

A CAJUÍNA EM DOIS MOMENTOS DO PROCESSO DE MODERNIZAÇÃO DO PIAUÍ¹

May Waddington Telles Ribeiro²
Maria do Carmo Veloso³

RESUMO: O artigo discorre sobre a sutil diferença entre dois momentos da modernidade, flagrados em uma pesquisa sobre uma bebida tradicional piauiense enquanto patrimônio imaterial. Os rituais de hospitalidade, com seus valores de civilidade e distinção que atribuíam significado à bebida na virada do século XX, eram pautados na diferença entre cada garrafa servida e marcavam a inclusão da sociedade local no processo nacional. No segundo momento, veem-se processos de regulamentação que buscam padronizar e controlar suas características para promover a inclusão no mercado mundial massificado. Se no primeiro são as diferenças que consolidam identidades que se imbricam para formar um conjunto social, no segundo, o mercado busca marcadores identitários para agregar valor cultural a produtos, destruindo-os, simultaneamente, por meio da padronização. Refletindo sobre o processo de registro como patrimônio imaterial, encontrou-se um dilema na relação da potência da bebida enquanto geradora de identidade local e o reconhecimento externo que recebe.

Palavras-chave: patrimônio, identidade, certificação, regulamentação, desenvolvimento, *anacardium occidentale*, caju, cajuína, Piauí.

CAJUÍNA, A TRADITIONAL DRINK IN TWO DIFFERENT MOMENTS OF PIAUÍ'S MODERNIZATION PROCESS

ABSTRACT: The present article analyzes a subtle difference between two moments in the modernization process of Piauí - one of Brazil's poorest states - captured during research into Cajuína, a traditional local beverage, intended to make it a candidate for "intangible national patrimony." Hospitality rituals, with their values of civility and distinction, endowed meaning to the drink at the turn of the 20th century - guided by the unique quality of each bottle served, as they were produced by different families - and marked the inclusion of local society in the national process. In the second moment, regulation and certification processes aim to standardize these different characteristics in order to facilitate entry into the massive global market. If in the first moment, the differences are those that consolidate identities which connect to form a social body, in the second the market is looking for identity markers to add cultural value to products, whilst simultaneously destroying them through standardization. In questioning these assumptions in the process of registration as an "intangible patrimony", we find a dilemma between the power of the drink as a generator of local identity and the external acknowledgment that it receives.

Key-words: heritage, identity, certification, regulation, development, historical patrimony, *anacardium occidentale*, caju, cajuína, Piauí.

JEL Classification: O17, O31, Z1.

¹Este texto é resultado de uma pesquisa promovida pelo IPHAN, facilitada por bolsa do DCR-CNPq que possibilitou a mudança de uma das pesquisadoras para a região Nordeste. Este artigo se insere em um conjunto de textos que o complementam com análises etnográficas e históricas (WADDINGTON 2010a, 2010b). Registrado no CCTC, REA 04/2011.

²Antropóloga, Doutora, Universidade Federal do Piauí (UFPI) - Programa de Pós Graduação em Antropologia e Arqueologia, Teresina, PI, Brasil (e-mail: may.waddington@gmail.com).

³Antropóloga e Administradora, Mestre, Faculdade Santo Antônio, Teresina, PI, Brasil (e-mail: carminha.antropologia@gmail.com).

1 - INTRODUÇÃO

A cajuína é um “refresco” não alcoólico, consumido tradicionalmente entre famílias piauienses em um ato de degustação, o que a aproxima do vinho. Tradicionalmente servida em festas de aniversários e cerimônias de casamentos, a cajuína é o presente piauiense aos visitantes e aos parentes que se distanciaram da terra de origem. É ofertada com cerimônia, gelada e em copos de vidro, aos visitantes, nas antessalas e varandas das casas. O gesto aparentemente prosaico é sempre acompanhado de um momento de descanso e transição entre o calor de “fora” e a sombra de “dentro” da casa, no qual a familiarização com o novo ambiente ocorre. A conversa sobre a cajuína degustada implica comparação com outras e, na maioria das vezes, termina com elogios e manifestações discretas de orgulho por parte da produtora. Cada cajuína reúne um conjunto de características que o consumidor conhece e comenta, discorrendo sobre as diferenças quanto à doçura, cor, cristalinidade, leveza ou densidade que derivam tanto do tipo de caju usado como de modificações nas técnicas de uma determinada produtora de um ano para o outro. A cajuína está, assim, inscrita nos rituais e etiqueta de hospitalidade piauiense, na mesma tradição de doces, biscoitos e outros saberes prendados cultivados para o abastecimento do lar no Nordeste.

A bebida adquire cada vez mais importância simbólica para a população piauiense como um marcador identitário. Isso levou a Superintendência do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) no Estado do Piauí a elaborar, em 2009, um dossiê para subsidiar a decisão do Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural no processo de registro do modo de fazer cajuína como patrimônio imaterial, a pedido da Fundação de Cultura do Estado em conjunto com a Cooperativa de Produtores de Cajuína. O processo se insere no esforço das instituições envolvidas na política de salvaguarda cultural, em criar as condições de preservação dos

bens processuais e dinâmicos, enraizados no cotidiano e representativo de diferentes grupos formadores da

sociedade, aos quais o tombamento (antes) não se aplicava. Ao viabilizar a inclusão de bens culturais que referenciam a identidade, a ação e a memória de outras camadas sociais, até então marginalizadas nesse processo, o registro contribui para a democratização da política pública de construção e reconhecimento do patrimônio cultural, de qualquer natureza (ALVES, 2008).

A tarefa, de acordo com o estipulado pelo sistema do Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC) (ALVES, 2008)⁴ que procura atender aos Artigos 1º e 2º do Decreto n. 3.551/2000 da constituição, consistia em mapear os principais centros de produção, levantar documentação, registrando em áudio e vídeo entrevistas e dados históricos e antropológicos do modo de fazer a cajuína, que comprovassem sua produção há pelo menos três gerações, sua relevância para a formação da identidade regional, em especial (mas não exclusivamente) a identidade piauiense, seu enraizamento no cotidiano das comunidades e sua vitalidade como prática ou vivência cultural coletiva. A identidade local com a bebida é visível em nomes de ruas, bares, eventos esportivos, oficinas mecânicas e elétricas, projetos e eventos universitários, tendo sido coroada pelo Projeto de Lei que estabelece a cajuína como bebida oficial do Estado, e o decreto do governo estadual que determina que deva ser servida nos eventos e reuniões oficiais. Tratava-se, na ocasião em que foi posto o desafio, sem dúvida, de um emblema de pertencimento local. Restava-se compreender aquilo a que pretendiam pertencer aqueles que com ela se identificavam, o que intermediava tal inserção e como era produzida essa identidade, assim como o próprio sentimento de pertença que a mesma gerava.

No entanto, a atividade tradicional de produção da bebida adquiriu perspectivas de produção em escala industrial, diante de condições de possibilidade gradualmente construídas e que são, agora, articuladas institucionalmente. Após décadas de sucessivos desenvolvimentos tecnológicos promovi-

⁴A superintendência do IPHAN optou por uma pesquisa qualitativa que se aproximava da metodologia do Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC), embora não baseada em formulários e questionários (ALVES, 2008).

dos pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) e financiados pela Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene) e Banco do Nordeste do Brasil (BNB) (1970-1990), o Estado do Piauí se transformou no maior produtor de castanha de caju do Brasil, deixando grande excedente de pedúnculos carnosos, os pseudofrutos do caju, não aproveitados. Há uma explosão de demanda no mercado mundial por bebidas naturais e funcionais, ao mesmo tempo em que a globalização confere valor agregado a apelos regionais, pautados na identidade cultural. Novos agentes econômicos, institucionais, técnicos, políticos e de fomento se inserem no universo tradicional da produção da cajuína, compartilhando esforços e gerando grande expectativa de geração de renda e animada cooperação entre produtores. Enquanto o governo do Estado fomenta a compra da bebida para merendas escolares, a associação de produtores luta por financiamentos mais adequados. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) identifica, no Estado do Piauí, as condições de possibilidade da transformação dessa bebida tradicional em uma indústria de grande porte, capaz de atrair investimentos externos. Articulando diferentes setores da sociedade, estimula a cooperativa de produtores a participar de feiras; contribui para resolver gargalos de produção, como a compra de garrafas; articula pesquisas tecnológicas entre a universidade, bancos e empresários maiores; e promove o processo de denominação de origem pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Esse processo impõe medidas de padronização do produto relativas à cor e doçura, controladas a partir do tipo de caju utilizado (nativo ou clonado) e tempo do cozimento, assim como normas de boas práticas que permitam os registros junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA).

Tais iniciativas introduzem inovações que visam atender às condições de massificação e regulação que o mercado exige, privilegiando ações – tais como a identificação de origem geográfica – que levam à padronização das características de cor e doçura da bebida, a preferência pelo uso de cajus clonados e métodos de produção e boas práticas que

tendem a erradicar justamente as diferenças ressaltadas na dinâmica da degustação e que contribuem para conformar a sociabilidade local e a identidade piauiense.

