

A era digital e suas implicações sociais: Desafios e contribuições

A DOÇARIA ARTESANAL PRESENTE NO MERCADÃO DE CAÇAPAVA/SP: TRADIÇÃO E TRANSMISSÃO DO MODO DE SABER-FAZER

**Denise Érika dos Santos, Adriane Aparecida Moreira de Souza, Maria
Aparecida Chaves Ribeiro Papali.**

Universidade do Vale do Paraíba/Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento, Avenida Shishima Hifumi,
2911, Urbanova - 12244-000 - São José dos Campos-SP, Brasil, deniseerica@univap.br,
adriane@univap.br, papali@univap.br.

Resumo

O objetivo deste artigo é analisar se a tradição e a transmissão do modo de saber-fazer de doces tradicionais – considerando para isso a barraca da Tia Vilma –, podem representar ou reforçar a identidade, a ligação com o território e a coesão social de um povo, neste caso, do povo caçapavense, em um contexto constante de mudanças sociais, econômicas e ambientais, no qual os produtores locais enfrentam muitos desafios para conseguir manter essa tradição viva. Os doces da tia Vilma resistem até os dias atuais no Mercado Municipal de Caçapava, cidade localizada no interior do estado de São Paulo, que integra a Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte (RMVPLN). A produção de uma enorme variedade de doces tradicionais, tais como: doce de leite, doce de abóbora, doce de banana, goiabada, marmelada, paçoca, entre outros ocorre na região rural do município, enquanto o comércio acontece no conhecido “Mercadão” desde 1949 instalado na região central da cidade. Tal fato demonstra a existência da tradicional relação campo e cidade. A metodologia caracteriza-se como exploratória com delineamento bibliográfico e documental.

Palavras-chave: Doçaria artesanal. Tradição. Modo de saber-fazer. Mercado Municipal de Caçapava. Memória coletiva.

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas – Planejamento Urbano e regional.

Introdução

A doçaria artesanal se dá pela produção de doces feitos à mão, com ingredientes naturais e receitas tradicionais. É uma forma de valorizar a tradição cultural e gastronômica local, pois engloba saberes vindos de um outro tempo da história, em um mesmo espaço físico habitado, porém transformado. Os produtos artesanais, em sua maior parte, possuem alta qualidade e sabor único. A doçaria tradicional encontrada no Brasil, tem como berço o meio rural. Galvão (2021) afirma que a partir do mapeamento dos principais ingredientes utilizados na produção de doces tradicionais, pode-se observar que ela nasce com os povos que mantinham uma conexão sincera com a natureza, que colhiam a fruta direto do pé. O autor Lowy (2014) complementa alegando o quão necessário é respeitar o ciclo natural de colheita do alimento, a partir das estações, tendo o cuidado de um produtor responsável, dando valor a singularidade de cada terra, região e da própria cultura.

A doçaria no Brasil, em seus primórdios, respeitava a limitação dos recursos formadores disponíveis, não existia a necessidade de adquirir fora os ingredientes indispensáveis para a fabricação dos doces, eles estavam em casa junto ao conhecimento das avós. Filhas e netas reproduziam a continuação do conhecimento desta forma. A tradição era mantida, não se adicionava qualquer ingrediente aromático ou ideias imaginativas para uma nova criação, o respeito estava na reprodução do que lhes era ensinado. Durante o Império, era muito comum a valorização da tradição dos bolos e doces “de casa”, ou seja, feitos em casa, doce comprado pronto não prestava, a praxe era fazer com as próprias mãos, os doces eram tão queridos como membros da família, carregavam identidade, muita das vezes batizados com nome de gente (CASCUDO, 2011).

O objetivo deste artigo é analisar se a tradição e a transmissão do modo de saber-fazer de doces artesanais – considerando para isso a barraca da Tia Vilma –, podem representar ou reforçar a identidade, a ligação com o território e a coesão social de um povo, neste caso, do povo caçapavense,

A era digital e suas implicações sociais: Desafios e contribuições

em um contexto constante de mudanças sociais, econômicas e ambientais, no qual os produtores locais enfrentam muitos desafios para conseguir manter essa tradição viva.

