

Representação da Produção e Consumo do Queijo Coalho Artesanal*

Simone de Lira Almeida, Fernando Gomes de Paiva Júnior
e José Roberto Ferreira Guerra

Resumo

A representação cultural do queijo coalho [re]articula os significados de sua produção e de seu consumo. Com apoio da análise fílmica, toma-se como caso ilustrativo o documentário “Coalho, um Queijo Pernambucano”. O aparato teórico do circuito de cultura proposto por Du Gay *et al.* (1997) auxilia na compreensão do processo de construção de significados de forma articulada com outros momentos de significação cultural. Os resultados revelam que a composição fílmica procura estabelecer a ligação do queijo coalho com diferentes lugares, situações e pessoas, na tentativa de fixar determinados significados para esse alimento, o qual se encontra em vias da obtenção da Identificação Geográfica “Agreste de Pernambuco”, ao certificar a legitimidade da produção artesanal e de seu consumo.

Palavras-chave

Representação Cultural. Identificação Geográfica. Produção Artesanal. Queijo Coalho.

Abstract

The cultural representation of coalho cheese [re]articulates the meanings of its production and consumption. Under the support of film analysis, the documentary “Coalho, um queijo Pernambucano” is taken as an illustrative case. The theoretical apparatus of the circuit of culture proposed by Du Gay *et al.* (1997) helps to understand the process of meaning construction in coordination with other moments of cultural significance. The results show that the film aims at connecting coalho cheese to different places, people and situations, in an attempt to convey certain meanings to this food, which is undergoing the process of obtaining the Identificação Geográfica “Agreste de Pernambuco” (a kind of certification), to certify legitimacy of craft production and its consumption.

Keywords

Representation. Geographic Indication. Artisanal Production. Coalho Cheese.

INTRODUÇÃO

Historicamente considerados símbolos do atraso socioeconômico de uma região ou de um país, os produtos tradicionais vêm assumindo um papel de destaque na atualidade. Também chamados de artesanais, produtos da terra, produtos com história (TIBÉRIO, 1998), esses produtos representam o contraponto à massificação e à uniformidade generalizada pelas transformações industriais. Eles destacam o resgate do trabalho artesanal, antes desvalorizado pela revolução industrial, e contribuem com a revitalização da economia dos meios rurais (ZUIN; ZUIN, 2008).

Dentre os objetos que compõe o patrimônio cultural rural, os produtos agrícolas e alimentícios chamados “da terra” concentram atualmente as atenções de um crescente número de pessoas, mesmo em um contexto onde as imposições legais têm dificultado a distribuição e a comercialização de mercadorias artesanais fora de seu território de produção (BERARD; MARCHENAY, 1996). Esse parece ser o caso do queijo coalho produzido no Agreste de Pernambuco, o qual, desde 2004, vem sendo alvo de discussões para o reconhecimento da Indicação Geográfica (IG).

O queijo coalho é um produto muito popular no Nordeste do Brasil e se caracteriza por ser um queijo de massa branca, de formato retangular, com sabor levemente ácido e salgado. Pode ser consumido cru, assado, frito, puro ou como acompanhamento. Apesar de sua popularidade na Região Nordeste, o queijo coalho produzido artesanalmente, muitas vezes, não atende aos requisitos mínimos de qualidade para ser destinado ao consumo humano (LIMA, 2010; DUARTE *et al.*, 2005).

Os principais aspectos que contribuem para a classificação do queijo coalho como produto de baixa qualidade no mercado estão relacionados ao comprometimento da qualidade da matéria-prima (PACHECO, 2011), à falta de padronização do produto em relação a seus padrões oficiais (SENA *et al.*, 2000) e à presença de microrganismos patogênicos, devido à deficiência de cuidado higiênico-sanitário no ambiente de produção (LUZ, 2008; DUARTE *et al.*, 2005).

Mesmo ciente dos **estigmas** associados à **produção artesanal**, um grupo de produtores do Agreste de Pernambuco¹ vem sendo estimulado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e pelo Instituto de Tecnologia de Pernambuco (ITEP) a resgatar a produção de queijo com a utilização do leite cru, a fim de se obter uma proteção intelectual específica, a IG. Contudo, a retomada da produção artesanal deve considerar a introdução de práticas inovadoras capazes de garantir segurança alimentar aos consumidores.

As transformações advindas do processo de obtenção da IG não se limitam aos atributos tangíveis dos bens e serviços. A implantação de um sistema de certificação provoca mudanças na dimensão material do produto, as quais também se repercutem na sua dimensão simbólica, uma vez que essas duas dimensões são indissociáveis (HALL, 2006). Dessa forma, surge a expectativa de que significados culturais positivos possam ser construídos para o queijo coalho artesanal no contexto de mudança cultural movido pela busca do registro da IG.

O processo de construção signífica mostra-se complexo, visto que um artefato cultural não possui significado fixo a ser transportado do produtor para o consumidor de forma estável. Sob essa lógica, o processo de inovação do queijo coalho não deve ser concebido como único momento de produção simbólica.

De acordo com o modelo teórico-metodológico proposto por Du Gay *et al.* (1997), existe uma articulação complexa entre diferentes processos culturais de produção, regulação, representação, identidade e consumo, os quais resultam na construção de significados provisórios para o artefato cultural. Nesse estudo, portanto, investigamos os diversos significados e interpretações que constituem e singularizam o queijo coalho artesanal, seus produtores e consumidores, pautados num dos momentos do circuito da cultura: a *representação*. Para tanto, elaboramos a seguinte pergunta de pesquisa: *Como a representação do queijo coalho [re]articula os significados culturais de sua produção e consumo?*