O confronto entre as perspectivas com as quais foram lidadas permitiu a constatação de que diferentes significados são atribuídos à qualidade da bebida, tanto para diferentes segmentos da sociedade piauiense (elite que se estabeleceu a partir de meados do século XIX e os assentados da reforma agrária que começam a produzir agora) como entre a sociedade local e os agentes institucionais que pretendem estimular a atividade geradora de renda voltada para o mercado externo.

Essa constatação levou à reflexão sobre dois momentos do processo de modernização com dinâmicas diferenciadas, nos quais a lógica da distinção socialmente integradora é substituída pela lógica da massificação padronizada. No final do século XIX, na medida em que os topos das pirâmides de redes familiares com excessiva autonomia perante o Estado deixavam seus enormes domínios territoriais, passando a conviver em Teresina⁵, capital do Estado do Piauí, a bebida serviu como emblema distintivo de cada família que passava a tecer a sociedade urbana e nacionalizada⁶. Nesse cenário, a diferença entre a cajuína de cada família acentua sua distinção, reforçando a assimetria que estimula a dinâmica geradora de solidariedades através dos rituais de hospitalidade que se perpetuam pela eterna dívida que se estabelece (MAUSS, 1974). Na virada do século XXI, com a organização dos mercados em escala global, tais distinções são preteridas em prol de uma padronização voltada para o mercado externo. Esta análise histórica e antropológica revela, nas inovações tecnológicas sugeridas pelos processos de certificação e regulamentação a que têm

⁵Uma capital planejada, construída em 1852, para onde se deslocaram representantes das famílias proprietárias de terras de todo o Estado, além de uma multidão de retirantes das repetidas secas.

⁶O processo civilizador através do qual esses grandes potentados cediam sua autonomia ao projeto de um Estado-nação envolve, como os ensina Norbert Elias, “a introjeção do nojo e a adesão à etiqueta, cedendo à agressividade autônoma e própria ao Estado”.

sido expostos os produtores, deslocamentos profundos tanto nos sítios de construção desses valores (antes internamente estabelecidos e agora ditados pelo mercado externo) quanto nos seus sentidos.

2 - O BEM

A cajuína é uma bebida não alcoólica, feita a partir do suco do caju separado do seu tanino através da adição de um agente precipitador⁷ em um processo que recebe o nome técnico de clarificação e que é chamado pelos locais de corte. A borra de tanino que se separa do suco forma camadas que foram coadores de pano, criando um poderoso filtro nos quais o líquido cortado é passado seguidas vezes até que esteja totalmente límpido e transparente. O suco clarificado e filtrado é, então, envasado em garrafas de vidro que são tapadas e cozidas em banho-maria, caramelizando seus açúcares e conferindo-lhes um tom amarelo-dourado, podendo então ser armazenada por períodos de até dois anos. As garrafas de cajuína são produzidas, normalmente em pequenas unidades familiares de fundo de quintal, sendo estocadas em quartinhos nos fundos das casas. A cajuína é um refresco classificado pelo Ministério da Agricultura como um alimento.

Mesmo contando com a participação de homens na produção, sejam membros da família ou empregados, as atividades são capitaneadas por mulheres e o produto muitas vezes recebe o nome dessas, aos quais são agregados títulos de distinção ou respeito (Cajuína Dona Dia, Dona Júlia, Dona Jesus, da Vovó, da Vovó Lia, etc). Dentre as qualidades valoradas pelas produtoras entrevistadas, um pouco acima do sabor e da cor, se posicionam aquelas que se referem à cristalinidade, pureza, higiene, limpeza, o cuidado e o talento feminino de “mulheres prendadas”. Esses valores atribuídos à bebida são transferidos à família e ao lugar de origem: a cajuína de Dona fulana, a cajuína de Valença, a cajuína de Amarante.

Os dados da pesquisa indicam que, da forma como existe hoje, a cajuína vem sendo produzida desde o final do século XIX, mas em maior quantidade, no Piauí, a partir da década de 1920, atingindo um auge na década de 1940. O advento dos refrigerantes fez a produção e o hábito de consumo da cajuína se retrair, havendo uma retomada e valorização significativa do costume a partir da década de 1970. No entanto, a grande maioria dos consumidores de cajuína se surpreende com esses dados, acreditando que a cajuína seja muito mais antiga.

As garrafas de cajuína atualmente são vendidas, mas eram tradicionalmente servidas aos visitantes ou dadas como presentes. Em especial, eram destinadas aos visitantes ou aos “filhos-da-terra que retornam à casa”⁸ depois de longos períodos fora do Estado por motivos diversos (estudos, emprego no serviço público, migração, etc). Além das visitas ilustres, eram servidas para amigos e parentes e no almoço das famílias, mas especialmente em festas de aniversário, casamentos e outras celebrações. Foi apresentado o Projeto de Lei n. 034/2000, do dia 15 de maio de 2000, que propunha a instituição da cachaça e a cajuína como bebidas oficiais do Estado do Piauí (não chegou a ser votado devido ao falecimento de seu proponente). A 15 de maio de 2008, o Decreto n. 13.068 declara o modo de fazer da cajuína de relevante interesse cultural.

Inserida dentro de rituais de hospitalidade de um povo que atribui a si próprio a qualidade de ser hospitaleiro, o ato de servir a cajuína reforça vínculos de reciprocidade, tecendo redes de sociabilidade de forma que pode ser compreendida dentro do sistema do dom de Marcel Mauss, no qual a circulação de dádivas e contradádivas gera uma sucessão de obrigações mútuas que estabelece vínculos de sociabilidade. A hospitalidade, ao pressupor a dádiva inicial e sua continuação na contradádiva, instaura uma força integradora de múltiplos aspectos morais, religiosos, econômicos e sociais. Dessa forma, as obrigações geradas pela hospitalidade são infinitas, nunca equilibradas, fazendo com que cada

⁷Originalmente, a resina do cajueiro, durante muitas décadas a cola de sapateiro e, atualmente, a gelatina em pó.

⁸Entrevista em vídeo concedida à May Waddington e Maria do Carmo Veloso por R.N. Amarante, maio 2009.

protagonista esteja sucessivamente preso à troca de forma alternada e assimétrica em equilíbrio dinâmico (MAUSS, 1974). Hóspede/visitante e anfitrião convertem-se mutuamente em personagens de um ritual que se desenrola continuamente, perpetuando-se nessa alternância de papéis, tornando-se uma força motriz de reelaboração, atualização e expansão de vínculos sociais.

Norbert Elias mostra a relação entre a etiqueta e a inserção em um universo no qual as forças feudais locais são integradas ao Estado através da institucionalidade que conforma a modernidade⁹. A expansão da cajuína na vida social piauiense, no início do século XX, coincide com um momento de forte inserção de grupos familiares com grande autonomia militar e econômica no projeto nacional. Esse processo foi altamente facilitado pela urbanização da capital planejada, Teresina, na qual se instituíam rituais de etiqueta que, de acordo com Elias, minimizam a agressividade e instauravam a sociabilidade republicana e cívica (ELIAS, 1994, p. 16).

A sociedade piauiense se plasmou sob violentos conflitos interétnicos e disputas entre oligarquias, em um quadro de aguda clivagem social. Palco de violentos combates e atividade de apresamento de índios até finais do século XVIII, cujos especialistas nessa atividade – fossem sesmeiros ou seus prepostos – abriram o campo para a pecuária. Tratava-se de uma região caracterizada como um grande corredor de passagem entre a Amazônia e o litoral leste, no qual grupos indígenas passavam em suas migrações sazonais ou históricas, que se apresentou como um rico seleiro de nativos para a escravização indígena por mamelucos paulistas ou por ricos colonos fundadores como aqueles da Casa da Torre, no Estado da Bahia (MARTINS, 2002). Com o estabelecimento dos

interesses coloniais na sede da Província do Grão Pará e Maranhão, o etnocídio se ampliou visto que a região precisava ser “limpa” de forma a permitir a comunicação e transporte até os Estados da Bahia e Pernambuco.

A modernização se inicia, ainda no período colonial, pela organização da sociedade em redes familiares extensas pautadas pelo casamento legítimo, garantindo a transmissão da terra. Depois de um longo tempo de resistência, rebeldia e renitência aos apelos da coroa, quando a adesão ao projeto embrionário do Estado Nacional finalmente ocorre, após forte investimento da coroa na promoção da institucionalização, os postos da administração pública foram monopolizados por membros destas redes familiares (BRANDÃO, 1995). Assim, elite agrária – ela mesma composta por grupos de parentesco dispostos em rede – se especializa no serviço público, desenvolvendo grande competência na circulação e trânsito nas redes político-institucionais nacionais.