Localizada no Box 42 do Mercado de Caçapava, município integrante da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte (RMVPLN), a barraca da Tia Vilma é especializada em doces caseiros, feitos com ingredientes produzidos localmente e receitas tradicionais. É possível encontrar uma variedade enorme de doces tradicionais para venda em sua barraca, dentre eles: figo cristalizado, abóbora cristalizada, mamão cristalizado, laranja cristalizada, abacaxi cristalizado, abóbora pingado, mamão ralado, furrudum, batata branca, batata roxa, cidra, doce de leite, pé de moleque especial, cocadas variadas, goiabada, marmelada, paçoca, queijadinha, bala de cocô, bananinha, entre outros.

Procurou-se investigar também como o mercado municipal de Caçapava/SP, parte do espaço intraurbano da cidade, funciona como um espaço de sociabilidade e de memória, onde os doces são compartilhados, consumidos e narrados. Sendo assim, este trabalho busca trazer a consciência para valorização e preservação do patrimônio imaterial regional, tendo importância na memória coletiva da população.

Metodologia

A pesquisa caracteriza-se como exploratória, de abordagem qualitativa, com delineamento bibliográfico e documental. Para obtenção de informações sobre a variedade dos doces da Tia Vilma, do modo como o nome Tia Vilma se consolidou na memória coletiva dos caçapavenses, questão essa, observada ao longo dos anos, foram consultadas páginas oficiais da loja e o site do Instituto Chão Caipira responsável por propagar a riqueza da cultura caipira do Vale do Paraíba.

Para obtenção de dados relativos ao Mercado Municipal de Caçapava-SP, de seu histórico, criação e ocupação de seu território, foi consultada a página eletrônica da Prefeitura Municipal de Caçapava.

Resultados e Discussão

A cultura é uma forma de expressão da identidade de um povo, que se manifesta por meio de diversos elementos materiais e imateriais. A valorização dos ingredientes locais é uma forma de preservar e divulgar a cultura gastronômica de uma região, que reflete os saberes, as tradições e as influências de diferentes grupos sociais. O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN (2014) reconhece o patrimônio imaterial como um conjunto de bens culturais intangíveis que são transmitidos de geração em geração e que representam a memória, a criatividade e a diversidade de uma comunidade. Nesse sentido, a doçaria artesanal tradicional é um exemplo de patrimônio imaterial que merece ser reconhecido e valorizado, pois revela a riqueza e a originalidade da cultura brasileira, criando um sentimento de identidade a quem produz esta arte, consome ou vive no território em que ela permanece independentemente do tempo.

Eu vivo me perguntando o que é necessário fazer para identificarmos a nossa confeitaria como essencialmente brasileira, que influencia mais do que é influenciada. Utilizar ingredientes nativos é um bom começo, afinal comida é cultura, mas, enquanto preferirmos a framboesa que viaja quilômetros para chegar ao Brasil a uma grumixama que pode crescer no quintal de casa, estaremos distantes de compreender que aquilo que nasce da nossa terra, pelas nossas mãos, é tão saboroso, bonito e especial quanto o que vem de fora (GALVÃO, 2021, p. 10).

As palavras de Galvão (2021) nos inspiram a pensar sobre a importância de valorizarmos os frutos originários do País. Sobre a fruta grumixama, mencionada pela autora (2021) ressalta-se que seu nome provém do tupi *komixã*, é uma fruta nativa da Mata Atlântica e sua safra vai do período de outubro a dezembro.

Barth (2005) afirma que a cultura se reproduz continuamente em um fluxo constante, apresentando uma enorme variação. Os modelos culturais podem ser criados a partir de uma complexa padronização de ideias compartilhadas, podendo ser semelhantes ou variadas.