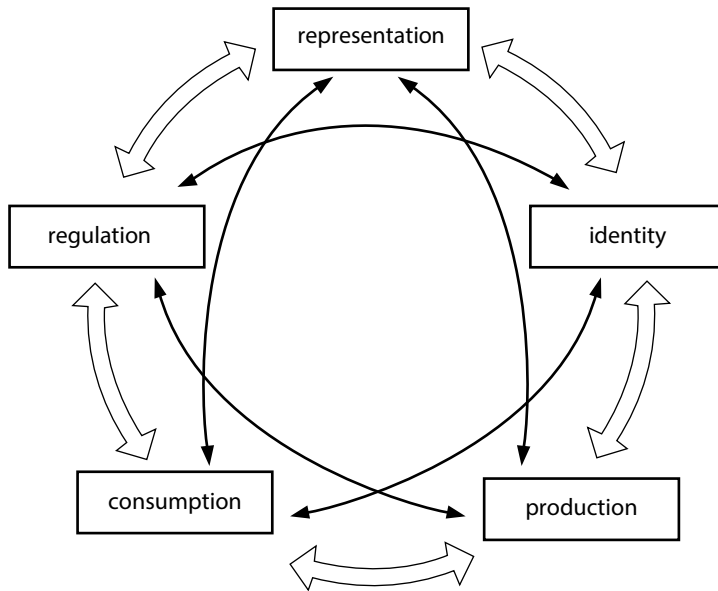
O CIRCUITO DA CULTURA: SIGNIFICADOS CULTURAIS EM DESLOCAMENTO

O cenário caótico que circunda a produção de bens simbólicos põe em relevo a necessidade de rompimento com noções pre-estabelecidas de certa autonomia entre a cultura, a economia, a política e as instâncias ideológicas (ESCOSTEGUY, 2007). Nesse sentido, a compreensão acerca de como os significados culturais guiam o modo de fabricação de produtos, suas formas de consumo e sistemas de representação constitui componente essencial na análise de artefatos culturais (DU GAY *et al.*, 1997).

Por meio dos significados de um bem simbólico, os consumidores se identificam com determinada mercadoria a ponto de torná-la preferível dentre as várias opções disponíveis no mercado. Assim, o estímulo à aquisição de determinado produto ocorre mais pela sua representação do que pela sua utilidade (SLATER, 2002; SILVA, 2003), ou seja, suas dimensões culturais e simbólicas se relacionam diretamente com a diversidade de motivações referentes ao ato de consumir (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004).

A aproximação com os Estudos Culturais (EC) permite-nos compreender que o significado de um artefato cultural não está nele próprio, mas nas relações que ele mantém com quem o produz, com quem o consome e com outros atores envolvidos nos demais processos culturais, como a representação e a regulação (HALL, 2006; DU GAY *et al.*, 1997; JOHNSON, 2006). Nesse aspecto, esses significados são construídos socialmente e instituídos por meio de distintas formas de interação social.

A abordagem do circuito da cultura proposta por Du Gay *et al.* (1997) 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. (1997, p. 3).

O princípio de articulação recomenda que a conexão entre as cinco práticas de significação proporciona um efeito sinérgico sobre o todo, de forma que mudanças em um dos pontos do circuito repercutem sobre os outros elementos. Contudo, a interatividade entre os elementos do circuito não impede a existência de uma autonomia relativa entre eles, de modo que cada um possa romper ou interromper o fluxo das formas subjetivas, cuja continuidade se torna necessária à reprodução dos significados inicialmente codificados (HALL, 2006).

A articulação dos elementos do circuito indica a relação do bem simbólico com seu contexto sócio-histórico, ampliando a análise da cultura e suas representações para um espectro mais amplo (WILLIAMS, 2008; MATTELART; NEVEU, 2006). Além desse aspecto, o circuito de cultura não é traído pelo fetichismo do momento da produção, uma vez que ele indica uma compreensão circular sobre todos os momentos relacionados à produção e ao consumo (a exemplo da representação), destacando sua inter-relação e expondo o fato de que cada um possui condições próprias. Dessa forma e em função da autonomia relativa entre os diferentes momentos desse circuito, apresentamos a prática da representação cultural com o intuito de aprofundar a compreensão acerca de um dos processos presentes no circuito cultural.

A Representação Cultural

O entendimento pós-estruturalista da representação no âmbito dos EC carrega todas as características de indeterminação, ambiguidade e instabilidade conferidas à linguagem. Esse

olhar descarta conotações miméticas e mentalistas de representação e propõe o seu conceito numa dimensão de significante, ou seja, como marca material. Logo, a perspectiva pós-estruturalista da representação confere a ela o *status* de uma forma de atribuição de sentido, ou seja, a expressão de um sistema de significação, como elucida 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.

O conceito de representação nos EC está relacionado à compreensão do modo como se desenvolve o processo pelo qual determinado significado é produzido e compartilhado entre os membros de uma cultura. Tal conceito envolve o uso de linguagem, signos e imagens que significam ou representam coisas. Em sendo assim, a representação conecta a noção de cultura tanto ao significado, quanto à linguagem (HALL, 1997a).

A ideia de representação presente nos EC se distancia dos pressupostos realistas associados à concepção da filosofia clássica, a qual busca apreender fielmente o “real” por meio de sistemas de significação. Esse campo de estudo preconiza o conceito de que não é possível representar o mundo tal como ele é, posto que o destaque passa a ser conferido ao aspecto formativo da linguagem (HALL, 2006). Esse componente da linguagem expressa-se em sua capacidade de construir identidades, formar relações sociais e estabelecer sistemas de conhecimento e crença (FAIRCLOUGH, 2008).

A representação é uma prática que usa objetos e feitos materiais. Entretanto, o significado construído nesse processo não depende tão somente da qualidade material do signo, mas de sua função simbólica. Nesse sentido, representação é uma *prática* importante dentro do processo de construção e troca de significados entre os membros de uma cultura. Por isso, tal prática é concebida como um *momento* dentro do circuito da cultura (HALL, 1997a; DU GAY *et al.* 1997).

Os significados atribuídos a determinado artefato cultural no momento de sua representação precisam ser compreendidos em relação a outros significados instituídos pelos momentos de produção e consumo, pelas identidades sociais vinculadas a ele e pelos mecanismos que regulam sua distribuição e uso. Nesse sentido, de acordo com Ashley *et al.* (2004), os significados do artefato cultural precisam ser compreendidos no interior do circuito de cultura.