Tais redes familiares, fortemente solidárias e capazes de garantir alguma segurança a seus membros contra as intempéries e a escassez, com o tempo, agregaram valores católicos que se refletiram em uma ética mariana relativa ao papel da mulher (CASTELO BRANCO, 2005). Ao longo desta pesquisa, o pertencimento a tais grupos de parentesco se desdortinou como o principal elemento constituinte da identidade piauiense, o cenário formador da cultura na qual a cajuína se insere e circula. Essa sociabilidade em rede se estende além das fronteiras locais por meio de familiares, como estudantes ou funcionários públicos, que se encontram em outros Estados. Sem se desfazer ou desprender dos vínculos com as redes de origem, seus membros preservam os sentimentos de solidariedade e a reciprocidade nas obrigações para com familiares e conterrâneos. Mesmo morando fora, cumprem o papel de aliados e articuladores nas cidades onde vivem. É nessa rede – e não entre os migrantes nordestinos pobres, situados nas periferias das grandes cidades brasileiras – que a cajuína circula sóbria, saudável e higiênica, como um emblema de pertencimento a um Piauí pacificado, civilizado, integrado ao Estado Nacional

⁹O comportamento civilizado está estreitamente inter-relacionado com a organização das sociedades ocidentais sob a forma de Estados.

A questão é: de que forma a sociedade extremamente descentralizada de princípios da Idade Média (na qual numerosos guerreiros de maior ou menor importância eram os autênticos governantes do território ocidental) veio a transformar-se em uma das sociedades mais internamente pacificadas, mas externamente belicosas, que chamamos de Estados? Que dinâmica de interdependência pressiona para a integração de áreas cada vez mais extensas sob um aparelho governamental relativamente estável e centralizado? (ELIAS, 1994, p. 16).

– e mais recentemente, com pretensões de inserção no sistema mundo¹⁰.

Descortinou-se, nos valores fortemente marcados de cristalinidade, pureza e higiene, os elementos simbólicos no modo de fazer cajuína tradicional, que marcam o afastamento do grupo social das condições associadas à rusticidade do contato com a natureza em direção à civilização, no início do século XX. Seguindo as pistas de Mary Douglas, identificamos tanto na bebida como em sua forma de consumo, a afirmação de pertencimento a um Piauí que se distanciava daquele dos tempos de guerra – afastado dos perigos representados pelas manifestações coletivas, com uso de bebidas alcoólicas, dos povos indígenas dizimados. Sendo um conhecimento restrito ao bloco da elite (ou classe média oriunda da classe detentora de terras no Estado), produz uma gama maior de significados produtores de identidade para este grupo. Esta pesquisa revelou que a população excluída desse bloco, embora ainda detenha a memória e conhecimento sobre bebidas alcoólicas feitas a partir do caju derivadas do conhecimento indígena, não compartilhava – até recentemente – do conhecimento ou das condições de possibilidade de produção ou consumo da cajuína. A cajuína não é, portanto, foco dos mesmos significados entre essa população que, só tantos séculos depois, em uma segunda onda de modernização por meio da reforma agrária e das políticas de geração de renda, passam a se aproximar do universo de produção da bebida.

2.1 - Invenção ou Tradição?

Assim que foi iniciado o trabalho, surgiu um questionamento da cajuína como bebida piauiense, pois um produtor industrial cearense¹¹ enviou

¹⁰Conforme as entrevistas demonstraram, a cajuína viaja pelas mãos de parentes alcançando regiões longínquas e contribuindo para aumentar o orgulho das produtoras (algumas cajuínas chegam aos Estados Unidos, França, Holanda, Alemanha, mas a maioria chega a Brasília e São Paulo, Rio de Janeiro e em menor quantidade a Recife, Belém, Curitiba e outras cidades brasileiras).

¹¹O Sr. Fernando Furlani, ativo empresário produtor de cajuína no Estado do Ceará, informado da contratação da pesquisa

às autoras um capítulo de um livro publicado pela Prefeitura de Maracanaú, município da grande Fortaleza, reivindicando ao Ceará a invenção da cajuína. De acordo com esse texto, no final do século XIX o farmacêutico e escritor Rodolfo Teófilo aplicara o método de pasteurização em banho-maria a uma bebida regional, permitindo assim que fosse estocada por mais tempo (SOMBRA, 1997). Esse dado passou a ser intensamente debatido pela equipe, cujos membros piauienses compartilhavam da memória coletiva da cajuína como sendo um costume que “sempre existiu” na região, “desde os tempos mais remotos”, compartilhando a surpresa e até indignação que a informação causava entre todos os entrevistados.

Embora a cajuína exista em outros Estados do Nordeste (Ceará, Maranhão e Rio Grande do Norte), é no Piauí que seu universo assume maior complexidade através da produção, do consumo familiar e de seus rituais de hospitalidade eivados de simbolismo, desempenhando relevante papel na afirmação da identidade local. Menos do que a localidade da origem da cajuína, tratava-se de discutir os significados associados a esta origem. Mesmo assim, a dúvida se apresentava: seria a cajuína um invento datado, ou uma bebida derivada das beberagens indígenas, portanto, tradição desde tempos imemoriais?

O material levantado sobre o complexo cultural da cajuína¹² forçou a reflexão sobre a tradição

pelo IPHAN, tomou a iniciativa de procurar as autoras, se preocupando em evitar que fosse feita alguma reivindicação de exclusividade da cajuína enquanto piauiense. Convidou-as a estender a pesquisa ao Ceará, o que não foi possível por falta de condições financeiras. Ele assina, em conjunto com técnicos da Universidade Federal do Ceará (UFC), alguns estudos científicos sobre a cajuína que ajudou a financiar.

¹²Embora reconheça-se que a fruta, o caju, apresente um complexo produtivo que encompassa a cajuína e a supera, incluindo também a produção de castanhas, doces, sendo atualmente utilizado em ração animal e outras formas de processamento industrial, o objetivo das autoras limitou o alcance da pesquisa à cajuína. Especialmente depois da investigação concluída, acredita-se que a inserção da cajuína entre fazeres prendados, como a produção de doces caseiros e licores, comporia um interessante recorte que aprofundaria as descobertas dessa pesquisa. Defende-se nesta pesquisa, no caso do Piauí, a ideia de complexo cultural da cajuína, visto que a prática de sua beberagem envolve os ritos de hospitalidade e a integração social das famílias de elite do Estado na fase inicial de modernização.

enquanto um processo dinâmico e de mão dupla, que associa a cultura local aos processos externos com os quais interage, dentro da constante integração que constitui a modernidade. Esse movimento em mão dupla talvez explique porque foram acumulados fortes indícios em duas direções opostas: tanto da antiguidade da cajuína como da ausência de referências à mesma até recentemente. Enquanto os dados etnográficos demonstravam existir famílias que produziam cajuína há três gerações ou mais¹³, a pesquisa bibliográfica apresentava a total ausência da bebida na literatura regional ou memorialista, eivada de referências aos hábitos e às especificidades dos costumes locais, até a década de 1970. A coincidência de datas entre o início das ocorrências destes registros literários e o sucesso da música de Caetano Veloso¹⁴ em homenagem a Torquato Neto não deixavam dúvidas quanto à contribuição dessa referência para a maior generalização da identificação local com a bebida. Esse processo se intensifica agudamente quando uma jovem e bela piauiense é selecionada para participar do programa Big Brother Brasil versão 2008, e passa a ser conhecida pelo

¹³As entrevistas só localizaram com segurança produtores que atestassem ou tivessem provas de que a cajuína era fabricada no Piauí a partir dos anos 1920. Na literatura local encontrou-se uma rica bibliografia fortemente marcada pelo desejo de estabelecer as especificidades da cultura local, pelo menos por enquanto, não se conseguiu encontrar referências à cajuína até a década de 1970, na qual ela passa a figurar como verbetes em livros sobre o Piauí, culinária ou turismo, principalmente (ou em referências secundárias, como o nome de uma mula no romance cearense “Adjutório”). Uma explicação para a propagação quantitativa da bebida, conforme depoimentos colhidos, indicam que as próprias condições de existência da bebida se fizeram presentes com mudanças tais como o surgimento de garrafas, a introdução da técnica de cozimento em banho-maria, entre outras.

¹⁴Além de ter se constituído como um dos sucessos musicais deste importante compositor da MPB, a letra dessa música se tornou foco de estudos linguísticos, por parte devido à sua estrutura em redondilhas que se assemelham às rendas de bilro nordestinas (WISNIK, 1996, p. 191-219) entre outros fatores, representando um dos poemas mais estudados de Caetano. Assim, a notoriedade da música se associa a ideia de “qualidade literária”, enquanto que o fato de ter sido feita em homenagem ao falecido poeta Torquato, um dos fundadores do movimento tropicalista, provoca entre os piauienses, referências às possibilidades de inserção no panorama cultural nacional, frustradas pelo suicídio.

Brasil inteiro como “Gisele Cajuína”¹⁵. Esses fatos indicavam que quanto mais a cajuína é reconhecida externamente enquanto produto que representa o Piauí, em um processo de retroalimentação identitária, a sociedade batiza suas avenidas, lojas, bares, fundações, cursos, eventos e programas estudantis enquanto se prepara para exportar um produto eivado de suas características locais, como agregação de valor econômico-cultural.

