

ROÇA, UMA MARCA REGISTRADA: O PROCESSO DE VALORIZAÇÃO DO RURAL NA SOCIEDADE BRASILEIRA

Lidiane Nunes da Silveira
Ana Louise de Carvalho Fiúza
Douglas Mansur da Silva
Rennan Lanna Martins Mafra

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa analisou os usos e significados do termo roça expressos nas marcas de produtos e serviços presentes no mercado brasileiro, entre os anos de 1960 e 2014. Partiu-se da premissa de que, a depender do contexto social, o uso do termo roça pode carrear uma valoração simbólica positiva ou estigmatizada. A pesquisa analisou, o termo roça, como uma categoria de uso nativo, operada simbolicamente entre os grupos sociais para classificar pessoas e bens (BOURDIEU, 2013). Partiu-se do pressuposto de que o uso e os significados atribuídos ao termo roça, no Brasil, poderia revelar mudanças e permanências acerca da representação do “campo”, enquanto espaço físico, e do “rural”, enquanto modo de vida, indicando, implicitamente, a dinamicidade da relação campo-cidade e rural-urbano em meio às transformações socioeconômicas do Brasil (ENDLICH, 2010).

O marco teórico utilizado na pesquisa permitiu a elaboração de três hipóteses acerca dos significados do termo roça, nos diferentes contextos da sociedade brasileira: 1) o uso da categoria roça entre atores de diferentes posições e contextos sociais, até meados dos anos 1980, acentuava as tradicionais assimetrias historicamente instituídas na sociedade brasileira, cumprindo a função demarcatória de reproduzir as relações vividas em tempos pretéritos; 2) o uso da categoria roça, pós anos 1980, nas marcas de produtos e de serviços, flexibiliza as fronteiras demarcatórias das hierarquias sociais, amenizando as diferenças instituídas na sociedade brasileira, ao criar identificadores fluidos em relação às posições sociais de

consumidores e produtores, bem como ao transvestir o campo, enquanto espaço físico, e o rural enquanto modo de vida, com a imagem espetacularizada de um campo-urbanizado, revelando novos usos e sentidos para o rural na cultura brasileira 3) esse arrefecimento do uso da categoria roça para demarcar assimetrias sociais na sociedade brasileira relaciona-se tanto a fatores externos quanto a internos. Dentre os fatores externos, destacam-se, entre outros, a emergência de discursos oriundos dos movimentos e das políticas voltadas à sustentabilidade e à conservação ambiental e a identificação de um papel preponderante do campo nessa empreitada, bem como aos processos de revalorização do rural como alternativa de vida às condições sociais da modernidade tardia e do pós-productivismo (ABRAMOVAY, 1994). Quanto aos fatores internos, destacam-se aqueles ligados ao contexto de redemocratização da sociedade brasileira pós-1988, caracterizado pelas conquistas sociais das camadas mais pobres, inclusive, no campo, por meio de um conjunto de políticas sociais.

O marco teórico que norteou a pesquisa se circunscreveu às discussões acerca das representações de campo e de rural mediante as principais mudanças que caracterizaram o período pós-productivista. A literatura consultada aponta uma tendência em curso de revalorização do campo, enquanto espaço físico, e do rural, enquanto modo de vida, relacionadas à conservação ambiental, ao lazer, ao turismo, às práticas de agricultura alternativas ao modelo convencional productivista e à ressignificação dada às culturas locais e a produtos alimentares tradicionais. (CARNEIRO, 2012; ENTRENA-DURÁN, 2012; JEAN, 1989; LAMINE, 2015; SILVA, 1997; VEIGA, 2006; WILKINSON, 2008).

As ressignificações da categoria roça foram verificadas a partir do seu uso histórico, na formação colonial brasileira, quando esteve ligada à produção de mantimentos em diferentes contextos e ciclos produtivos (OLIVEIRA, 2012), a sua abordagem nos estudos do campesinato no Brasil, quando o termo passou a ser associado à lavoura camponesa, destinada à produção para o autoconsumo e circunscrita às pequenas propriedades (MOURA, 1978). Alguns estudos recentes a respeito deste termo apontam seu caráter pejorativo, (SANTOS, 2006; RIOS, 2011), enquanto outros

já revelam processos valorativos do termo roça, como Carvalho e Sabino (2013). A proposição que orientou o exame da segunda hipótese, a respeito de um processo de valorização do campo e do rural expresso no uso da categoria roça associada à produção e ao consumo de produtos e serviços, baseou-se na possibilidade de que ideais como tradição (LIFSCHITZ, 2011), romantismo (ELIAS, 2001), nostalgia (WILLIAMS, 2011) e culto à natureza (THOMAS, 2010), associados à crítica ao modelo da sociedade ocidental moderna (SILVA, 2009), estariam engendrados em tais processos de resignificação da roça.