POSICIONANDO O QUEIJO COALHO COMO PRODUTO SIMBÓLICO

O queijo coalho é um produto típico da Região Nordeste do Brasil, ou melhor, um artefato cultural integrado ao cotidiano dos nordestinos, fabricado principalmente nos estados de Pernambuco, Ceará, Rio Grande do Norte e Paraíba. Ele destaca-se entre os principais tipos de queijos artesanais de fabricação e consumo comprovadamente incorporados à cultura regional (MORAIS, 1995; MUNCK, 2004). Alimento de sabor peculiar, presente nas refeições nordestinas, seja no café da manhã, no almoço, no jantar, no lanche ou na

ceia, pode ser encontrado em feiras livres, padarias, supermercados, bares, restaurantes ou mercados públicos. Assume papel de petisco ou faz parte de receitas inovadoras, como ingrediente principal ou secundário. Ele é capaz de agradar diferentes grupos sociais, étnicos e econômicos devido a sua versatilidade de uso.

Apesar de sua popularidade na região Nordeste, o queijo tipo coalho ainda está associado a uma imagem de alimento pouco seguro para a saúde do consumidor, em função de problemas atrelados a sua produção, sobretudo no que tange ao modo artesanal de sua fabricação. Produtos artesanais têm grande possibilidade de estarem contaminados, devido ao uso de matérias-primas de fontes não seguras, à falta de higiene durante o processamento e ao armazenamento e transporte inadequado da produção (DUARTE *et al.*, 2005). Corroborando com esse discurso, alguns estudiosos defendem a introdução de melhoramentos na técnica de fabricação de queijos artesanais de modo a alcançarem o *status* de produtos de qualidade que protegem a saúde do consumidor (CAVALCANTE *et al.*, 2007; MORAIS, 1995).

O discurso da segurança alimentar tem sido assumido para reforçar a importância da pasteurização do leite na fabricação de queijos, uma vez que o leite cru pode aninhar microrganismos patogênicos, representando riscos à saúde (CAVALCANTE *et al.*, 2007; DUARTE *et al.*, 2005). O entendimento de que a inocuidade do queijo passa pela pasteurização do leite vem sendo partilhado pelo Estado Federal Brasileiro por meio de seu Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade (RTIQ) do Queijo de Coalho. Aprovado pela Instrução Normativa n. 30², o RTIQ do queijo coalho estabelece a pasteurização do leite (ou submissão a tratamento térmico equivalente) como um dos requisitos mínimos a ser cumprido para destinação desse tipo de queijo ao comércio nacional e internacional (BRASIL, 2001).

Conforme nos lembra Hall (2006, p. 299), “o Estado não é mais concebido simplesmente como um aparato administrativo ou coercitivo – é também educativo e formador”. Assim, o Estado constitui o espaço onde uma variedade de relações e práticas condensam-se para formar um sistema de significados que exercerá liderança moral e educativa sobre aquilo que ele governa. Por isso, a representação dominante da produção artesanal de queijo coalho no imaginário social ainda engloba um repertório simbólico de desconfiança sobre a qualidade do produto final.

Inseguro, sem qualidade, sem padronização, são algumas das rotulações atualmente utilizadas para classificar o queijo coalho artesanal. Cientes dessa situação, as instituições envolvidas com o processo de obtenção da IG Agreste de PE estão atuando em parceria para ajudar um grupo de pequenos produtores artesanais a melhorar os processos existentes e, conseqüentemente, desconstruir as imagens depreciativas, muitas vezes, associadas ao queijo produzido artesanalmente, uma vez que mudanças na dimensão material ocorrem em paralelo às modificações efetuadas na dimensão simbólica do produto.

A prevalência de significados positivos para o queijo coalho artesanal consiste na transformação dos significados dominantes já instaurados. Contudo, não existem garantias para o desaparecimento dos significados depreciativos do queijo coalho com base na

emergência dos significados positivos. Como o processo de significação é relacional, nossa análise recai sobre a luta pela fixação de significados, a qual envolve várias frentes de combate até a conquista de um grau substancial de consentimento popular, conforme indicado por Hall (2006).

Nessa disputa, os produtores artesanais de queijo coalho atualmente têm o *chef* César Santos como aliado. Embora esse profissional não esteja oficialmente vinculado ao projeto de Indicação Geográfica, sua participação no processo de reconstrução signíca do queijo coalho artesanal tem sido relevante, especialmente por ele ter sido o idealizador de um documentário sobre o alimento, amplamente divulgado no âmbito nacional.

A representação do queijo coalho artesanal no documentário “Coalho, um Queijo Pernambucano” tem contribuído para a construção de significados específicos para esse produto, por meio da adoção de símbolos regionalistas. Nesse documentário, a composição de imagens, sons e narrativas criam um cenário privilegiado quanto à ação de produtores locais e ao fortalecimento da imagem do queijo coalho artesanal em vias de registro para o pedido de IG.

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 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 os significados culturais relacionados à sua produção e ao seu consumo em determinado contexto geográfico. Destacam-se nessa construção, os pontos de vista subjetivos dos atores relacionados à produção do queijo e a compreensão do processo de significação das práticas sociais que compõem o esforço de obtenção da IG.

Nossa outra preocupação refere-se à construção do *corpus* linguístico, o conjunto de textos escritos ou falados que servirá como base de análise, justificando a seleção do material de suporte para essa investigação. Isso nos faz levar em consideração que falas, conversas e interações humanas representam o conjunto de indícios que subsidiam o esforço analítico do estudo (BAUER; AARTS, 2002; PERCY *et al.*, 1996).

A escolha do documentário “Coalho, um queijo Pernambucano” como fonte do *corpus* linguístico justifica-se pelo fato de o documentário demonstrar maior capacidade para disseminar e perpetuar determinados significados do queijo coalho em comparação com outras mídias. Primeiro, porque a representação do produto expressa no recurso audiovisual é mais dinâmica e atraente do que na mídia impressa devido à exposição simultânea de

narrativas, imagens e sons. Segundo, esse tipo de material midiático tende a ser exibido em diferentes lugares e situações de forma contínua, diferentemente de conteúdos informativos divulgados em jornais e revistas de curta duração e circulação restrita.