As referências de Redfield sobre comunidades camponesas como culturas compósitas, promovendo o sincretismo entre “grandes” e “pequenas” tradições (REDFIELD, 1969, apud VALLE, 2004a, p. 67-104) apontam o simbolismo da cajuína e dos ritos favorecidos pela bebida, como situados justamente na articulação entre os níveis local, regional e nacional. Nessa interseção da via de mão dupla, a bebida ganha relevância como fator gerador de identidade na medida em que a música de Caetano Veloso leva o nome de Teresina (associado à noção de cristalina¹⁶) ao mundo. Quanto mais externamente reconhecida é a cajuína enquanto produto local, mais ela significa para a identidade local: mais valor simbólico passa a ser atribuído à bebida e mais identidade ela produz, sendo assim mais reconhecida externamente por uma sociedade globalizada, cada vez mais sequiosa de características locais que agreguem diferenciais a produtos¹⁷.

Como definir teoricamente uma tradição?

¹⁵De acordo com entrevistas com produtores, a explosão recente da demanda pela bebida decorreu desse fato, provocando forte demanda comercial, advindas de Recife (PE) e Belém (PA). A jovem se tornou uma celebridade, localmente, e sua imagem foi contratada e usada em *outdoors* anunciando empreendimentos imobiliários, abertura de eventos, campanhas de *shoppings*, etc.

¹⁶Existirmos – a que será que se destina? / Pois quando tu me deste a rosa pequenina / vi que és um homem lindo e que se acaso a sina / do menino infeliz não se nos ilumina / tampouco turva-se a lágrima nordestina / apenas a matéria vida era tão fina / e éramos olhando-nos intacta retina / a cajuína cristalina em Teresina (Música Cajuína, de Caetano Veloso).

¹⁷Estudos que apontam para a valorização do local, na medida em que o mundo avança no processo de globalização, já apontam, há tempos, para um aprofundamento do desenvolvimento das forças produtivas que transpõem o processo de formação de valor para o nível da propriedade intelectual ou da cultura (SANTOS, 1997).

Será a continuidade histórica o critério primordial? Valle – trabalhando com rituais de reafirmação étnica com grupos Tremembé no Ceará – observa que na Antropologia o termo parece representar mais uma noção do que um conceito, referindo-se às manifestações culturais objetivadas (como a dança, vestimentas, etc) que possuem continuidade histórica, mas que sofrem constantes atualizações criativas inevitáveis, justamente por serem necessariamente vivenciadas socialmente, de forma que “não há possibilidade efetiva de não terem mudado” ao longo do tempo¹⁸ (VALLE, 2004b, p. 222). Além do mais, sabe-se que mesmo enquanto modelo consciente do passado, a tradição é

definida especialmente no presente a partir de elementos culturais compartilhados (...) (como) um aproveitamento singular de um repertório cultural que inclui uma variedade de elementos que são escolhidos ou preteridos a partir do critério de tradicionalidade (LINNEKIN, 1983 apud VALLE, 2004b, p. 223).

A partir do cruzamento desses referenciais teóricos tentou-se iluminar alguns dos problemas antropológicos com os quais se depararam na pesquisa sobre a cajuína. Por um lado e em uma determinada direção, o modo de fazer enquanto costume, apresenta uma antiguidade que se conseguiu comprovar com segurança de 80 anos no Piauí (com maior intensidade a partir da década de 1940, apesar de termos uma referência que nos leva ao Cel. Gil Nunes, no município de Amarante (PI), já fabricando, no final do século XIX, uma forma de cajuína clarificada pelo contato com o cobre, para servir aos vapores do Parnaíba)¹⁹. No entanto, o

¹⁸Valle aprofunda o argumento ao apontar a ambivalência entre convenção e tradição como derivando da sua constelação na agência. Cita também o lado artificioso da “tradição inventada” de Hobsbawn, que através de cerimônia e danças organizadas com o intuito de marcar a continuidade após mudanças sociais abruptas e agudas, marcam uma ligação com o passado, impondo-se por uma ideia de ancestralidade por vezes fabricada, vista por meio de significados de permanência e invariabilidade. Em contraposição a essas festividades da tradição inventada, Hobsbawn nos apresenta a noção de costume, como prática tradicional também em constante mudança (HOBSBAWN, 1984 apud VALLE, 2004).

¹⁹Na realidade poder-se-á problematizar bem mais a reivindicação de invenção por parte do Ceará, se houver referência a

imaginário atribuído ancestralidade muito mais remota, ao se falar da cajuína não apenas como originária do Piauí, mas como sendo algo que “sempre se fez” ou que é feito “há muitos séculos” na região²⁰.

Assim, tomando a memória coletiva ou social como algo que se constitui no presente a partir dessas referências passadas (HALBWACHS, 2004) em conformidade com necessidades e interesses presentes, foi preciso buscar quais eram, especificamente, os interesses ou necessidades que alimentavam tais representações de antiguidade do modo de fazer cajuína no Piauí atual.

2.2 - Segmentos Sociais

Ao se buscar a ancestralidade da bebida nas beberagens e cauinagens indígenas, parecia-se caminhar ao encontro de uma ausência. O Piauí era, até recentemente, o único Estado brasileiro onde, alegadamente, não existem mais índios. Apesar de haver produção acadêmica sobre a etno-história local, a população local pouco se reconhece – nas entrevistas que fizemos – como herdeira de uma cultura indígena, havendo, inclusive, uma declarada rejeição a essa identidade²¹. Mesmo encontrando o nome indígena “mocororó” em uma das etapas da produção da bebida, toda os valores atribuídos à bebida – tais como a pureza e cristalinidade – remetiam à civilidade segura das famílias católicas exten-

registros históricos do século XVII que já descrevem o cozimento do suco de caju em garrafas fechadas por comunidades nativas ou à fragilidades no próprio texto do livro apresentado como documento e cuja informação se disseminou com a ajuda do aparato de comunicação do Estado cearense, portais, páginas, notícias replicadas. No entanto, a utilização civilizada, asséptica e sóbria da cajuína parece mesmo ter migrado do Ceará para o Piauí, embora tenha florescido como consumo e modo de fazer gerando um complexo cultural neste último.

²⁰R., Amarante, maio de 2009; G. N., Amarante, maio de 2009; Seu H. Altos, outubro de 2008.

²¹Inversamente, mesmo que a produção acadêmica local dê menor peso à presença de escravos negros na formação social do Piauí do que indicam estudos recentes em torno da demarcação de terras quilombolas (SOUZA, 2009), nossos entrevistados reconhecem mais facilmente tal herança cultural.

sas, protegidas por uma ampla rede de parentescos e solidariedades entrelaçadas. Ao invés dos rituais de diluição do ego em cerimônias coletivas das festas indígenas com beberagem de cauim ou bebidas alteradoras de estado de consciência, a degustação cortês da cajuína se afastava cada vez mais do estado de natureza retratado por um Piauí perigoso, conquistado dos nativos a ferro e fogo, com seus conflitos apaziguados após a derrota dos povos indígenas brutalmente dominados e a subsequente inserção da sociedade dominante na modernidade, intermediada pelas instituições do Estado e da religião (DOUGLAS, 1966). Quanto mais compreendidos eram os símbolos de pureza e cristalinidade como representando a inserção de um segmento da sociedade piauiense na modernidade, mais descobria-se a clivagem radical dessa sociedade em dois blocos contrapostos: aqueles que se originavam das famílias detentoras de terra e os que se originavam dos grupos que não a detinham.

Com insistência, os dados etnográficos indicavam a predominância, em seus primórdios, da arte da cajuína entre membros da elite piauiense. Percebeu-se que dentre as categorias identificadas no início do trabalho²², eram as “senhoras da alta sociedade” que se consideravam detentoras e pioneiras no processo, se referindo à cajuína como “a champagne do Piauí²³” e como elemento de distinção social, servido em taças de cristal e bandejas de prata, em rituais como casamentos e aniversários. Além de maior tradição e antiguidade na arte de fazer cajuína, essa categoria atribuía maior carga de valores simbólicos à bebida, conforme pode-se ver abaixo.

Tanto nas viagens a campo como nas demais entrevistas em Teresina, percebeu-se que havia diferentes categorias de “senhoras” proprietárias de terra, nem todas “grandes senhoras”. É importante

esclarecer que por elite não identificou-se apenas os muito ricos e/ou portadores de elementos de distinção (alta sociedade), mas também segmentos empobrecidos dessas antigas famílias ou senhoras sitiantes, produtoras nos municípios do interior do Estado, em casas bastante simples, que se poderia classificar como sendo de classe média baixa. No entanto, eram sempre proprietárias. Assim, embora a condição de proprietária de terras determine a posição no bloco social que participou do processo modernizador do Estado, não implica diretamente a distinção “alta sociedade”, apresentando diferentes níveis de riqueza aparente, diferentes níveis educacionais e de distinção social.

Mesmo tais senhoras, que não se apresentavam como “grandes damas”, estavam também confortavelmente inseridas em uma situação de segurança fornecida pelo forte tecido familiar, sendo amparadas por suas próprias aposentadorias ou por vários filhos, netos, noras, (muitos dos quais empregados em cargos de menor escalão no serviço público como técnicos, policiais, etc) em uma família extensa, cujo raio de influência e solidariedade se estendia além das fronteiras do Piauí, e no qual o seu papel como produtora de cajuína era altamente valorizado.

