

## A castanha “é” do Pará, da Amazônia ou do Brasil? Gastronomia, identidades e identificações no ciberespaço<sup>1</sup>

Thiago FAVACHO<sup>2</sup>

Andreza ALVES<sup>3</sup>

Tamiris MIRANDA<sup>4</sup>

Anderson OLIVEIRA<sup>5</sup>

Faculdade Estácio do Pará, Belém, PA

### Resumo

Neste artigo, partindo da polêmica gerada pela utilização da expressão “Castanha do Brasil” no programa *MasterChef*, da TV Band em agosto de 2017 em relação ao produto comumente conhecido como “Castanha do Pará”, discutimos o quanto processos de identidades e identificação e mesmo “defesa cultural” são expressos no ciberespaço. Sem o objetivo de “determinar” qual a origem geográfica, mercadológica ou ainda o melhor “predicado” para a castanha, realizamos aqui um diálogo entre Comunicação e a Antropologia Semiótica ou Interpretativa de Clifford Geertz, em especial através da utilização da netnografia como metodologia, para observação das interações sobre o tema pelo Twitter.

**Palavras-chave:** Castanha do Pará; Identidades; Defesa Cultural; Ciberespaço; Netnografia

### Considerações iniciais

A culinária brasileira é reconhecida mundialmente pela sua variedade e diversidade. De Norte a Sul, encontramos receitas que são particulares de cada região, seus temperos e seu

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ06 - Interfaces Comunicacionais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 22 a 24 de maio de 2018.

<sup>2</sup> Estudante de graduação do 8º semestre do curso de Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) da Faculdade Estácio do Pará. Bolsista na Linha de Pesquisa “Comunicação, Cibercultura e Antropologia”, no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) da Estácio. E-mail: [thiago.ibp@hotmail.com](mailto:thiago.ibp@hotmail.com).

<sup>3</sup> Graduada em Comunicação Social (Jornalismo), Estácio do Pará. Membro voluntária na Linha de Pesquisa “Comunicação, Cibercultura e Antropologia” no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) da Estácio do Pará. E-mail: [andrezaalves@hotmail.com](mailto:andrezaalves@hotmail.com).

<sup>4</sup> Graduada em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda). Foi bolsista na Linha de Pesquisa “Comunicação, Cibercultura e Antropologia” no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) da Estácio do Pará. E-mail: [tamirisferreiramiranda@gmail.com](mailto:tamirisferreiramiranda@gmail.com).

<sup>5</sup> Orientador e co-autor do trabalho. Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) e Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia (PPGSA-UFPA). Professor na Estácio do Pará e coordenador da Linha de Pesquisa “Comunicação, Cibercultura e Antropologia” (<http://blogdoentredes.wordpress.com>), no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) da Estácio do Pará. E-mail: [anderson.oliveira12@gmail.com](mailto:anderson.oliveira12@gmail.com).

---

modo de preparo fazem de cada uma delas algo único e, em alguns casos, chegam a ser consideradas “exóticas” pelo sabor singular. Tal panorama, sabemos, não para por aí.

A gastronomia, enquanto produção humana, também proporciona e incita uma série de (re)discussões acerca de formas de consumo e aspectos identitários. Neste sentido, observamos que os conceitos de cultura e identidade são cada vez mais passíveis de revisões no período contemporâneo. Isto ocorre não somente por uma profusão acadêmica de correntes e modos de compreensão, mas, principalmente, por inúmeras modificações que populações, hábitos, modos de representação e criação podem sofrer. Isto, como se sabe, nem sempre é feito de modo harmônico e muitas vezes carregam tensões e disputas por significados e ressignificações.

Indo além, sabe-se que nomear é algo que acompanha inúmeros processos de identificação e atribuição de sentidos. De forma estética, antropológica e obviamente comunicacional, ao darmos nomes a tudo tornamos as “coisas” mais próximas ou mais distantes de nosso vocabulário, nossas redes de relacionamento e nossas culturas.

Levando em conta este panorama, observamos aqui que a discussão identitária e cultural acerca da nomenclatura “Castanha do Pará”, “Castanha da Amazônia” ou “Castanha do Brasil”, que voltou à tona no ano de 2017, em especial após a exibição de três episódios do programa *MasterChef Brasil*, apresentado na televisão aberta pela Band. Apesar do fruto da castanheira ser nativo da floresta amazônica, há registros desde a virada do século XIX para o XX com o uso de sua terminologia “nacional”. Atualmente, ganhou força a expressão Castanha-do-Brasil<sup>6</sup>, como veremos de forma mais detalhada nas próximas páginas, com viés mais publicitário, mas que termina incitando rediscussões e negociações acerca dos termos e suas representações.

Discute-se aqui, então, a polêmica gerada após um episódio do mês de agosto daquele ano, onde a participante Deborah Werneck, finalista do programa, referiu-se ao ingrediente utilizando o termo “Castanha do Brasil”, ponto de partida para uma série de reações no ciberespaço, em que muito contribuiu também os comentários publicados pela cantora paraense Gaby Amarantos.