A análise de imagens possui dimensões próprias que não podem ser submetidas a processos de análise textual como se fossem narrativas escritas (CORDEIRO, 1996). Desse modo, as representações produzidas por um filme incorporam um conjunto de textos (escritos ou falados), imagens e procedimentos técnicos utilizados para ordenar esses elementos e gerar o conteúdo fílmico (ROSE, 2002).

A análise de “Coalho, um Queijo Pernambucano” utilizou, além do material fílmico, informações coletadas em entrevistas concedidas pela roteirista e produtora do documentário. Essas entrevistas ajudaram-nos a compor o contexto de produção e exibição do filme.

Foi preciso desconstruir o conceito de documentário como representação objetiva da realidade social e concebê-lo como uma construção subjetiva. O olhar do documentário como registro objetivo de eventos da natureza revela uma função meramente informativa. Nesse paradigma, as câmeras e demais instrumentos tecnológicos recebem papel de destaque no processo de representação, visto que eles são considerados os principais responsáveis pela documentação dos fatos. Consequentemente, a realidade “captada” pelas ferramentas tecnológicas adquire valor de verdade ao levar em conta os aspectos sociais e pessoais no processo de representação (HAMILTON, 1997).

Nesse caso, o valor informativo do documentário passa a ser mediado pela perspectiva de seu produtor e o resultado da produção fílmica apresenta-se como uma mistura de emoção e informação. Hamilton (1997) assevera que essa concepção de documentário ressalta o processo de criação de imagens, as quais têm o poder de guiar o espectador, de reter sua atenção durante sua apresentação.

Sendo assim, o esforço analítico do documentário teve como principal preocupação compreender como a apresentação e a codificação dos elementos audiovisuais desse filme produzem determinadas representações do queijo coalho, de sua produção e de seu consumo, de modo a relacionar o momento da representação aos demais elementos do circuito da cultura elaborado por Du Gay *et al.* (1997).

REPRESENTAÇÃO DO QUEIJO COALHO ARTESANAL NO DOCUMENTÁRIO “COALHO, UM QUEIJO PERNAMBUCANO”

Na perspectiva dos EC, a prática da representação permite a fixação de determinados significados atribuídos ao artefato cultural, ao intervir em seus múltiplos significados na tentativa de privilegiar alguns desses em detrimento de outros (HALL, 1997b). Dessa forma, a análise fílmica consistiu na investigação dos múltiplos significados do queijo coalho que foram destacados no documentário. Ou seja, os resultados indicam que os significados mais representativos no processo das práticas de produção e consumo do queijo produzido no Agreste de Pernambuco se relacionam ao processo de obtenção da IG.

Como forma de conduzir a análise do documentário, no primeiro momento, descrevemos os elementos mais gerais do filme (imagens, narrativa, sons) na tentativa de transpor os códigos visuais para o texto, realçando as nuances de aspectos visuais e não linguísticos que devem ser considerados nessa etapa; em seguida, organizamos a análise em torno dos momentos da produção e do consumo, ao revelar os significados emergentes na representação desses pontos do circuito da cultura.

O Queijo Coalho Posto em Tela

O documentário “Coalho, um Queijo Pernambucano”, idealizado pelo *chef* César Santos, foi produzido em 2010 com o objetivo de valorizar os ingredientes que formam o DNA da cozinha pernambucana. Com duração total de 14 minutos, o vídeo está estruturado em 3 partes. A primeira delas refere-se à abertura do filme com imagens do Agreste de Pernambuco, da mecanização da ordenha, da produção de queijo, da comercialização do produto, da capacitação ministrada pelo *chef* César Santos aos comerciantes do município de Garanhuns, do passeio do *chef* Duca Lapenda no mercado público e da preparação de receita à base de queijo coalho pelo *chef* Claudemir Barros e pelo *restaurateur* Henrique Belarmino, profissional da gastronomia com renome na cidade do Recife. As imagens presentes na abertura do documentário sintetizam o conteúdo do vídeo ao som das músicas do instrumentista pernambucano Antúlio Madureira³. A seleção de imagens, associada à trilha sonora, ajuda a reforçar a ligação do queijo coalho com a cultura local, conforme sugere a produtora do vídeo:

P (00:13:58): E quanto à trilha sonora?

E4: (...) Obviamente por ser um ingrediente, a gente meio que vai nessa coisa de trazer um pouco de música brasileira mesmo. E aí, não teve muita dificuldade, não. A gente já teve experiência com outras coisas no mesmo sentido; então, *a trilha sonora foi pautada em cima da origem do produto que estava sendo retratado*. (E4: 188-195. Grifo nosso).

Ao final da abertura, ocorre a apresentação do título do documentário (“Coalho, um queijo pernambucano”), sobreposta à imagem do queijo coalho assado em prato de barro, acrescido do mel de engenho (Figura 2). O título concedido ao documentário já demarca sua intencionalidade como filme. Embora o queijo coalho seja produzido em vários estados do Nordeste, o artigo indefinido “um” empregado no título do documentário antes da palavra “queijo” denota a tipicidade do produto, assim como a adjetivação do alimento sugere sua apropriação pelo povo pernambucano.

Figura 2 – Queijo coalho assado servido com mel de engenho



Fonte: Oficina do Sabor (2010)

A segunda parte do vídeo possui aproximadamente 12 minutos de duração e refere-se ao conteúdo central do documentário. Nela, encontramos depoimentos de 04 *chefs* de cozinha, 02 *restauranteurs*⁴, 01 banqueteira, 01 pesquisadora da gastronomia pernambucana, 03 produtores de queijo (02 formais e 01 informal), 01 comerciante de mercado público e 01 consultor técnico francês especializado em laticínios. As declarações dos convidados são gravadas em cenários diversificados, tais como: salão de restaurantes, cozinhas comerciais, fazendas de propriedade familiar, unidades de produção de pequenos laticínios formais e em mercados públicos.

A diversidade de pessoas e lugares exibidas no filme associa o queijo coalho tanto ao espaço rural, quanto ao urbano, bem como a ambientes populares e sofisticados. Assim, a composição filmica procura estabelecer a ligação do queijo coalho com diferentes lugares, situações e pessoas, com a intenção de representar esse alimento como símbolo da identidade pernambucana. Além disso, a produção de um documentário com depoimentos de especialistas fortalece a imagem do queijo coalho artesanal, facilita a recepção dessa mercadoria em várias esferas sociais e promove a prática gastronômica que privilegia o emprego de ingredientes locais (ALMEIDA; GUERRA; PAIVA Jr., 2011).