Foram identificados produtores recentemente inseridos no modo de fazer cajuína de origem social diferente: os assentados que adquiriram terras através da reforma agrária também apresentaram a noção de ser a cajuína “coisa de rico” a que tiveram acesso apenas como empregados das famílias proprietárias ou após terem conquistado terra em assentamentos²⁴. Embora na atualidade a produção esteja se difundindo por outras categorias sociais como a dos assentados da reforma agrária, as produtoras pioneiras e tradicionais compartilhavam do pertencimento

²²Identificou-se senhoras da alta sociedade; senhoras proprietárias de terra ou sítios de classe média; uma professora solteira na cidade de Teresina; assentados da reforma agrária; novos atores profissionais liberais clientes do Sebrae que se introduziam na atividade através de cursos, muitos por ocasião da aposentadoria; empregados de sitiantes; empregados domésticos; além dos atores institucionais Sebrae/Emater/Embrapa.

²³Entrevista em vídeo concedida à May Waddington por G. M. em outubro de 2008.

²⁴Uma entrevista com uma assentada de 77 anos, em Altos, revelou sua visão da bebida não apenas como restrita aos ricos mas, entre estes, servida apenas aos idosos e convalescentes, visitas e em ocasiões especiais. A maioria dos entrevistados de origem rural pobre afirma só ter conhecido a cajuína depois de se estabelecer perto de alguma cidade ou com a intervenção de agentes públicos em assentamentos: “agora todos estão produzindo depois que dona Francisca passou por lá e ensinou (Emater)”. Entrevista concedida à Maria do Carmo Veloso por M. S. B. Altos, janeiro de 2009.

a um grupo de proprietários e patrões que gerenciavam empregados, moradores e agregados. Assim, o modo de fazer cajuína não se configurava – como era o caso das panelas de barro do Espírito Santo ou do tambor de crioula do Maranhão – como restrito a um grupo étnico ou difundido na forma de um saber popular vinculado a grupos que estivessem, de alguma forma, definidos fora da modernidade. Ao contrário, se origina no segmento social que se inseriu no projeto nacional modernizador, no início do século, ao abdicarem de sua autonomia econômico-militar aderindo às instituições de Estado.

Identificou-se as condições necessárias à produção como, por exemplo, a propriedade de terra onde houvesse cajueiros²⁵, o poder de compra de garrafas de vidro e a capacidade de financiamento do trabalho. Tais condições de possibilidade definiam a agência principal dentro das famílias proprietárias de terra e/ou abastadas, em um período em que a clivagem social era praticamente absoluta (“naquela época pobre era pobre mesmo (...) não tinha nem como comprar garrafas”)²⁶.

2.3 - O Locus

A historiografia local aponta para um longo processo de constituição das redes de famílias proprietárias que dominavam vastíssimas áreas de terra, concentrando tanto o poder militar como o econômico, renitentes em se juntarem ao projeto de construção do Estado Nacional através dos acenos da coroa com a distribuição de cargos e títulos (BRANDÃO, 1995). Embora se assemelhe à saga do território brasileiro em geral, o grande corredor de passagem entre a Amazônia e o litoral ocidental que compraz a região apresentava algumas especificidades importantes.

²⁵Essa característica também era reforçada pela atitude de um segmento específico (dos assentados) que parecia estar entrando na esfera da produção da cajuína na forma de uma conquista, resultado da reforma agrária: “Eu não seria o dono desse empreendimento se não fosse pela reforma agrária”. Entrevista concedida por C. em Altos.

²⁶Entrevista em vídeo concedida à May Waddington em outubro de 2008.

Os latifúndios eram ainda mais vastos, os primeiros sesmeiros ainda mais ausentes, o tempo muito mais longo para que as vilas fossem fundadas, e a autonomia dos potentados em relação à coroa mais radical. Em torno de 1700 se inicia um grande afluxo de imigrantes “homens-livres” que aumentam a população e os conflitos, assim como a ingerência da coroa através do sistema judiciário que dirimia tais questões. As oligarquias que se formaram entre 1600 e 1800 passaram a ter mais contato entre si e guerrear pelo território em cruentos episódios nas primeiras décadas do século XIX. Os vértices das pirâmides que compunham os grupos ligados aos mandatários finalmente se encontraram em convivência cotidiana e urbana com a construção de Teresina, em 1852.

Apesar de ser encontrado na literatura questionamentos teóricos sobre uma “falta de identidade” (VILHENA FILHO, 2003) oriunda do fato de Teresina ser uma cidade construída artificialmente e de forma planejada, parece haver – ao contrário – um papel especial que a cidade de Teresina desempenhou como constituidora da sociedade piauiense, precipitadora da “*idée existencial*” que confere unidade à “nação” piauiense moderna, formadora de sua identidade. Construída logo em seguida ao período de maior tensão e sangrentas disputas entre as oligarquias já constituídas, sua história confere ao povo piauiense um herói fundador (o jovem e ousado Conselheiro Saraiva) e um mito de passagem para novos tempos, representando a ruptura entre a superautonomia das famílias latifundiárias em relação ao Estado e a adesão ao programa do mesmo.

É bastante concreta a concentração do poder econômico e militar nessas redes familiares no Piauí colonial, assim como era muito claro e definido o “mercado nubente” que permitia a transmissão da posse da terra (BRANDÃO, 1995). Essas condições, associadas ao isolamento em que viviam as famílias, contribuíam para que, apesar da forte hierarquização da sociedade local, não houvesse tão grande demanda por práticas afirmadoras de prestígio ou rituais de distinção. Estando tanto o poder militar como o econômico claramente circunscritos aos potentados em seus domínios, a demanda pela hie-

rarquia com base no prestígio parecia não se impor. A historiografia local registra inúmeros comentários sobre a rusticidade, tanto das vilas quanto de seus mandatários, a miscigenação e a falta de fidalgos disponíveis para aceitarem os cargos com os quais o rei os queria honrar²⁷.

A partir da instalação de Teresina, os vértices das grandes famílias passaram a conviver e se reunir localmente, explodindo a demanda por prestígio, propiciando o surgimento de uma “alta sociedade” com fortes esquemas de autorreferência enaltecida do lustre social, em uma pequena Teresina “de apenas seis ruas de casas de alvenaria cercadas de casas de palha de arroz”, mas que “já nasce embriagada de si mesma”, com um exagerado número de autores memorialistas (QUEIROZ, 2006, p. 173)²⁸. O processo de educação para a vida cívica envolve a instituição de academias de letras e de ciências e a participação em “diversões civilizadas” acompanhadas de admoestações de editorialistas que criticam o mau comportamento de indivíduos em lavatórios ou à mesa (QUEIROZ, 2009), no afã de participar da *Belle Époque* que se constituía externamente. A recentíssima sociedade urbana piauiense se expõe, de forma acelerada, a novos tipos de socialização cívica, requerendo rituais de etiqueta que diminuíssem a agressividade e permitissem a convivência nos espaços públicos. Como parte fundamental do seu processo de modernização, a fundação de Teresina supriu a rede de relações de parentesco entre proprietários de terra tanto um *locus* quanto uma ima-

gem capaz de fazer com que se organizassem enquanto estamento. Os rituais de hospitalidade e suas dinâmicas de dom e contradom contribuíram para tecer a sociedade, fortalecendo vínculos, solidariedades e parcerias entre as diferentes redes familiares.

Constituindo-se como uma metrópole do sertão piauiense²⁹, até hoje a cidade é composta por representantes de famílias detentoras de terras em outros municípios para os quais viajam com constância. Enquanto a necessidade por distinção social se acirrou com a aproximação de membros dessas redes familiares nesse solo urbano e cívico da virada do século, a cajuína gradualmente se apresentou como emblema dessa distinção, circulando através de uma rede cada vez mais complexa de parentes e conterrâneos, com alcance cada vez mais abrangente pelo território nacional, carregando consigo o sentimento de pertencimento e os valores de pureza e cristalinidade vinculados à civilidade exercida nos rituais de hospitalidade piauiense.

Embora o conceito de elite aqui apresentado seja relativizado de forma a abarcar um segmento complexificado e amplo que o grupo inicial criou ao se estender e proliferar, verifica-se que não se perdeu a forte clivagem em relação a um “outro” segmento, de forma tão oposta que adotou-se, de empréstimo, o termo “blocos” para fazer referência aos dois segmentos (MARTINS et al., 2002). As entrevistas com as senhoras produtoras indicam que elas estabelecem claramente sua diferenciação em relação ao “outro bloco”, se referindo à categoria de empregados, moradores e agregados em uma genérica ter-

²⁷Mott (1985 apud BRANDÃO, 1995) cita o ouvidor Durão:

Não tem relógio, casas de Câmara, cadeia, açougue, ferreiro ou nenhuma outra oficina pública. Servem de Câmara uma das casas térreas do bairro sobre o que ocorre litígio. A cadeia é cousa indigníssima sendo necessário estarem os presos em troncos e ferro, para a segurança. A casa do açougue é alugada e demais cousa alguma. As casas da cidade todas são térreas, até o próprio palácio do Governo. Tem uma rua inteira, outra de uma só face e metade da outra. Tudo o mais são nomes supostos: o de cidade mesmo só goza o nome (MOTT, 1985 apud BRANDÃO, p. 66). Emissários do rei reclamando da falta de fidalgos a quem dispensar as honrarias e benesses que o rei pretendia distribuir na formação da capitania: “em convidar estes brutos para se candidatarem aos postos que S. Majestade os quer (ia) honrar (BRANDÃO, 1995, p. 40).