2. METODOLOGIA

Diante da constatação de uma tendência crescente de marcas de produtos e serviços com o termo roça, no Brasil, a partir dos anos 1980, investigou-se o conjunto de solicitações de registro de marca com a palavra no período entre 1960 e 2014, no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). A amostra coletada continha 325 marcas com o termo roça que foi analisada utilizando-se de estatística descritiva e análise de conteúdo de frequência, léxico-sintática e categórica, seguindo-se as orientações de Bardin (1977).

Realizou-se também trabalho de campo aplicando-se 70 questionários semiestruturados e entrevistas a produtores, distribuidores e consumidores de produtos e serviços com a marca roça, no Brasil. Os questionários foram aplicados a alguns produtores/distribuidores utilizando-se um formulário eletrônico, conforme os procedimentos de e-surveying (VASCONCELLOS; GUEDES, 2007); a distribuidores e consumidores no Mercado Central de Belo Horizonte e a produtores e consumidores participantes do 4º Festival de Gastronomia e Cultura da Roça, na cidade Gonçalves, ambas em Minas Gerais. Os dados coletados nos questionários e entrevistas foram analisados por meio de estatística descritiva, análise de conteúdo categórica, com base nas orientações de Bardin (1977) e com a utilização do software NVivo e análise textual com auxílio do Software Alceste.

O Festival de Gastronomia e Cultura da Roça, de Gonçalves, foi escolhido por se constituir num epifenômeno da categoria roça e ser representativo dos usos e significados desta categoria que circulam naquela cidade. Este município possui uma população rural de 72,4% dos seus 4.220 habitantes¹ e tem se tornado um atrativo turístico na região da Serra da Mantiqueira, no Sul de Minas Gerais, construindo parte do seu capital turístico em torno do conceito de roça. O Mercado Central é considerado um dos pontos turísticos e comerciais mais procurados de Belo Horizonte, possuindo cerca de 400 lojas de varejo, com diversos tipos de produtos, alguns típicos do estado e de outras regiões do país², entre outros, marcadamente rural. De acordo com Filgueiras (2006, p. 133), o Mercado, no imaginário dos consumidores belo-horizontinos, é visto como um espaço onde as práticas de comércio ainda são tradicionais e “parecem da roça”.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise descritiva das solicitações de registro de marcas, no INPI, revelou que entre 1965 e 1984 o número de pedidos com o termo roça foi bastante reduzido, aumentando gradativamente a partir de 1985, de forma que a metade dos procedimentos se concentrou a partir de 2005. Também se efetuou uma busca pelos sites destas marcas na Internet, tendo sido identificados 162 delas, presentes em todas as regiões do Brasil, todavia, com uma maior concentração na região Sudeste.

O principal ramo de atividade que fazia uso do termo roça como marca foi o de alimentos, seguido pelo de bebidas, beneficiamento de alimentos, fumo, carvão vegetal, bioquímicos, maquinário agrícola, mobiliário, utilidades domésticas, vestuário e armarinho. A partir de meados da década de 1990 constatou-se o aumento de serviços que utilizavam a marca,

¹ Fonte: IBGE. Consultado em: <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmu n=312740&search=| |infoogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas e http://www.censo2010. ibge.gov.br/sinopse/index.php?uf=31&dados=29>. Acessos em: 13 de maio de 2015.

² Histórico do Mercado Central. Disponível em: <http://www.mercadocentral.com.br/pagina/historico>. Acesso em: 21 de maio de 2015.

principalmente, no ramo de negócios, gastronomia, turismo e entretenimento. Se no primeiro caso, até os anos 1980, a marca roça reproduzia os sentidos históricos relacionados à produção de alimentos no Brasil, a emergência de serviços com essa marca, a partir de meados de 1990, revela as transformações entre o campo e a cidade, revelando que o rural e o urbano, enquanto cultura, extrapola os seus espaços de origem.

A análise de conteúdo das marcas roça corroborou a hipótese de que esta categoria apontaria para uma revalorização do rural. O uso do termo roça, como marca, tendia a distinguir os produtos e serviços de seus correlatos. No caso da marca roça, notou-se a pretensão em destacar a procedência e a origem do produto ou serviço, especialmente nas duas primeiras décadas em que os nomes sugeriam a roça como sinônimo de campo e de rural. Com o aumento de solicitações de registro para a marca roça, em meados dos anos 1980, emergiram novos nomes que foram identificados com os ideais de natureza, romantismo-nostalgia e estilização. Entre 1995 e 2014, a diversidade de marcas roça se ampliou ainda mais, deparando-se com nomes que foram associados à ideia de tradição e às culturas mineira e caipira.