O tempo é capaz de transformar algumas práticas existentes no território. Um exemplo é a paçoca, que é herança indígena anterior ao descobrimento do Brasil e hoje continua sendo consumida em todo Vale do Paraíba pelo que denominam de culinária caipira. Na tradição indígena, a paçoca era feita com farinha de mandioca, raízes, sementes e temperos. Outros pesquisadores importantes para a culinária brasileira, consideram que a paçoca é uma mistura de carne seca, farinha de mandioca ou milho, às

A era digital e suas implicações sociais: Desafios e contribuições

vezes, acrescida de rapadura. Na tradição caipira, ela leva amendoim torrado, farinha de mandioca e açúcar (SALDANHA, 2015).

A Tradição é formada por práticas sociais recorrentes, sendo um aspecto da modernidade constantemente racionalizado e (re)inventado, podendo habitar o passado, presente e futuro como forma de resistência as mudanças de cada tempo. O que permanece é o saber mantido por essas experiências, atravessado por gerações. A valorização deste modo de saber-fazer é chamada de tradição (GIDDENS, 1991).

As práticas sociais, neste caso as tradições alimentares, contribuem para a conexão do indivíduo com seu território e comunidade. A prática alimentar pode ser considerada tradição para uma comunidade de um território mesmo sem ser originada na mesma. Vejamos que tradição e origem são palavras diferentes com significados também distintos (MONTANARI, 2013).

Conforme informações encontradas na página oficial do facebook "Doces caseiros tia Vilma", a barraca é uma das mais antigas e tradicionais do mercado municipal de Caçapava, sendo reconhecida pela qualidade e sabor dos seus produtos, os quais possuem uma história familiar que remonta o ano de 1909, quando a bisavó da atual proprietária começou a fazer doces para vender na cidade. O slogan "Desde 1909 nossa família trabalha pra servir a sua", está na página do facebook, bem como, no box 42 do Mercado Municipal de Caçapava, onde os doces são comercializados de modo a mostrar o caminho e a dedicação familiar no preparo e venda dos mesmos. Familiares da Tia Vilma divulgam os doces nas redes sociais, o modo de saber-fazer, mostrando possibilidade da tradição se apropriar do moderno, por meio das oportunidades oferecidas pela tecnologia da informação.

A prática de fazer doces e vendê-los em feiras e mercados contribui para a manutenção e preservação de uma cultura que remete à memória, sendo também uma fonte de trabalho e renda. Montanari (2013) relaciona cultura, tradição e identidade. De acordo com o autor (2013, p. 183) "[...] o sistema alimentar contém e transporta a cultura de quem pratica, é depositário das tradições e da identidade de um grupo".

As identidades nacionais de um grupo são formadas a partir de como essa cultura nacional é representada. A nação une as pessoas com o sentimento de identidade, por ser uma comunidade simbólica. Esse modo de enxergar a cultura é uma visão moderna, visto que, na era pré-moderna as identidades eram dadas ao povo, à tribo, à região e não a um grupo (HALL, 2006).

A globalização afeta a maneira de entender a cultura nacional, de modo que as coisas podem ser redefinidas ou modificadas a cada momento, devido ao contato direto dos sujeitos que vivem no território nacional com culturas diversas, advindas de origens distintas.

As identidades alimentares culturais são fruto da história, podendo ou não estarem ligadas a situações geográficas, devido a transitoriedade dos insumos por meio dos povos ao longo dos séculos. A definição de uma identidade se cria a partir de práticas do passado porque este é o fim do percurso conhecido até então. O fato é que, o povo conserva uma identidade no dia a dia, reproduzindo-a repetidas vezes, mas sua definição continua sendo considerada o fim do percurso, porém jamais imutável devido a condição de impermanência, como tudo no mundo (MONTANARI, 2013).

O Instituto Chão Caipira (2016) enfatiza que "uma sociedade que não valoriza a sua própria cultura, que desconhece sua história, seus saberes originários, não tem identidade. Está fadada a ser oprimida ou ainda violenta, pois o indivíduo não se reconhece como parte do todo". O simples fato de conhecer a história dos antepassados, respeitar os saberes e fazeres dos antigos, traz para o indivíduo um sentido de importância e pertencimento com seu território, consciência de que as escolhas individuais afetam a construção do que permanece no futuro.