²⁸As autoras comentam um surto de ciúmes do seu principal memorialista, Arimatéia Tito Filho: “Teresina e suas instituições possuem, nos dias atuais, uns vinte mil historiadores, quarenta mil poetas”.

²⁹A maioria das senhoras entrevistadas que vivem em Teresina possuem terras em outras partes do Estado, sendo que uma minoria produzia a cajuína no entorno de Teresina ou mesmo dentro da cidade. Há também aqueles que residem temporária ou ciclicamente na cidade, em fases de educação dos filhos ou tratamentos de saúde. Outras mantêm uma parte da família no centro urbano mas passam grande parte do tempo nos municípios onde detêm propriedades rurais. Percebeu-se, também, ao pesquisar a disseminação do modo de fazer cajuína, o costume de visitas longas, ou temporadas nas quais parentes e contraparentes se visitam por períodos extensos. São pequenas especificidades que denotam uma forma de identificação com o território disposto em redes nos quais interesses “urbanos” e “rurais” se interconectam através da disposição de parentes nesse espaço, que mais tarde se prolonga pelo espaço nacional.

ceira pessoa do plural, seja através da atitude crítica (considerando-os preguiçosos ou incapazes de aprender ou de se organizarem para produzir) ou de posicionamentos benevolentes (são pobrezinhos, precisam trabalhar, o emprego na produção da cajuína os ajuda).

Na direção oposta, voltando-se ao “outro bloco”, que apenas conhece a cajuína a partir do papel de empregados, agregados ou moradores, compondo o segundo termo da equação que forma a sociedade piauiense enquanto

uma sociedade marcada por um grande distanciamento de dois blocos sociais distintos, por uma grande concentração de renda e por um ínfimo nível de vida para a maior parte da população (MARTINS et al., 2002, p. 83).

Esse outro bloco social, com seus vários elementos de mestiçagem (negros, índios, mamelucos, brancos livres), se constituiu através de um processo marcado pela violência, resistência e submissão, muito pouco identificado na memória local, como se esse passado precisasse ser deixado para trás para que se firmasse a ideia de uma sociedade moderna, civilizada, integrada ao sistema mundial. Só agora, como assentados, em função da reforma agrária e de políticas públicas de incremento de renda, começam a dominar as técnicas e condições de possibilidade para a produção da bebida cajuína.

D. A., por exemplo, é de origem simples, e alega que apesar de ter aprendido com sua mãe a fazer vinho de caju de forma muito tradicional, só conheceu a cajuína depois que se mudou para Altos, aos dez anos de idade. Lá onde morava, em Beneditinos (PI),

a gente não morava bem dentro da rua não... Lá as pessoas não faziam (cajuína) não. Começaram depois a moer, nos moedores bem pequenininhos, aquelas pessoas mais assim... nós mesmos que era mais pobre, não tinha nada, nem se chegava! Só a gente via, ouvia dizer, e às vezes olhava e via a cajuína feita. Mas depois a gente chegou aqui pra Altos (tinha cajuína em casa pra beber?) tinha não, minha filha (e na casa dos ricos?) eles guardavam, e era assim um alimento pras pessoas idosas que não faz mal, não é? (a senhora acha

que eles tomavam como alimento ou bebida?) Não, era só mesmo pra servir os amigos”³⁰.

Essa visão de uma pessoa pobre, pertencente ao “bloco dos despossuídos”, a respeito da cajuína, reforça a ideia do modo de fazer a cajuína tendo sido mantido pelas famílias de elite. No entanto, em meio a esse bloco, sobrevivem bebidas etílicas feitas a partir do suco do caju, que remetem às formas nativas, selvagens, naturais – ou perigosas, como nos diria Mary Douglas em “Pureza e Perigo” – como as beberagens indígenas substituídas pelas bebidas etílicas europeizadas, ou domesticadas através do refresco da cajuína³¹.

Tem-se aqui também a descrição da mãe de D. A. fazendo o vinho de caju de forma muito tradicional:

(Mamãe) fazia era vinho, apertava o caju e coava e botava empendurado lá numas galinhas de um pé de pau. Com uns oito dias a gente pegava e coava de novo. Fazia assim umas três vezes, de oito em oito dias, viu? Aí ficava um vinho, forte mesmo. Se beber ficava bêbado... eu era menininha, não tinha moinho nesse tempo. Aí coa num paninho, aí botava nas garrafas e aí botava uma tampinha pra não entrar... (inaudível)... Não tinha cortiça (na época). Qualquer tampinha, até mesmo um paninho amarrado numa pontinha da garrafa, atreadinho no sol, viu? Cada oito dias a gente coa, que a bicha já está corando. Depois de oito dias, três vezes oito são vinte e quatro dias. Com vinte e quatro, tá curada. Tá feito o vinho. Se a pessoa beber fica beba, minha filha. É mais forte que a cachaça.

Localizou-se um vínculo econômico estabelecido entre os dois blocos, no final do século passado, na cidade litorânea de Parnaíba (PI), que mantinha estreitas relações com as casas comerciais dos municípios de Belém (PA) e Fortaleza (CE). Uma senhora de 80 anos se recorda de sua mãe produzindo o vinho de caju para comerciantes locais, que

³⁰Entrevista concedida à Maria do Carmo Veloso, por D. A. em janeiro de 2009.

³¹Ver, em relação às beberagens indígenas e sua submissão ao controle ideológico e cultural dos portugueses, a brilhante tese de Fernandes (2004).

o revendiam aos membros mais abastados da sociedade:

P: A senhora conhece cajuína? MJ: Sei não, sei não. P: Sabe o que é? Nunca ouviu falar? MJ: Já ouvi falar, mas nunca vi não. P: O que que a senhora ouviu falar da cajuína? MJ: Só cajuína. Tem a cajuína, cajuína. Mas eu nunca vi...P: O que é que o povo faz com água do caju, faz alguma bebida? MJ: Faz, espreme o caju, adoça com rapadura, açúcar, bota para ferver... Enche a garrafa e fica bom... E gostoso. (Ri)... Bota açúcar e bota o vinho pra ferver, no panelão de vinho... Tinha as compradeira de vinho de caju... Aí nessas latas que vende querosene, na carreira de fogo... Da lata ia pra garrafa, depois tapa o litro e bota no sol para curtir. Depois a garrafa tinha máquina de botar rolha. Mas cozinha primeiro dentro da lata... Eu ainda não fiz não, mas minha mãe fazia muito... A finada Yayá, mulher do finado Borges Machado. Ela que era dona da máquina, compradeira de vinho pra fazer elixir e cozinhar... Bota pra curtir... No sol, a garrafa. Agora quantos dias não sei. Fazia bebida forte... Era pra gente rica. A finada Yayá do finado Borges era rica. Era rica do Catanduva (bairro que reunia as casas comerciais na cidade de Parnaíba)... Ficava muito forte. Ficava tapadinha quando destampava uma que já estava forte, o vinho fica vermelho, já tá curtido fica vermelho. P: Embebeda? MJ: Embebeda sim, pra quem não tem o costume de beber aquilo³².

Na medida em que ao Instituto de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater) e o Sebrae distribuem *kits* de produção de cajuína e promovem cursos entre assentados e pequenos produtores no interior, os significados atribuídos à cajuína por este segmento começam a ser construídos. Enquanto que percebem-se, entre o bloco oriundo da elite, algumas

afirmações de não ser a cajuína destinada ao mercado e sim para o suprimento familiar, para o novo bloco que adere à produção a geração de renda é a motivação principal, se orgulhando da condição de novos proprietários capazes de gerar riqueza.

O simbolismo de “inclusão” é reforçado pela reforma agrária e pelo conjunto de políticas públicas de distribuição de renda da última década, e a condição de possibilidade de produção da bebida não é vista como separada desse conjunto, como revelam as diversas falas de assentados que afirmam que “só possuo este empreendimento por conta da reforma agrária”³³. Mais revelador ainda desse sentimento de ruptura com um passado de exclusão, está a fala de nosso entrevistado de 85 anos, ex-empregado de uma produtora de cajuína no município de Água Branca (PI), em referência às políticas públicas dos últimos governos:

Quando eu era pequeno, ouvia minha mãe dizer que a roda grande ia entrar dentro da roda pequena, e não entendia aquilo. Mas entrou! Antigamente todo mundo era morador dos outros, tinha que pedir bênção Yayá, bênção Yoyô. E se não votasse em quem eles mandava era mandado embora! Preto não podia ir a qualquer lugar e mulher solteira só ia da cozinha pro quintal. Criei meus filhos passando fome. Pobre comia pior que cachorro come hoje. Hoje ninguém é mais morador, todo mundo tem sua casa própria. Todo mundo tem seu troco, sua aposentadoria, sua bolsa família... igualou! A roda grande entrou dentro da roda pequena³⁴.