A última parte do documentário destina-se aos créditos da produção, realização, patrocínio, apoio e agradecimentos. As imagens finais alternam-se entre cenas do campo e da cidade, com foco nos produtores rurais e nos famosos *chefs* de cozinha, respectivamente. A música escolhida para acompanhar os créditos foi “Juazeiro” do músico Ednaldo Queiroz⁵.

Na próxima seção, detalharemos a análise do documentário a partir da representação da produção e do consumo do queijo coalho. Tal divisão busca clarificar e definir as práticas discursivas que privilegiam a produção e o consumo do queijo coalho artesanal no vídeo concebido pelo *chef* César Santos.

As Representações da Produção na Arena Cultural

A análise do documentário sobre o queijo coalho não deve ser realizada como se ele apenas comentasse sobre o alimento e as pessoas que o produzem e consomem sem qualquer

intencionalidade, uma vez que também podemos encontrar narrativas que manifestam significados sobre suas alteridades e diferenças. Sob essa perspectiva, as diferenças vão sendo demarcadas no processo de representação (HALL, 1997b).

No documentário, o método de produção artesanal é o único a ser apresentado, em lugar da confecção do queijo pasteurizado. A produção artesanal, portanto, fica em evidência logo no início do filme, quando um *chef* de cozinha passeia num mercado público e define o queijo coalho como sendo aquele “feito em formas de madeira e secado ao tempo” (00:02:15). Logo, a ênfase abonada ao modo caseiro de produção sugere a ideia de que todo queijo coalho encontrado em Pernambuco segue um padrão de fabricação que não sofreu alterações ao longo da história. Essa representação da produção é reforçada quando imagens do processo de fabricação caseira (Figura 3) aparecem logo após a definição do *chef*.

Figura 3 –Produção caseira (informal) de queijo coalho



Fonte: Oficina do Sabor (2010)

O conceito de queijo coalho apresentado no vídeo pelo *chef* apenas poderia ser aplicado a produtos advindos da produção informal, visto que a legislação que rege a produção artesanal de queijo coalho no Estado de Pernambuco⁶ proíbe o uso de equipamentos e utensílios de madeira na confecção desse alimento. No entanto, a descrição apresentada por esse convidado, seguida por imagens que simbolizam um processo produtivo inalterável, convida-nos a olhar a produção familiar e informal como sendo a responsável pela fabricação do “tradicional” e “autêntico” queijo coalho, mesmo quando, na esfera legal, o mesmo produto é concebido como “ilegal”, “irregular” e “clandestino”.

As cenas que mostram a produção do queijo coalho numa propriedade particular retratam um cenário de aparente ausência de inovações tecnológicas na produção artesanal do alimento, o que dificulta a visualização do caráter dinâmico da cultura ou desconstrução da falsa dicotomia tradição/inovação.

Dados de pesquisa documental revelam que, embora o queijo coalho seja fabricado artesanalmente há mais de 150 anos, seu processo de produção não permanece o mesmo desde sua origem. Se um dia o artesão só produzia esse tipo de queijo a partir do leite cru, coagulado pela adição de pedaços de estômago de bezerro (VALENÇA, 2005), atualmente essa realidade vem sendo transformada, uma vez que a enzima (quimosina ou renina)

responsável pela coagulação do leite já vem sendo produzida por cientistas em laboratório (PACHECO, 2009). Desse modo, essa oferta de inovação para os produtores de queijo tem levado à substituição do coalho de origem animal pelo coagulante enzimático artificial. Isso significa que a ideia de núcleo imutável e atemporal associada à tradição da produção artesanal constitui um mito no imaginário do consumidor. Ou seja, essa constatação levanta o fato de que as tradições são inventadas para nos fazer acreditar que passado, presente e futuro se ligam numa linha ininterrupta (HALL, 2006).

A ideia de tradição mantém-se implícita na representação do queijo coalho já que a produção de queijo coalho pasteurizado continua sendo silenciada pelos elaboradores do documentário, mesmo quando as câmeras se voltam à produção formal. Em lugar de visitar uma indústria de queijo coalho, o *chef* César Santos aparece nas imagens acompanhando a produção do alimento em uma queijaria artesanal que obteve o segundo lugar no 1º Concurso de Queijo do Estado, realizado no 18º Agrinordeste – embora esse fato não tenha sido mencionado no documentário.

No vídeo, o proprietário da queijaria artesanal fala com o *chef* de cozinha sobre o método de fabricação empregado em sua empresa: “É a mesma metodologia da produção de queijo de coalho *antigo*. A gente apenas fez algumas *melhorias* por conta das exigências em questão dos equipamentos” [grifos nossos] (00:05:03). Nesse momento, o produtor formal tenta enquadrar seu tipo de queijo na categoria “tradicional” ao destacar a antiguidade do método de produção e, ao mesmo tempo, se diferenciar do produtor informal, quando fala sobre a melhoria de seus equipamentos. Assim, as cenas filmadas na queijaria mostram que, diferentemente do produtor informal, o produtor formal emprega equipamentos de inox e formas de polietileno (Figura 4) na confecção do queijo artesanal.

Figura 4 – Infraestrutura e equipamentos da queijaria artesanal



Fonte: Oficina do Sabor (2010)

Cerca de um terço do tempo de duração do documentário está destinado à visita do *chef* César Santos ao Laticínio Rio Branco. Na ocasião, são apresentadas informações sobre o processo de fabricação artesanal e os mecanismos utilizados pelo produtor formal para garantir a qualidade do queijo coalho (Figura 5). O destaque dado à produção artesanal formal, em caráter didático e informativo, colabora para desconstrução do discurso da pasteurização como única alternativa para se garantir a segurança alimentar e qualidade ao

produto. Além disso, a presença do *chef* César Santos na queijaria contribui para o aumento da credibilidade e notoriedade do queijo coalho artesanal, visto que sua posição como principal representante da nova gastronomia regional pernambucana se repercute sobre os significados dos alimentos que ele utiliza em sua atividade profissional.