Para Santos (1994), o território é um espaço socialmente construído e historicamente determinado, manifestado pela resistência dos diferentes autores sociais. E cada ponto do espaço, torna-se importante devido a utilização e inúmeras funções que pode representar. O Mercado Municipal de Caçapava se apresenta como um elemento de relevância na história da cidade, na identidade de seus habitantes. De acordo com o Instituto Chão Caipira (2016),

Passar pelo Mercadão de Caçapava pode se tornar uma saudável volta aos costumes de antigamente. Principalmente aos sábados, quando aparecem os pequenos produtores rurais do município. Tanto é o movimento que fora do prédio centenário foi construído um galpão, e mesmo assim já sobram bancas pelas ruas laterais (INSTITUTO CHÃO CAIPIRA, 2016).

O território é um espaço organizado em torno de uma identidade coletiva, pois é produzido pela ação humana, envolvendo fatores diversos, como os culturais. O mercado municipal é um espaço de

A era digital e suas implicações sociais: Desafios e contribuições

manifestação dessa identidade, pois ele reúne produtos típicos, tradições locais e memória coletiva dos seus frequentadores, podendo ser pessoas que vivem próximo a região ou visitantes, que de tempos em tempos visitam esse espaço em busca de algo que muitas das vezes só encontram nesse espaço.

O mercado municipal de Caçapava foi fundado em 1873 e passou por diversas reformas e ampliações ao longo dos anos, a última foi em 1949 com direito a instalações com alvenaria de tijolo, piso de cimento e acabamento com revestimento de reboco. Ele foi construído com o objetivo de abrigar os feirantes que vinham da roça para vender seus produtos, como frutas, verduras e peixes. Com o tempo a diversidade de produtos e serviços foi crescendo, oferecendo também artesanatos, doces artesanais, doces típicos e praça de alimentação (CAÇAPAVA/SP HISTÓRIA, FOTOS E CAÇAPAVENSES, 2021).

Os mercados são lugares públicos que em geral compõem o cotidiano de trabalhadores e moradores de suas proximidades. São espaços com funções comerciais, culturais e de trocas de saberes. Sobre essa questão Lefebvre (2006, p. 36) diz,

Cada um sabe do que se trata quando se fala de uma "peça" num apartamento, da "esquina" da rua, da "praça", do mercado, do "centro" comercial ou cultural, de um "lugar" público etc. Essas palavras do discurso cotidiano discernem, sem os isolar, espaços e descrevem um espaço social. Elas correspondem a um uso desse espaço, portanto, a uma prática espacial que elas designam e compõem.

Continuando, Lefebvre (2006) apresenta os diversos sentidos que a palavra mercado apresenta e as redes em que os mercados podem se concretizar, como o mercado local, o mercado das mercadorias, dos trabalhos, dos símbolos e muitos outros. O autor (2006) afirma que o mercado se materializa nas cidades por meio de edifícios apropriados, sendo um espaço urbano heterogêneo e anisotrópico, cheio de diferenças. Segundo o autor (2006, p. 130) "O espaço social e sobretudo o espaço urbano aparecem, a partir de então, em sua multiplicidade, comparável àquela de um "folheado" (a do doce denominado "mil-folhas"), bem mais que à homogeneidade-isotropia de um espaço matemático clássico (euclidiano-cartesiano)". Muitas camadas, pode-se entender como as diversas manifestações que ocorrem, como resistência, criatividade, diversidade. A centralidade dialética é criada pela interação entre as pessoas e o espaço urbano, envolvendo sua produção e reprodução, suas relações sociais, resultando em um significado real.

Para Villaça (2001), há uma pequena diferença no objeto estruturador dos conceitos de espaço urbano e intraurbano, sendo que o primeiro se refere a algo mais amplo, as relações das cidades com o território nacional e internacional, enquanto o espaço intraurbano foca em como a sociedade organiza o espaço e como ocorrem as relações sociais na mesma. É no espaço intraurbano que acontece a reprodução da força de trabalho.

