pratos internacionalmente conhecidos, serve de estratégia para ressignificar o produto no cenário gastronômico.

O queijo coalho também foi representado como um produto versátil. Tal versatilidade pôde ser atestada pela diversidade dos modos de preparo empregados pelos *chefs* – assado, gratinado, cru, maçaricado, doure, empanado e no *papiolette*⁷; na apresentação do produto em diferentes texturas – cremoso, pastoso e crocante; e pelo emprego do produto em diferentes temperaturas - natural, quente e frio. O ingrediente que foi tema do *Restaurant Week 2012* aparece nos cardápios em seu formato tradicional (cru ou assado), assim como em novos formatos: sorvete, pirão, creme, molho, pasta.

O queijo coalho assume ainda posição de produto contemporâneo. Os termos empregados para descrever os pratos do cardápio ajudam a construir esse significado ao alimento. O adjetivo “maçaricado”, por exemplo, destaca a técnica e o instrumento de trabalho empregados pela cozinha contemporânea na preparação de pratos – o maçarico⁸. Com base nesse referencial de sentido, os *chefs* fazem uso de equipamentos e infraestrutura modernos para reposicionar um produto tradicional da culinária regional na cozinha contemporânea, agregando assim valor ao alimento.

Ademais, o emprego de metáforas na descrição dos pratos - tais como dadinhos, espelho de molho, toque de queijo coalho - fortalece a representação do queijo coalho como produto contemporâneo, ao mesmo tempo em que faz se uso desses termos para reclassificar o produto no imaginário do consumidor.

A inspiração para a elaboração do cardápio perpassou tanto a gastronomia contemporânea, quanto a gastronomia molecular e a pernambucana. Da gastronomia molecular, um dos restaurantes usou o termo “cartola desconstruída” (Figura 6), ideia “vendida” pela cozinha molecular.

⁵ Prato clássico da cozinha francesa feito com purê de batatas e os queijos *tomme* e *laguiole* que confere elasticidade à preparação (GOMENSORO, 1999).

⁶ Tradicional sobremesa pernambucana transformada em patrimônio imaterial do Estado de Pernambuco pela Lei 13.751 de abril de 2009. Seus ingredientes são a banana madura, de preferência a prata – variedade trazida pelos portugueses das Ilhas Canárias – o queijo do sertão, conhecido também como queijo manteiga, o açúcar e a canela (CAVALCANTI, 2009).

⁷ Processo de cozimento feito embrulhando-se o alimento em papel manteiga ou alumínio antes de levá-lo ao forno (GOMENSORO, 1999).

⁸ Equipamento para produção de chama forte, utilizado para conseguir um rápido efeito de gratinado ou para queimar e cristalizar açúcar em sobremesas como o *crème brûlée* (GOMENSORO, 1999).

Figura 6. Cartola de banana e queijo coalho desconstruída



Fonte: Coleta de dados (2012)

A representação do queijo coalho como produto contemporâneo também se expressa pelo modo não convencional de apresentar o produto no prato. O ato de se servir o alimento em recipientes tradicionalmente usados para bebidas, tais como o copinho de “shot” (Figura 7) ou a taça de Martini (Figura 6) é uma maneira de inovar no uso desse ingrediente, tal como preconiza a gastronomia contemporânea, além de reforça a característica de produto versátil.

Figura 7 - Shot de coalho, pomodoro e manjeriço



Fonte: Coleta de dados (2012).

Os *chefs* também fizeram usos de associações com pratos da cozinha internacional – dos Estados Unidos, Itália, Japão e França – para elevar o status do produto, introduzindo o queijo em elaborações clássicas como o *cheesecake*⁹, a salada caprese¹⁰, o *aligot* e o *uramaki*¹¹, conferindo ao produto uma identidade global. Por outro lado, a identidade

⁹ Sobremesa muito difundida nos EUA. É uma torta de queijo geralmente feita com queijo cremoso, ricota, cottage (GOMENSORO, 1999).

¹⁰ Clássica salada italiana feita com tomate, queijo mussarela de búfala e manjeriço (GOMENSORO, 1999).

¹¹ Tipo de sushi que se diferencia dos demais porque o arroz está na parte externa e a folha de alga desidratada na interna.

regional do queijo pode ser valorizada quando usado na elaboração de outros pratos da cozinha local, tais como a cartola.