Figura 5 – Procedimentos utilizados pelo produtor formal para garantir a qualidade do queijo coalho artesanal



Fonte: Oficina do Sabor (2010)

A produção artesanal de queijo coalho recebe destaque no documentário em conjunto com panorama do setor de leite e derivados. Os números sobre a quantidade de leite produzido diariamente no estado e o percentual dessa produção destinado à fabricação de queijo coalho são apresentados pela pesquisadora Letícia Cavalcanti e pelo técnico em laticínios do ITEP/SEBRAE, o francês Benoit Paquerou, para construir a representação da importância do produto para economia do estado. As informações fornecidas por esses dois convidados colocam a bacia leiteira de Pernambuco em destaque, mesmo sem que haja comparação com dados estatísticos de outras regiões do país.

No vídeo, a pesquisadora afirma que “Pernambuco é hoje o maior produtor de queijo coalho” (00:02:55), mas não especifica se o estado é o maior produtor nordestino ou se é o maior produtor brasileiro, nem mesmo quais os parâmetros objetivos que garantem tal posição. Situação semelhante ocorre quando o técnico francês faz a seguinte alegação: “A gente aqui tem uma bacia leiteira que se aproxima de 2 milhões litros/dia” (00:03:01). Em ambas afirmativas, a ausência de dados comparativos torna confusa a interpretação sobre um eventual destaque do Estado de Pernambuco no que tange a índices favoráveis do setor de laticínios, tanto no âmbito regional, quanto na esfera nacional.

O Quadro 1 sintetiza os significados emergentes no documentário sobre as práticas de produção de queijo coalho no Estado de Pernambuco.

Quadro 1 - Significados emergentes no documentário sobre a produção de queijo de coalho

Categorias Analíticas	Significados Provisórios
Representação da Produção	<ul style="list-style-type: none"> - Produção artesanal informal como típica, tradicional e imutável. - Produção artesanal formal dotada de credibilidade e notoriedade. - Produção de leite e de queijo como importantes atividades econômicas no Estado de Pernambuco.

Fonte: Elaboração própria (2012)

Além de visualizar imagens e depoimentos sobre a produção de leite e derivados no Estado de Pernambuco, assim como da fabricação do queijo coalho artesanal, no vídeo, encontramos cenas que retratam as diferentes ocasiões de consumo desse alimento. Por isso, na próxima seção, apresentamos os resultados da análise fílmica referentes a esse momento do circuito da cultura.

As Representações do Consumo

Em diferentes momentos do documentário, o queijo coalho é representado como produto de alta penetrabilidade no mercado local. O depoimento do *chef* César Santos é o primeiro a apontar a facilidade de acesso ao produto, tanto pela diversidade de pontos de venda, quanto pelo seu preço: «Porque era o queijo que você vai ali na esquina, você vai na barraca, vai no mercado, vai na feira e você tem como comprar esse queijo e com um preço bacana...um preço bom» (00:01:13).

A popularidade do queijo coalho e seu elevado consumo pela população local são demarcados no vídeo, conforme podemos observar no relato de um comerciante (Figura 6): “[o coalho] é um queijo que se vende tanto quanto um pão” (00:01:22). Ao comparar o queijo coalho com o pão, o convidado indica que o alimento, além de ter boa aceitação no mercado, encontra-se inserido na vida cotidiana dos pernambucanos. Em certa medida, a observação do comerciante sobre o consumo de queijo coalho caracteriza esse alimento como sendo um produto de massa.

Figura 6 – Comerciante de um mercado público fala sobre o queijo coalho

Fonte: Oficina do Sabor (2010)

Nesse momento do vídeo, outros pontos podem ser destacados sobre a representação do consumo de queijo coalho. Embora o produto possa ser encontrado em vários pontos de venda, a exemplo de padarias e supermercados, o local escolhido para registrar o depoimento do comerciante sobre o consumo do queijo pernambucano foi um mercado público. A definição por esse cenário público de consumo associa o alimento às ideias de cultura local, popularidade, simplicidade e tradição.

Por outro lado, embora inicialmente interpretado como sendo de massa, outros profissionais e cenários que aparecem no filme ajudam a identificar esse queijo como produto diferenciado, ao ponto de torná-lo objeto de consumo de um grupo seletivo de pessoas. Esse processo de mudança signíca do queijo coalho acontece quando os *chefs* de cozinha entram em cena para apresentar novas possibilidades de usos desse produto.

O *chef* César Santos contribui para a alteração do *status* do queijo coalho nas cenas que exibem a realização da oficina gastronômica em Garanhuns. Na ocasião, o *chef* oferece um novo conceito de gastronomia regional aos participantes, destacando o uso de ingredientes “da terra” na criação de seus pratos, a exemplo do queijo coalho, da manteiga de garrafa, do doce de leite e do queijo manteiga: “Eu estou passando um conceito de receitas que vocês podem estar criando em cima do que eu estou fazendo aqui. Um conceito dos produtos que vocês têm aqui, que vocês podem usar dentro da cozinha da melhor maneira que vocês acham que tem que usar” (00:12:17).

As imagens que expõem os pratos produzidos por César Santos durante a oficina (Figura 7) reforçam o argumento de que o significado do queijo coalho encontra-se em seu contexto de uso.

Figura 7 – Pratos produzidos por César Santos na oficina gastronômica realizada em Garanhuns



Fonte: Oficina do Sabor (2010)

Além do *chef* César Santos, outros líderes de cozinha aparecem no vídeo produzindo pratos sofisticados com o queijo coalho. O *chef* Claudemir Barros (Figura 8), do restaurante

Wiella Bistrô, por exemplo, ressalta a versatilidade de uso do queijo coalho, após preparar um *petit gateau* feito com esse produto:

O queijo coalho é muito versátil, porque você pode trabalhar com esse ingrediente de todas as formas possíveis, em todas as texturas possíveis. Você pode fazer sorvete, você pode fazer um *petit gateau*. Você pode fazer qualquer entrada, sobremesa, prato principal, isso vai depender do *chef*. (00:09:04).