Já a análise de conteúdo das respostas dos produtores, distribuidores e consumidores de produtos e serviços com a marca roça, online, no Mercado Central e no Festival de Gastronomia e Cultura da Roça revelou que, para os produtores e distribuidores, o uso desta categoria teria um apelo tradicional, nostálgico e romântico. Para eles, o uso do vocábulo roça permitia associar o produto a uma produção artesanal, caseira e manual em contraposição aos produtos industrializados. Para os consumidores, a marca roça lhes suscitava representações ligadas à natureza. Constatou-se, assim, que tanto para os consumidores como para os produtores/distribuidores, a marca roça remetia a um produto natural, saudável, puro, mais saboroso, produzido por meio de práticas sustentáveis e sem a adição de agroquímicos.

Por fim, examinou-se o que significava o termo roça para os entrevistados/ respondentes, utilizando-se os softwares Alceste e NVivo. Constatou-se como os principais significados de roça 1) a lavoura, associada à produ-

ção e ao consumo de alimentos, fruto do trabalho da agricultura familiar, especialmente, entre os produtores de Gonçalves; 2) como sinônimo de campo 3) remetendo à cultura rural, como um modo de vida próprio, marcado pela simplicidade; 4) como sinônimo de “interior” e de “cidade pequena”; 5) como expressão de natureza e romantismo.

4. CONCLUSÕES

Este trabalho identificou novos significados para o vocábulo roça que permitiram confirmar a hipótese de que haveria uma tendência em ressignificá-lo positivamente, especialmente por meio de uma associação entre o rural e a natureza. Observou-se que além do campo valorativo, o uso do termo roça como marca seria um indicativo de origem e procedência dos produtos para os quais o rótulo era completamente dispensável e indesejável. Na perspectiva dos produtores, distribuidores e consumidores, os produtos com a marca roça seriam classificados positivamente como naturais e artesanais em detrimento dos produtos industrializados. A classificação desses produtos e serviços pelos entrevistados envolvia os ideais de natureza, romântico-nostálgico e tradicional, conforme a proposição inicial da pesquisa.

Tais mudanças nos significados do termo roça coincidem com as transformações no campo a partir dos anos 1980, marcadas pelos questionamentos do produtivismo na agricultura, pelas preocupações ambientais e pela exploração do campo pelo consumo, por meio do turismo e do lazer. Algumas dessas mudanças tiveram ressonância no próprio mercado de produtos e serviços considerados da roça, tanto por serem considerados como artesanais e naturais, quanto pela emergência da gastronomia, do entretenimento e, mais timidamente, do turismo, após os anos 1990.

A pesquisa tornou evidente, portanto, o termo roça como uma categoria que permite elucidar várias facetas dos estudos sobre o rural no Brasil. Nesse sentido, o trabalho que se realizou não pretendeu abarcar todas as possibilidades de investigação que o termo roça pode apresentar, admitindo-se, portanto, suas limitações diante de uma gama de abordagens pos-

síveis. Aponta-se assim, como alguns dos entraves desta pesquisa, não ter sido possível verificar o alcance do uso do termo roça como sinônimo de campo e rural em todas as regiões do território brasileiro, tendo ficado o trabalho de campo restrito ao estado de Minas Gerais, ainda que os dados secundários obtidos no INPI revelassem a recorrência da marca roça em praticamente todas as regiões brasileiras. Como desdobramento dessa limitação, sugere-se a pertinência de verificar os usos e significados do termo roça em outros contextos sociais, a luz da perspectiva da hierarquização social/revalorização, permitindo generalizar os achados nesta pesquisa.

Apesar de tais limitações, espera-se que esta pesquisa possa contribuir com um novo campo investigativo sobre o rural brasileiro, relacionado ao uso de categorias como o termo roça. Espera-se também, no campo da Extensão Rural, que a pesquisa possa colaborar com a elaboração de mecanismos e estratégias de valorização do rural e com o desenvolvimento e aperfeiçoamento de saberes e técnicas que resultem em novas oportunidades de ocupação e renda para as famílias rurais. A título de exemplo, como o campo dos produtos alimentares tradicionais identificados nessa pesquisa associados ao termo roça, valorizados e valorados por um nicho de mercado formado por consumidores das camadas médias urbanas.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. A dualização como caminho para a agricultura sustentável. *Estudos Econômicos*, São Paulo, v. 24, n. especial, p. 157-182, 1994.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70/ LDA, 1977.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. 2. ed. rev. Porto Alegre: Zouk, 2013.
- CARNEIRO, Maria José. *Ruralidades contemporâneas: modos de viver e pensar o rural na sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Mauad X/FAPERJ, 2012.
- CARVALHO, Maria Cláudia da Veiga Soares; SABINO, César. Comida natural: o consumo neorromântico da roça visto da cidade grande. In: FER-