Por fim, foi possível perceber que na elaboração do cardápio os *chefs* criaram pratos alinhados à identidade de seus restaurantes. Nos restaurantes italianos, o queijo foi usado nos recheios de massas ou nas brusquetas¹². Já no cardápio de um restaurante japonês, o queijo apareceu como recheio do *uramaki*. Ou seja, a compreensão dos significados gerados para esse insumo típico da culinária pernambucana a partir de sua representação nas fotos e descrições dos cardápios também passa pelo entendimento do seu contexto de produção.

Considerações Finais

O processo de (re)interpretação do queijo coalho realizado pelos *chefs* de cozinha durante o Festival *Restaurant Week* oferece evidências de que os significados atribuídos a esse alimento são decorrentes de uma construção representacional complexa, principalmente porque as múltiplas alternativas de apresentação dos pratos, assim com as estratégias adotadas para sua descrição no cardápio atuam conjuntamente na construção de novos sentidos para um produto tradicional da culinária nordestina.

Os resultados da análise documental revelam como a aparente objetividade das fotos e dos textos, expostos no site do evento e nos cardápios, ajuda a fixar determinados significados para o queijo coalho em um contexto específico. No entanto, não temos a intenção de sugerir que tenha havido certa distorção da realidade, visto que a ideia de mimese, não caracteriza a noção de representação empregada pelos EC. Pretendemos apenas apontar como os significados atribuídos ao queijo coalho são construídos a partir das subjetividades e das culturas vividas dos criadores dos cardápios. Por outro lado, não negamos a existência de outros significados culturais para o queijo de coalho, apenas buscamos apontar como o processo de criação gastronômica realizado pelos *chefs* de cozinha no contexto do *Restaurant Week*, vem sendo fortalecido por discursos particulares capazes de instituir significados mais positivos a um produto tradicional que ainda carrega o estigma de alimento de baixa qualidade.

Chefs de cozinha que empregam produtos regionais nas suas criações gastronômicas podem atuar como porta voz dos produtores artesanais ao difundir uma linguagem gastronômica favorável ao consumo destes. Pois é a partir da reputação e da criatividade de um chef de cozinha que um ingrediente simples, como o queijo coalho, pode mudar o seu significado.

O uso de outros ingredientes regionais como tema de um festival gastronômico, tal como aconteceu no *Restaurant Week 2012*, podem permitir que produtos ditos populares sejam representados como sofisticados. Logo, é sugestiva a possibilidade de novos estudos que contemplem outros alimentos de representação popular com o uso dessa teorização.

A contribuição dos chefs de cozinha na desestabilização da representação negativa do queijo coalho indica que a articulação requerida para o fortalecimento da produção,

¹² Especialidade da Toscana e Úmbria feita com fatias de pão tostadas sobre grelha sobre as quais se colocam alho, azeite, sal e pimenta (GOMENSORO, 1999).

especialmente a do tipo artesanal, deve ultrapassar as fronteiras do setor agropecuário ao ponto de atingir atores situados em outros setores da economia. A articulação estabelecida entre diferentes setores econômicos é um fator importante para valorização do produto, visto em que o poder de representação cultural não é algo que se situa em um local específico, mas que funciona e se exerce em uma espécie de rede.

Referências

ALMEIDA, S. de L. (2012). *Inovação e [Re]articulação de Significados Culturais: Disputas e alianças pela atribuição de sentidos ao Queijo de Coalho Artesanal no Contexto da Indicação Geográfica "Agreste de Pernambuco"*. Tese (Doutorado em Administração) Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Administração. Recife, 222p.

ANDRÉ, M. E. D.A de. (2005). Texto, contexto e significados: algumas questões na análise de dados qualitativos. *Caderno de pesquisa*. n. 45. São Paulo, 1983. p. 66-71. Inst. Biol., São Paulo, 72(3), p.297-302, jul./set.

BRANDÃO, H. A. (2008). *O "fenômeno" gastronômico neo-regional pernambucano: experiências estéticas, ação política e sociedade*. Dissertação (Mestrado em Administração) Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Pernambuco, Programa de Pós-Graduação em Administração. Recife. 153p.

CAVALCANTI, M. L. M. (2009). *Histórias e sabores pernambucanos*. Recife: Fundação Gilberto Freyre.