Para essa categoria, a geração de renda com a produção da cajuína se apresenta como motivador principal. Resta observar quais os sentidos, significados e adaptações que esses novos atores darão à bebida na medida em que se apropriarem da mesma enquanto consumidores. Não será de se espantar que encontrem novos rituais e simbolismos, novas versões ou, inclusive, aplicações étlicas.

³²Entrevista em áudio concedida à May Waddington por Dona Maria José Figueiredo (nascida em 1929 na Ilha de Caiçara, Luis Correia (PI), 16 março 2009. Também tem-se indicações de que esse vinho era produzido pelo Cel. Nunes, em Amarante, às embarcações que trafegavam a partir desta cidade até Amarante - provável núcleo da produção da cajuína no Piauí. Outro documento histórico que inclui o vinho entre os produtos exportados, a partir de Fortaleza para a feira, é a lista de produtos exportados para a participação na Feira de Exportação (EUA, 1900). As casas comerciais de Parnaíba mantinham relações próximas, tanto com Belém no período da borracha, como com Fortaleza, núcleo exportador do vinho do caju de acordo com esse documento.

³³Entrevista em vídeo concedida à May Waddington por Chaves. Altos, outubro de 2008.

³⁴Entrevista em vídeo concedida à May Waddington e Maria do Carmo Veloso por Seu Antônio Rufino. Água Branca, maio de 2009.

3 - AS MUDANÇAS NO MÉTODO DE PRODUÇÃO

Ao se registrar as práticas envolvidas no modo de fazer, percebe-se que apesar de haver uma sequência uniforme e constante no que tange os procedimentos (coleta, esmagamento, prensagem, corte do suco, filtragem, envasamento, tapagem e pasteurização), havia uma grande variedade de implementos utilizados por cada família (prensas, moinhos, filtros, tonéis, máquinas de lavagem e envasamento, etc). As entrevistas com os produtores denotavam um elemento de valorização desses inventos, através da atitude de orgulho e das referências constantes e meritosas a quem as introduziu, de forma que a própria inventividade surge como uma importante contribuição ao processo de identificação regional.

Assim, os produtores tradicionais apresentam forte vocação para a inovação. No entanto, é justamente nas diferenças entre as inovações introduzidas pelos produtores artesanais e aquelas inovações propostas pelos agentes de desenvolvimento para a modernização e industrialização da produção, com vistas ao mercado externo, que residem as chaves para a compreensão do que a cajuína significa para a população piauiense envolvida na sua produção e consumo.

Existem alguns momentos na produção da cajuína a que se atribuem qualidades especiais, carregados de simbolismo e significados, talvez por serem momentos nos quais o controle total das condições é difícil³⁵: no momento da limpeza dos utensílios e dos frutos, surge a interdição principal, do contato com a água da chuva ou da torneira, sendo apenas permitido o contato com a água do caju (suco transparente e livre de taninos que escorre através da pele dos frutos, acumulando-se nas bacias); o momento crucial do processo de corte ou clarificação que é catalisado pela adição de um agente que

³⁵A análise detalhada dessas práticas e seus simbolismos será apresentada em outro artigo, mas apresentamos aqui dois desses momentos.

precipita os taninos, “coalhando” o suco³⁶.

Para o conjunto dos produtores de cajuína, principalmente aqueles tradicionais, o contato com a água que não seja a água do caju constitui uma interdição e é interpretada como uma mácula. Para D. N.: “Se chover, a gente não pode usar logo naqueles primeiros dias que choveu que ela (a cajuína) fica aguada, então aí atrapalha”³⁷. O fato de coincidir o período de extrema seca como sendo o momento em que os cajueiros apresentam seus frutos pode estar diretamente relacionado a essa interdição, baseada na crença de que se o caju tiver contato com a água irá “toldar” a cajuína (ficará opaca ao invés de cristalina) ou poderá “poldar” a bebida (formar um fungo que se acumula no fundo da garrafa como um pó branco)³⁸.

Os critérios de asseio estabelecidos pelas senhoras, mesmo cuidadosos e valorizados pelas mesmas, são bastante distantes do que a modernidade industrial e a ANVISA reconheceriam como corretos. O sol forte da época da seca colabora com a esterilização dos materiais usados. As senhoras lavam e secam bem seus filtros, põe-nos ao sol para quarentar, lavam as garrafas, limpam o moinho e a prensa após cada dia de trabalho. Alguns raros se referem à forração da área de trabalho com telas para impedir ciscos e abelhas, ou outras singelezas ao alcance de seus meios³⁹. O esmero na manutenção desse padrão de higiene pertence à esfera feminina de atividades de produção. Sendo uma qualidade atribuída à mulher pren-

³⁶Originalmente era usada a resina do próprio cajueiro, substituída por cola de sapateiro durante muitas décadas. Há cerca de 15 anos, introduziu-se a gelatina em pó, mais saudável e inodora, com essa função no processo.

³⁷Entrevista concedida à Maria do Carmo Veloso por Dona N. Teresina, novembro de 2008.

³⁸Outra indicação de que essa interpretação pode estar associada ao meio ambiente, é a observação de dona N.:

A minha (cajuína) é mais concentrada, o próprio sabor da cajuína. Mas acho que é porque lá (em Simplicio Mendes, município do Estado do Piauí) chove menos, o caju fica mais concentrado mesmo. Você vê que as frutas do semiárido, elas são mais saborosas do que aqui.

³⁹Operam essas práticas de higiene dentro de seus limites, sendo que alguns produtores, como o vaqueiro que vimos descer do cavalo, retirar sua gibeira e pendurá-la na mesma varanda onde o trabalho ocorria, lavar as mãos e se por a espremer cajus num moinho manual.

dada, inclui tanto a noção de carinho e cuidado, como a capacidade gerencial e a eficiência. É uma condição controlada que só é possível mediante a estruturação doméstica, elaborada no interior das casas, em oposição à vastidão natural do sertão, de forma representativa da oposição masculino/feminino tão apontada pela Antropologia. Dessa forma, a grande valorização da limpeza e da higiene entre os produtores mais tradicionais da cajuína se associa a um sentido de segurança fornecido pela estrutura familiar, centrada na figura feminina.

Em oposição a isso, os estudos encomendados à universidade pelas parcerias entre Sebrae, os produtores maiores e o Banco do Nordeste do Brasil (BNB), sugerem modificações que são consideradas radicais pelos produtores tradicionais: o uso de água clorada para lavar os frutos, prédios azulejados, pessoal uniformizado, etc. Os produtores de cajuína que já incorporaram a tecnologia incentivada pelo Sebrae⁴⁰ apresentam uma concepção associada à higienização moderna dos ambientes controlados, laboratoriais. Essas noções são construídas por meio da referência a algo que se localiza “fora” do lugar: deverão ser vistoriados e aprovados pela ANVISA, representante de um poder distante e central, de acordo com regras e normas que são decididas pela burocracia do Estado ou por um mercado que acolherá ou não o produto. Tais orientações são transmitidas por técnicos detentores de saberes adquiridos em um sistema também externo à tradição local⁴¹, e que se colocam de forma assimétrica em relação aos produtores locais sequiosos por essa modernização. Aquilo que é certo e que deu certo é estabelecido pelo sucesso comercial de empreendimentos ocorridos em um mundo distante. Essa ideia de su-

cesso é demonstrada pela projeção em telão, durante uma aula de marketing do Sebrae aos cooperados, que apresenta a palavra cajuína escrita com as letras estilizadas da Coca-Cola.

Embora ambos os produtores tradicionais, como aqueles orientados pelo SEBRAE valorizem a limpeza e higiene, para os primeiros a água natural interdita a água do caju tornando-a impura e comprometendo a cristalinidade da cajuína⁴², enquanto que para os segundos é justamente a lavagem com a água sanitizada que lhe confere o sentido laboratorial de higiene. No primeiro caso, a interdição simbólica inclui noções de comportamentos de harmonização com o meio, enquanto que o controle laboratorial se baseia em noções de guerra a agentes biológicos.

Existe uma grande diferença entre a água do caju, aquela que escorre límpida e cristalina da fruta nas bacias enquanto estão sendo descaroçadas, (livre do tanino presente na carne da fruta, como se a pele do caju estivesse desempenhando o papel de filtro) e o suco do caju triturado ou prensado junto com a polpa da fruta, que se apresenta leitoso e carregado desse tanino em suspensão. A água do caju permitida e utilizada na lavagem e higienização dos frutos é aquela que não sofreu a interferência direta da ação do homem, naturalmente limpa e cristalina. O que precisa ser cortado é o suco, que contém a massa ou o tanino do caju em suspensão e que se fosse deixado parado por longo tempo, eventualmente se separaria como se separou a água do caju do fruto. Assim, o ato de cortar envolve, então, a “precipitação” (no sentido de aceleração) de uma ação natural, sobre uma substância que sofreu a ação e a interferência do homem. Devolve-a ao estado de pureza natural através de uma interferência.

O corte se situa no limite entre a cajuína e o vinho de caju. Também chamado de água de caju,

⁴⁰O Sebrae articulou produtores, agência financiadora e universidade, para realizar uma série de estudos nos laboratórios da Universidade Federal do Piauí (UFPI) para o melhoramento do produto cajuína, nos quais uma das primeiras tarefas foi a comprovação científica de que o contato da água com o caju não seria prejudicial à cajuína. Averiguou-se que apenas aqueles produtores que foram formados pelos treinamentos feitos pelo Sebrae aderiram à lavagem com água clorada, e em pequeno número.