Figura 8 – Prato elaborado com queijo coalho



Fonte: Oficina do Sabor (2010)

Situação semelhante acontece quando o *chef* Biba Fernandes fala sobre um dos pratos de seu restaurante criado com queijo coalho (Figura 9):

O que a gente fez com queijo coalho foi mais ou menos dar uma sofisticada nele. Uns dos pratos que tem uma saída muito grande aqui no restaurante, que se a gente fosse comparar com um prato nordestino, seria o escondidinho, que a gente faz a Yuca gratinada de camarões com *shitake* e queijo coalho. É um prato muito bem aceito no restaurante (00:10:36).

Figura 9 - Prato elaborado com queijo coalho



Fonte: Oficina do Sabor (2010)

A exposição de imagens que mostram o uso diferenciado do queijo coalho na cozinha está diretamente relacionada a mudanças no mercado gastronômico. Quem aponta o interesse dos *chefs* pelo queijo coalho como reflexo de um momento histórico é a banqueteira Beth Ithamar (Figura 10): “Os *chefs* começaram a ver a maravilha do queijo de coalho, a beleza, o gosto do queijo de coalho. Ele se adapta a qualquer coisa” (00:08:48) [gripo nosso]. O verbo “começar” empregado no depoimento da banqueteira revela que o queijo coalho nem sempre foi percebido como iguaria gastronômica.

Em Pernambuco, o resgate dos produtos da terra começa a se intensificar a partir dos anos 90 com o movimento cultural ocorrido na área gastronômica, conhecido como neoregional. Esse movimento representa a chegada da cozinha contemporânea no estado e teve o *chef* César Santos como um dos seus principais representantes (BRANDÃO, 2008).

Após analisar como as práticas de produção e consumo do queijo coalho foram representadas no documentário e apontar sua repercussão sobre a identidade dos produtores e dos consumidores, expomos os significados emergentes no vídeo sobre o consumo desse alimento no Quadro 2.

Quadro 2 - Significados emergentes no documentário sobre o consumo de queijo de coalho

Categorias Analíticas	Significados Provisórios
Representação do Consumo	<ul style="list-style-type: none"> - Produto de alta penetrabilidade no mercado local - Boa aceitação do produto no mercado - Consumo de massa - Produto popular - Produto diferenciado - Objeto de consumo de um grupo seletivo de pessoas

Fonte: Elaboração própria (2012)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a realização da análise fílmica do documentário, propomos algumas considerações que retomam a indagação inicial: *Como a representação do queijo coalho [re]articula os significados culturais de sua produção e consumo?*

Para responder a essa pergunta, optamos desenvolver nosso estudo sob a pauta dos Estudos Culturais, mais especificamente no circuito da cultura proposto do Du Gay *et al.* (1997). O modelo teórico-metodológico desenvolvido pelos autores teve a capacidade de revelar os múltiplos significados do queijo coalho a partir da análise da produção, consumo e representação.

Os significados associados às práticas de produção não são moldados apenas pela cultura

“interna” das empresas produtoras, uma vez que eles possuem vínculos com atividades aparentemente “externas” à organização, tais como o consumo e a representação. Por isso, ao se estudar os significados culturais do queijo coalho, é necessário compreender não apenas os processos tecnológicos e econômicos de manufatura, organização e distribuição da mercadoria, mas também o modo como tais práticas são representadas em termos de valores, crenças e padrões de trabalho, além do impacto que essas representações exercem na construção e reconstrução de identidades, tanto dos produtores, quanto dos consumidores do queijo coalho.

Os resultados da análise fílmica revelam como a aparente objetividade das imagens expostas no documentário ajuda a fixar determinados significados para o queijo coalho ao certificar a legitimidade da produção artesanal e do consumo desse alimento. No entanto, não temos a intenção de sugerir que houve uma distorção da realidade, visto que a ideia de mimese, não caracteriza a noção de representação empregada pelos EC. O que se pretende é tão somente apontar como os significados atribuídos a esse tipo de queijo são construídos a partir de sua representação no documentário e como esse momento da representação se articula com as demais práticas do circuito da cultura.

Buscamos, portanto, revelar como o processo de inovação implantado pelos produtores interessados na Indicação Geográfica vem sendo fortalecido por atores externos que compartilham do discurso regionalista para instituir significados positivos ao produto, apontado-o como símbolo da identidade pernambucana. Por sua vez, o imediatismo do mundo dos negócios pode se tornar um empecilho ao processo de transformação cultural necessário à viabilização das práticas de produção e consumo do queijo coalho certificado. Ao mesmo tempo, a articulação estabelecida entre diferentes setores econômicos e atores nos mostra que o poder de representação cultural de um produto tradicional não é algo que se situa em local específico, mas que funciona e se articula em rede.

Embora considerando a relação da representação com outros elementos do circuito da cultura, o estudo limita-se a analisar apenas as práticas de produção e consumo do queijo coalho. Portanto, sugerimos sua continuação no sentido de se incluir os demais elementos do modelo teórico proposto por Du Gay *et al.* (1997), tais como a regulação e a identidade.

Alternativas de estudos também podem ser vislumbradas para se compreender a representação do queijo coalho, ou de outro artefato cultural, em diferentes espaços de representação, tais como jornais, revistas ou *sites* de instituições de seus principais *stakeholders*. Em todos os casos, recomendamos o uso de metodologias alternativas que permitam a preservação da interdisciplinaridade necessária para se entender a produção, a distribuição e o consumo de bens simbólicos sob uma lógica intersetorial.

NOTAS

* Os realizadores desta pesquisa agradecem o apoio da FACEPE e do CNPq.