Desta forma, entende-se que os mercados municipais são lugares inseridos no espaço urbano permanentemente, participando ativamente da organização interna das cidades em suas relações sociais e espaciais. É neste espaço que as pessoas têm a possibilidade de adquirir alimentos e diversos produtos regionais como os doces artesanais.

Segundo Halbwachs (1990), o conceito de memória coletiva constitui um repositório abstrato de informações referentes a uma comunidade, grupo ou lugar que se constitui a partir de memórias individuais em seu processo de interação social, ou seja, lugares como o Mercado Municipal preservam a identidade e história de uma coletividade.

O box 42 da barraca da tia Vilma faz conexão com o conceito de memória coletivo mencionado por Halbwachs (1990) por meio dos seguintes pontos: a) representam uma tradição familiar que remonta a 1909, sendo a bisavó da proprietária a primeira a iniciar no ramo; b) são feitos com ingredientes naturais com preparo adquirido através do modo de saber-fazer; c) são vendidos no Mercado Municipal de Caçapava, que é um local de encontro dos moradores e uma atração para os visitantes, além de ser um patrimônio cultural e histórico da cidade e d) despertam a memória afetiva aos caçapavenses que os consomem há tanto tempo.

Esses pontos mostram como o box 42 da barraca da tia Vilma é um exemplo vivo da memória coletiva da cidade de Caçapava e como ele contribui para preservar as tradições e identidade da cultura local. Manter tradições vivas, que transpassam gerações pode ajudar na construção e manutenção da memória coletiva da população de Caçapava, bem como, para a valorização e preservação de sua identidade e história. A identidade criada por um grupo social está intimamente ligada ao seu território,

A era digital e suas implicações sociais: Desafios e contribuições

por ser o espaço delimitado para sua manifestação e desenvolvimento, podendo ser atribuído a ele diversos sentidos e significados, a partir da maneira pelo qual é percebido.

Para complementar a ideia de território, o autor Lefebvre (2006) define o território como sendo um espaço produzido pela ação humana, que envolve três dimensões: o espaço concebido, o espaço percebido e o espaço vivido. O espaço concebido é o espaço planejado e projetado pelos agentes dominantes, como os urbanistas, os arquitetos e os políticos. O espaço percebido é o espaço praticado e experimentado pelos usuários, como os moradores, os trabalhadores e os consumidores. O espaço vivido é o espaço representado e simbolizado pelos sujeitos, como os artistas, dozeiros, entre outros.

Conclusão

Levando em consideração os aspectos abordados neste artigo, entende-se que o Mercado Municipal atua como um ambiente de trocas sociais para a população local, tendo importância devido ao trabalho e singularidade de cada produtor, que em muitos casos planta, transforma e vende seu produto artesanal nestes espaços. O Mercado une e representa uma vasta diversidade cultural em níveis de alimentação, trabalho e sociabilidade.

Os dados apresentados neste artigo resultam de uma pesquisa inicial referente a uma Dissertação em andamento, que visa analisar as correlações entre a culinária tradicional e a manutenção do patrimônio cultural imaterial, tendo como estudo de caso, os doces artesanais da tia Vilma na cidade de Caçapava-SP

Neste primeiro momento, conclui-se que o modo de saber-fazer de doces artesanais pode representar ou reforçar a identidade e a ligação com o território regional de um povo de várias maneiras. Sendo elas: 1. Pelo próprio valor que a prática de transmissão do modo de saber-fazer de geração em geração dos doces artesanais pode expressar para seus produtores e consumidores, como expressar a história, a tradição e a memória; 2. Representar a diversidade, a riqueza e singularidade da cultura local através da identidade própria dos sabores, das origens dos ingredientes e dos nomes dos doces típicos; 3. Fortalecer os laços de pertencimento, de sociabilidade e de resistência dos sujeitos que se identificam com o doce artesanal, que valorizam o seu patrimônio cultural e 4. Contribuir para o desenvolvimento local, regional e nacional, gerando renda, emprego, turismo e reconhecimento para os dozeiros e suas comunidades, que estão a tanto tempo resistindo apesar de tantas mudanças devido ao fenômeno da Globalização.