⁴¹Sobre a agência dos instrumentos mobilizados, ver Van Velthem (2007).

⁴²Talvez imbricada na mesma lógica mencionada por Fernandes dos períodos nos quais a água potável era de difícil obtenção, o que fazia com que os homens procurassem fermentar seivas que, alcoolizadas, seriam mais seguras para beber. Muitos grupos indígenas evitam beber água pura e associam o gesto à animalidade (um estado da natureza no qual a cultura não interveio) (FERNANDES, 2004).

muitos dos produtores se referem ao suco clarificado, depois de cortado e filtrado, com o nome indígena de mocoioró⁴³. Compartilhado entre aqueles presentes na atividade de produção, como uma espécie de raro prazer, sua durabilidade é mínima, visto que fermenta rapidamente, só existindo por um curto momento, clara e doce, adstringente, pronta para ser fermentada (no caso do vinho) ou caramelizada e amarelada pelo processo de pasteurização em banho-maria, caso se opte pela cajuína.

4 - CONCLUSÕES

A tarefa para qual esta pesquisa foi contratada visava, primordialmente, estabelecer as salvaguardas que permitissem a proteção e preservação do bem imaterial gerador de identidade nacional. Porém, ao invés de se deparar com um bem ameaçado pelo esquecimento e pela escassez de recursos, deparou-se com um bem imaterial sujeito a um excesso de atenção institucional. Enquanto a pesquisa deveria focar em uma forma artesanal de produção de um alimento que gera identidade cultural, encontrou-se grandes investimentos sendo feitos no sentido de transformar o modo de fazer da cajuína em um produto comercial de massa, capaz de, por um lado, gerar renda para a população pobre ou, por outro, divisas para a economia do Estado por meio de sua industrialização. Viu-se como os valores geradores de identidade no modo de fazer e de consumir cajuína se referem à pertença a um universo civilizado e pacificado, distanciado da rusticidade e aproximado da civilização. Viu-se também como, no Piauí, a forma de integração a esse universo moderno se deu por meio do pertencimento aos grupos familiares que se diferenciam e se entretenciam através dos rituais de distinção como aqueles favorecidos pela degustação da bebida. Assim, é a diferenci-

ação e diversidade nas qualidades de cada cajuína, dos implementos desenvolvidos por cada família, no capricho e na técnica de cada produtora artesanal, que geram os significados formadores de identidade no grupo que tradicionalmente produz a bebida.

O processo atual de modernização estabelece, como metas de inclusão no mercado nacional, diretrizes e parâmetros que se distanciam ainda mais profundamente daqueles elementos de rusticidade que foram sobrepujados pela modernidade. No início do século XX, a cajuína emblematizava a pureza civilizadora que afasta os civis do perigo (DOUGLAS, 1966) de um “estado de natureza” ou de guerra entre unidades autônomas que acabam por ceder sua autonomia em prol de um projeto de Estado Nacional (ELIAS, 1994). No estágio atual da modernidade, a padronização que erradica as diferenças é construída em referência a critérios estabelecidos por agências externas, fora do local, por um governo centralizado que intermedeia a relação com o grande mercado. A padronização elimina a diversidade promotora do processo de identificação. A padronização elimina a degustação, esgotando o assunto dos rituais de hospitalidade.

Interessantemente, flagrou-se essa contradição no discurso de um técnico da Emater, na medida em que ele usa o termo “padrão” no sentido oposto ao que pretende a ação institucional:

Fazer cajuína é uma arte porque fabricar cajuína não é pra todo mundo não. Ou faz cajuína bem feita, ou não adianta, porque não tem comércio para a cajuína mal feita. Compra-se a cajuína do seu Zé Manoel, ou compra a cajuína de Dona Eiró, é pelo padrão. Rapaz, conhece o padrão da cajuína da D. Eiró? Conhece. Na hora que ele toma um cajuína e vê que tá diferente já diz: “Rapaz essa cajuína não é a da D. Eiró, não”. Já liga pra ela e diz: “D. Eiró o que está acontecendo aí?” Tá certo? Porque mudou o padrão, porque muda mesmo. Às vezes de pessoa pra pessoa muda o padrão⁴⁴.

Na realidade, Seu Zé Manoel, técnico da EMATER há 23 anos no município de Água Branca

⁴³Além desta pesquisa ter registrado isso extensivamente, Gilmar de Carvalho já havia obtido esse termo de produtores de cajuína referindo-se à água do caju (CARVALHO, 2005). É diferente da bebida fermentada, como uma cerveja, pelos índios nordestinos como os tremembé. Ressaltamos que o mocoioró indígena pode ser produzido a partir de outros frutos.

⁴⁴Entrevista em vídeo concedida à May Waddington por José Manoel. Água Branca, outubro de 2008.

(PI), se situa dentro da lógica matricial da produção de cajuína, ao se referir à ideia de “padrão” no sentido inverso ao que a palavra representa para o conjunto de técnicos e agentes institucionais ocupados em preparar a bebida para ganhar o mundo. Localmente, o que interessa, de fato, é a qualidade que cada consumidor associa a um produtor específico, que é aquilo que se busca quando se procura essa cajuína. Enquanto Seu Zé Manoel acredita que cada produtor de fundo de quintal tem seu próprio padrão, os esforços do Sebrae em desenvolver padrões de cor e sabor para que a bebida possa ser lançada no mercado nacional vão contra essa ideia de diferenciação e especificidade de cada família, cada produtor.

LITERATURA CITADA

- ALVES, A. C. L. **Instruções do processo de registro de bens culturais imateriais**. Belo Horizonte: IPHAN/ EAD/DUO, 2008. (Curso patrimônio imaterial/Unesco).
- BRANDÃO, T. M. P. **A elite colonial piauiense: família e poder**. Teresina: Fundação Monsenhor Chaves, 1995.
- CARVALHO, G. **A doce alquimia do caju in artes da tradição: mestres do povo**. Fortaleza: UFC/UECE, 2005.
- CASTELO BRANCO, P. V. **Mulheres plurais; a condição feminina na primeira república**. Teresina: Bagaço, 2005.
- DOUGLAS, M. **Pureza e perigo**. São Paulo: Perspectiva, 1966.
- ELIAS, N. **O processo civilizador: uma história dos costumes**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994, v. 1.
- FERNANDES, J. A. **Selvagens bebedeiras, embriaguez, álcool, e contatos culturais no Brasil colonial**. 2004. Tese (Doutorado em História) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2004.
- HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2004. (Original publicado em 1950).
- MARTINS, A. S. et al. **Piauí: evolução, realidade, desenvolvimento**. 2. ed. Teresina: Fundação CEPRO, 2002.
- MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: MAUSS, M. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Edusp, 1974.
- QUEIROZ, T. **Do singular ao plural**. Recife: Bagaço, 2006.
- _____. **As diversões civilizadas em Teresina 1880-1930**. Teresina: Fundapi, 2009.
- SANTOS, M. Por uma geografia das redes. In: SANTOS, M. **A Natureza do Espaço**. São Paulo: Hucitec, 1997. p. 208-222.
- SOMBRA, W. **Rodolfo Teófilo: um varão benemérito da pátria**, Maracanaú: Ed. CG-SECT, 1997.
- SOUZA, S. **O INRC das comunidades quilombolas do Estado do Piauí**. Piauí: IPHAN, 2009. Mimeografado.
- VALLE, C. G. Experiência semântica entre os Tremembé do Ceará. In: OLIVEIRA FILHO, J. P. (Org.). **A viagem de volta, etnicidade, política e reelaboração cultural no nordeste indígena**. 2. ed., Rio de Janeiro: Contra Capa, 2004a.
- _____. Torém/Toré: tradições e invenção no quadro de multiplicidade étnica do Ceará contemporâneo. In: GÜNEWALD, R. (Org.). **Toré: regime encantado dos índios do nordeste**. Recife: Fundaj/Massangana, 2004b.
- VAN VELTHEM, L. H. Farinha, casas de farinha e objetos familiares em Cruzeiro do Sul (Acre). **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 50, n. 2, p. 605-631, dez. 2007.
- VILHENA FILHO, P. H. G. Em busca de uma identidade cultural teresinense, In: SANTANA, R. N. M. (Org.). **Apostamentos para a história cultural do Piauí**. Teresina: Ed. Fundapi, 2003.
- WADDINGTON, M. T. R. Ao Encontro de uma Ausência. In: REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA. 20. 2010. Belém. **Anais...** Brasília: ABA, 2010a.
- _____. A Cajuína Cristalina em dois diferentes momentos do processo de modernização do Piauí. In: CONGRESSO LATINO AMERICANO DE SOCIOLOGIA RURAL. 8. 2010. Pernambuco. **Anais...** Buenos Aires: ALASRU, 2010b.
- WISNIK, J. M. Cajuína transcendental. In: BOSI, A. (Org.). **Leitura de poesia**. São Paulo: Ática, 1996.

Recebido em 14/01/2011. Liberado para publicação em 31/05/2011.