- REIRA, Francisco Romão, et. al. (Org.). *Alimentação, consumo e cultura*. Curitiba: CRV, 2013, p. 15-29.
- ELIAS, Norbert. *A sociedade de corte: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- ENDLICH, Ângela Maria. Perspectivas sobre o urbano e o rural. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; WHITACKER, Arthur Magon. (Org.). *Cidade e campo: relações e contradições entre urbano e rural*. 2. ed. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2010, p. 11-31.
- ENTRENA-DURÁN, Francisco. La ruralidade en España: de la mitificación conservadora al neorruralismo. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, Bogotá, n. 9, v. 69, p. 39-65, jul./dez., 2012.
- FILGUEIRAS, Beatriz Silveira Castro. *Do mercado popular ao espaço de vitalidade: o mercado central de Belo Horizonte*. 2006. Dissertação (Mestrado em Planejamento Urbano e Regional) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro - RJ.
- JEAN, Bruno. La question rurale: la ruralité et sa sociologie. In: Dossier: Sociologie rurale, sociologie du rurale? *Recherches Sociologiques*, Louvain, v. XX, n. 3, 1989.
- MOURA, Margarida Maria. *Os herdeiros da terra: parentesco e herança numa área rural*. São Paulo: Editora Hucitec, 1978.
- LAMINE, Claire. Sustainability and resilience in agrifood systems: reconnecting agriculture, food and the environment. *Sociologia Ruralis*, Florence, v. 55, n. 1, p. 41-61, jan. 2015.
- LIFSCHITZ, Javier. *Comunidades tradicionais e neocomunidades*. Rio de Janeiro: Contracapa, 2011.
- LIMA, Deborah Magalhães. *A construção histórica do termo caboclo: sobre estruturas e representações sociais no meio rural amazônico*. Novos Cadernos NEAE, Belém, v. 2, n. 2, p. 5-32, dez. 1999. Disponível em: http://repositorio.ufpa.br/jspui/bitstream/2011/3125/1/Artigo_ConstrucaoHistoricaTermo.pdf. Acesso em: 14 fev. 2013.
- OLIVEIRA, Marcelo Almeida. As roças brasileiras, do período colonial à atualidade: caracterização histórica e formal de uma categoria tipológica. *Varia História*, Belo Horizonte, v. 28, n. 48, p. 755-780, jul./dez.,

2012. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104--7752012000200013&script=sci_abstract&tlng=es. Acesso em: 19 jun. 2015.
- RIOS, Jane Adriana Vasconcelos Pacheco. *Ser e não ser da roça, eis a questão!:* identidades e discursos na escola. Salvador: EDUFBA, 2011.
- SANTOS, Fábio Josué Souza dos. *Nem “tabaréu/oa”, nem “doutor/a”:* o/a aluno/a da roça na escola da cidade: um estudo sobre identidade e escola. 2006. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade do Estado da Bahia, Salvador – BA.
- SILVA, Gislene. *O sonho da casa no campo:* jornalismo e imaginário de leitores urbanos. Florianópolis: Insular, 2009.
- SILVA, José Graziano da. *O novo rural brasileiro.* Nova Economia, Belo Horizonte, n. 7, v. 1, p. 43-81, mai. 1997.
- THOMAS, Keith. *O homem e o mundo natural:* mudanças de atitudes em relação às plantas e aos animais (1500-1800). São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- VASCONCELLOS, Líliliana; GUEDES, Luís Fernando Ascenção. E-surveys: Vantagens e Limitações dos Questionários Eletrônicos Via Internet no Contexto da Pesquisa Científica. Apresentação realizada na X SEMEAD, FEA-USP, 2007. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/Semead/10semead/sistema/resultado/trabalhosPDF/420.pdf>. Acesso em: 01 jun. 2014.
- VEIGA, José Eli. *Nascimento de outra ruralidade.* Estudos Avançados, São Paulo, n. 20, v. 57, p. 333-353, 2006.
- WILKINSON, John. *Mercados, redes e valores:* o novo mundo da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.
- WILLIAMS, Raymond. *O campo e a cidade:* na história e na literatura. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

Agência Financiadora da Pesquisa: CAPES.

Banca: Ana Louise de Carvalho Fiúza, Douglas Mansur da Silva, Rennan Lanna Martins Mafrá, Leonardo Civalé, Luciano Rodrigues Costa, Frederico de Mello Brandão Tavares.