Divulgar a história desta família que mantém a tradição com a transmissão do saber de geração em geração e comercializa os produtos que são fruto desta experiência há mais de um século é contribuir para sua preservação. Que para cada município brasileiro, possam existir pessoas que consigam ressignificar seus valores honrando os saberes do modo de saber-fazer um doce, no resgate de tradições culturais tão importantes para a formação da identidade, não só dessas pessoas, como do próprio território.

Referências

BARTH, Fredrik. **Etnicidade e o conceito de cultura**. Antropolítica, Niterói, n. 19, p.15-30, 2. sem. 2005.

CAÇAPAVA/SP HISTÓRIA, FOTOS E CAÇAPAVENSES. **Mercado Municipal de Caçapava**. Caçapava, 04 out. 2021. Facebook: caçapavasphistóriafotossecaçapavenses. Acesso em: <https://www.facebook.com/fotosantigascacapava/posts/pfbid02pnp7TPyg1snayFptTCxQDLqdrTUbE4is5rNcZpWB78B3S2SLjdHz7p3Pxz5wAL1QI/>. Acesso em: 05 jun. 2023.

CASCUDO, L. D. C. **História da alimentação no Brasil**. 4 Ed. São Paulo: Global, 2011.

DOCES CASEIROS TIA VILMA. **DOCES CASEIROS TIA VILMA**, 2018. Facebook: lojadedocesdatiavilma. Disponível em: <https://www.facebook.com/docescaseirostiavilma/>. Acesso em: 02 jun. 2023.

A era digital e suas implicações sociais: Desafios e contribuições

GALVÃO, J. **Ingredientes para uma confeitaria brasileira: reflexões para uma nova confeitaria**. 1. Ed. São Paulo: Companhia de Mesa, 2021. p. 10.

GIDDENS, A. **The Consequences of Modernity**. 1 Ed. First Cambridge: Stanford University Press, 1991.

HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. Trad. Editora revista dos tribunais Ltda do original: La mémoire collective. 2 éd. Paris: Presses Universitaires de France, 1968). São Paulo: Centauro, 1990.
HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11 Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

INSTITUTO CHÃO CAIPIRA. **Caçapava**, 2016. Disponível em:
<http://www.chaocaipira.org.br/cidades/cacapava>. Acesso em: 01 jun. 2023.

INSTITUTO CHÃO CAIPIRA. **Cultura Caipira**, 2016. Disponível em: www.chaocaipira.org.br. Acesso em: 01 jun. 2023.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Patrimônio Imaterial**, 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/234/>. Acesso em: 30 maio 2023.

LEFEBVRE, Henri. **A produção do espaço**. Trad. Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins do original: La production de l'espace. 4 éd. Paris: Éditions Anthropos, 2000. Primeira versão: início fev. 2006. p. 36 e 130.

LOWY, Michael. **O que é o ecossocialismo?**. 2 ed. São Paulo: Cortez, 2014.

MONTANARI, M. **Comida como cultura**. 2. Ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2013.

SALDANHA, R. M. **Histórias, lendas e curiosidades da confeitaria e suas receitas**. 1 ed. Rio de Janeiro: Ed Senac, 2015.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado, fundamentos teórico e metodológico da geografia**. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 1994.

VILLAÇA, F. **Espaço intra-urbano no Brasil**. 2 ed. São Paulo: Studio Nobel: FAPESP Lincoln Institute, 2001.

Agradecimentos

O presente trabalho contou com o apoio de diversas pessoas, dentre as quais agradeço:
Aos professores, orientadores e colegas de classe, que durante o semestre me acompanharam e contribuíram com admirável conhecimento.

À UNIVAP, Coordenação e Direção do curso de Gastronomia e a Fundação Valeparaibana de Ensino (FVE) pela oportunidade, incentivo e apoio financeiro, me concedendo uma bolsa institucional, nesta jornada acadêmica.

À minha família, que acredita em mim mesmo quando eu não consigo mais acreditar, especialmente a minha filha Luana que completa seus lindos 2 anos de vida este ano, é tudo por você.