1 Mesorregião, composta por 44 municípios, onde se situa a bacia leiteira do Estado de Pernambuco. Em 2010, a localidade com aproximadamente 10 mil produtores produziu cerca de 1,2 milhão de

- litros de leite por dia, correspondendo a 73% da produção estadual de leite (SEBRAE, 2010).
- 2 Instrução Normativa n. 30 de 26 de junho de 2001 do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA).
 - 3 Álbum Mourama (1998).
 - 4 Proprietários de restaurante.
 - 5 Álbum Dança Cigana, 1991.
 - 6 Lei Estadual n. 13.376, de 20 de dezembro de 2007.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, S. de L.; GUERRA, J. R.; PAIVA Jr, F. G. A Representação do Queijo Coalho no Contexto da Indicação Geográfica: Uma Análise do Documentário “Coalho, Um Queijo Pernambucano. VII ENECULT - ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA. Ago. 2011, Salvador. **Anais** ISBN 85-60186-00-X.

ASHLEY, B; HOLLOWES, J.; JONES, S; TAYLOR, B. **Food and Cultural Studies**. Routledge: New York, 2004.

BAUER, Martin W.; AARTES, Bas. A Construção do *Corpus*: um Princípio para Coleta de Dados Qualitativos. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som**. Petrópolis, Ed. Vozes, 2002, p. 39-63.

BERARD, L.; MARCHENAY, P. La Construcción Social de los Productos de la Tierra. **Agricultura y Sociedad**. N. 80-81, p. 31-56, Jul.-Dez. 1996.

BRAHAM, Peter. Fashion: unpacking a cultural production. In: DU GAY, P. **Production of culture/cultures of production**. Londres: Sage/ The Open University, 1997, p. 119-175.

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

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal. Instrução Normativa n. 30, de 26 de Junho de 2001. Aprovar os Regulamentos Técnicos de Identidade e Qualidade de Manteiga da Terra ou Manteiga de Garrafa; Queijo de Coalho e Queijo de Manteiga. **Diário Oficial da União**, Brasília, 16 de julho de 2001. Seção 1.

CAVALCANTE, J. F. M. *et al.* Processamento do queijo coalho regional empregando leite pasteurizado e cultura láctica endógena. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**. Campinas, v. 27, n.1, Jan./Mar. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-20612007000100036&script=sci_arttext>. Acesso em: 15 jan. 2008.

CORDEIRO, A. *et al.* **A Insustentabilidade do modelo de desenvolvimento agrícola brasileiro**. Brasília: Ministério de Meio Ambiente, 1996. p.1-13 (mimeo).

COUTINHO, I. Leitura e análise da imagem. In: DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O Mundo dos Bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

DU GAY, P. *et al.* **Doing cultural studies**: the story of the Sony walkman. Londres: Sage Publications, 1997.

DUARTE, D. A. M. *et al.* 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.

ESCOSTEGUY, A. C. Circuito de cultura/circuito de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, n. 11, p. 115-135, 2007.

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

_____. The work of representation. In: HALL, S. (ed.). **Representation**: Cultural representations and signifying practices. London Publications Ltd, 1997b.

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

HAMILTON, P. Representing the social: France and Frenchness in post-war humanist photography. In: HALL, S. (org.) **Representation**: cultural representations and signifying practices. London: Sage Publications, 1997.

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

MATTERLAT, A.; NEVEU, É. **Introdução aos Estudos Culturais**. 2. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2006.

MORAIS, C. M. M. **Processamento artesanal do queijo de coalho de Pernambuco**: uma análise de perigos. 1995. Dissertação (Mestrado em Nutrição). Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 1995.

MUNCK, A. V. **Queijo de coalho**: Princípios básicos da fabricação. Disponível em: <<http://www.cienciadoleite.com.br/queijocoalho.htm>>. Acesso em: 17 jan. 2008.

PACHECO, S. Cientistas da UnB conseguiram produzir em laboratório uma enzima essencial para a fabricação de queijo. **Correio Brasiliense**. Publicação: 14/11/2009. Disponível em: <<http://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/ciencia-e->

saude/2009/11/14/interna_ciencia_saude,154631/index.shtml>. Acesso em: 14 jun. 2010.

PERCY, C. E. *et al.* **Synchronic Corpus Linguistics** – 16th International Conference on English Language and Research on Computerized Corpora (ICAME 16). Amsterdam/Atlanta, GA: Rodipi, 1996.

ROSE, D. Análise de imagens em movimento. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa em texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SEBRAE. **Boletim Setorial do Agronegócio: Bovinocultura leiteira**. Recife: SEBRAE, 2010, 28p.

SILVA, E. N. Consumo, *mimesis* e sentido. In: VALVERDE, M. (org.). **As formas de sentido: estudos em estética da comunicação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença. In: _____ (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

SLATER, D. **Cultura do Consumo & Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SPINK, M. J. **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano**. 2^a ed. São Paulo: Cortez, 2000.

TIBÉRIO, M. L. Produtos tradicionais: importância socioeconômica na defesa do mundo rural. **1^a Jornada de Queijos e Enchidos – Produtos Tradicionais**. IAAS, EXPONOR, p. 1-13, 1998.

VALENÇA, P. J. S. **História da Pecuária Leiteira em Pernambuco**. Recife: Coqueiro, 2005.

WILLIAMS, R. **Cultura**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

ZUIN, L. F. S.; ZUIN, P. B. Produção de alimentos tradicionais: Contribuindo para o desenvolvimento local/regional e dos pequenos produtores rurais. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, SP, v. 4, n. 1, p. 109-127, jan-abr. 2008.

Simone de Lira Almeida

Professora do Departamento de Hotelaria e Turismo da Universidade Federal de Pernambuco. Graduada em Hotelaria com mestrado e doutorado em Administração pela UFPE, atuando principalmente nos seguintes temas: Hotelaria, Restaurante, Gastronomia, Cultura e Empreendedorismo.

Fernando Gomes de Paiva Júnior

É professor do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFPE. Pesquisador do Lócus de Investigação em Economia Criativa. Mestre em Administração pela Universidad de Deusto, Espanha, e doutor em Administração pela UFMG. Áreas de interesse: Empreendedorismo, Inovação, Economia Criativa e Estudos Culturais.

**José Roberto
Ferreira
Guerra**

Doutorando e mestre em Administração do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFPE (PROPAD/UFPE) e graduado em Administração pela UFPE, com interesse de pesquisa nos seguintes temas: Empreendedorismo, Estudos Culturais, Produção Audiovisual e Inovação. Simone de Lira Almeida.