CONDEPE/FIDEM. *Região de Desenvolvimento do Agreste Meridional*. Perfil Regional. Disponível em: http://www.condepefidem.pe.gov.br/regiao_desenvolvimento/agreste_meridional/perfil.asp. Acesso em 05 de fevereiro de 2008.

DU GAY, P., HALL, S., JANES, L., MADSEN, A. K., MACKAY, H. & NEGUS, K. (2013). *Doing cultural studies: the story of the Sony walkman*. London Publications.

DUARTE, D. A. M., SCHUCH, D. M. T., SANTOS, S. B., RIBEIRO, A. R., VASCONCELOS, A. M. M., SILVA, J. V. D. & DA MOTA, R.A. *Pesquisa de Listeria Monocytogenes e Microrganismos Indicadores Higiênico-Sanitários em Queijo de Coalho Produzido e Comercializado no Estado de Pernambuco*. Arq. Inst. Biol., São Paulo, v.72, n.3, p.297-302, jul./set, 2005.

DUARTE, R. (2004). Entrevistas em pesquisas qualitativas. *Educar em revista*. n. 24. Curitiba: Editora UFPR, pp. 213-225.

HALL, S. (1997). Introduction. In: HALL, Stuart (ed.). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London Publications.

_____. (2006). *Da diáspora: identidade e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG.

JOHNSON, R. (2006). O que é, afinal, Estudos Culturais? In: SILVA, T. T. da. (org.). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica.

LIMA, S. A. N. ; SILVA, A. C. J. ; CORREIA, B. C. V. ; LUCENA, J. E. M. ; CORREIA, C. B. L. ; SILVA, L. M. S. ; LIMA, A. N. A. ; SIQUEIRA, C. M. ; SOARES, E. F. ; ELIHIMAS, M. R. M. ; SILVA, M. F. M. (2010). Queijo Coalho: Fabricação, Características Físicas e Comercialização Segura. Boas Práticas de Manipulação/Fabricação aplicadas na Comercialização de Queijos do Município de São Caetano-PE. X JORNADA DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO – JEPEx 2010 – UFRPE: Recife, 18 a 22 de outubro. Disponível em: <http://www.sigeventos.com.br/jepex/inscricao/resumos/0001/R0243-3.PDF>. acesso em 20/12/11.

- LUZ, I. da S. (2008). *Caracterização molecular das toxinas em staphylococcus aureus isolados de leite e queijo de coalho em municípios da Região Agreste de Pernambuco*. Dissertação (Mestrado em Saúde Pública) - Centro de Pesquisas Aggeu Magalhães, Fundação Oswaldo Cruz. Recife: I. S. Luz, 125 p.
- MORAIS, C. M. M. (1995). *Processamento artesanal do queijo de coalho de Pernambuco: uma análise de perigos*. Dissertação. Mestrado em Nutrição. Recife: UFPE.
- PACHECO, M. de S. (2011). *Leite cru refrigerado do Agreste Pernambucano: Caracterização da Qualidade e do Sistema de Produção*. Dissertação (Mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos) – Universidade Federal Rural de Pernambuco, Departamento de Ciências Domésticas, Recife.
- PAQUEREAU, B. (2008). Projeto de Indicação Geográfica do Queijo de Coalho em Pernambuco. *Palestra* realizada durante Seminário para criação do museu do queijo de coalho de Pernambuco, 1, 2008. Escola Técnica do SENAI Garanhuns. 31 de julho e 01 de agosto de 2008.
- SENA, M.J., CERQUEIRA, M.M.O.P., MORAIS, C.F.A., CORRÊA, E.S., & SOUZA, M.R. (2000). Características físico-químicas de queijo de coalho comercializado em Recife-PE. *Revista Higiene Alimentar*, 14 (74), p.41-44.
- SILVA, E. N. (2003). Consumo, *mimesis* e sentido. In: VALVERDE, M. (org.). *As formas de sentido: estudos em estética da comunicação*. Rio de Janeiro: DP&A.
- SILVA, T. T da (org). (2000). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- SLATER, D. (2002). *Cultura do Consumo & Modernidade*. São Paulo: Nobel.
- SPINK, M. J. (2000). *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano*. 2ª ed. São Paulo: Cortez.