Nas batalhas *on line*, o que se observava era, de um lado, paraenses “defendendo” a nomenclatura “Castanha do Pará”, enquanto de outro, demais brasileiros e amazônidas utilizavam a terminologia “Castanha do Brasil” para identificar o fruto. Surge, então, mais que

---

<sup>6</sup> Ver mais sobre estas discussões em “Castanha do Brasil ou do Pará, quem dirá?” Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral/castanha-do-brasil-ou-do-para-quem-dira-imp-4692>>. Acesso em 10 de abril de 2018.

um questionamento sobre a origem geográfica (e a expressão que melhor denomina o produto), uma série de expressões e ressignificações no ciberespaço. O fruto passa a ter então uma importância simbólica e cultural fundamental para a manutenção de uma possível identidade regional, bem como ser um elemento intrínseco a ela que, se retirado, causará uma grande lacuna em seus “defensores”, como discutimos a partir de agora.

### **Percurso metodológico**

Para discutirmos melhor como tal embate foi travado, dialogamos com o campo antropológico para esclarecer conceitos e práticas culturais expressos na *web*, em especial através das redes sociais, mais especificamente do *Twitter*, em que as ações são quase sempre “em tempo real”, permitindo maior interação dos usuários. É justamente da Antropologia que levamos em conta o conceito de cultura que prevê “que o homem é um animal amarrado a teias de significados dos qual ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; por tanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura de significados” (GEERTZ, 2008 p.4).

Seguindo isto, realizamos então um diálogo entre Comunicação e Antropologia, em especial através de uma netnografia que, de acordo com Kozinets (1997), é uma metodologia que interpreta e investiga o comportamento cultural e de comunidades *online*, fundamentada na “pesquisa observacional participante baseada em trabalho de campo online. Ela usa de comunicações mediadas pelo computador como fonte de dados para chegar a compreensão e a representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunal” (KOZINETZ, 2014, p.61).

Deste modo, partindo da análise de *tweets* publicados sobre o tema, observamos que a utilização da netnografia é necessária para que compreendamos as relações no ciberespaço, onde várias “vozes” interagiram na discussão. Como nenhuma ação humana se desvincula do contexto cultural que o indivíduo está inserido, ela nos ajuda, então, a encontrar pistas e respostas para tais modos de comportamentos que foram observados nas interações.

Para Eduardo Viveiros de Castro (2002, p.114), “o nativo exprime a sua cultura em seu discurso; o antropólogo também, mas, se ele pretende ser outra coisa que um nativo, deve poder exprimir sua cultura culturalmente, isto é, reflexiva, condicional e conscientemente”. Tal processo também ocorre via internet e, no caso específico deste artigo, nos possibilitou a observação de tais conteúdos ao longo de um mês após o (re)início da polêmica sobre a nomenclatura ideal para a castanha, em que observamos publicações no Twitter de 22 de agosto a 22 de setembro de 2017.

## A castanha e sua trajetória de incertezas

A primeira descrição de informações técnicas sobre a árvore que produz a castanha foi descrita pelo geólogo Friedrich Heinrich Alexander, com ajuda do botânico Carl Sigmund Kunth, no início do século XIX, em uma viagem à Amazônia. Desta expedição surgiu o nome científico da castanheira *Bertholletia excelsa* (PACHECO e SCUSSEL, 2006, p.16). Anos depois, os Estados Unidos<sup>7</sup> passaram a consumir a castanha, sendo posteriormente chamada de *Brazil Nut* (“noz do Brasil”) na Europa, segundo José Jonas Almeida (2016, p. 06).

Após um período de auge e declínio no fim do século XIX e início do XX, durante a chamada *Belle Époque*, por muito tempo a castanha foi à principal fonte de renda das populações ribeirinhas do Estado do Pará, por meio do extrativismo. Atualmente os maiores produtores de Castanha estão nos estados da região Norte, sendo o “pódio” composto por Acre em primeiro lugar, Amazonas em segundo e Pará. No mundo, o maior produtor é a Bolívia, seguida do Brasil e Peru<sup>8</sup>.

Contudo, através da expansão do acesso à internet, observamos a evolução do processo em que gira em torno da questão cultural em relação a real origem dos alimentos: de um lado, temos uma população que passa a ter um posicionamento maior em defesa de tais questionamentos; de outro temos um público que está dividido em questionadores da nomenclatura usual e os indiferentes a tais assuntos.

Surge aí, por exemplo, a denominação “Castanha do Brasil” questionamento tem por base o fato de a castanha ser produzida em mais de um estado da região Norte, não estando restrita ao estado do Pará, surgindo então atos de defesa, principalmente pela população paraense que não aceita o fruto ser chamado de “Castanha do Brasil”.

## Os sabores e seus defensores

A gastronomia paraense é reconhecida nacionalmente pela originalidade na elaboração de seus pratos, que atraem e conquistam muitos turistas. Uma pesquisa do Ministério do Turismo, em 2017, revelou que a gastronomia paraense foi a mais bem avaliada

---

<sup>7</sup> Saiba mais em “Livro relata como a castanha ganhou fama mundial”: <<http://jornal.usp.br/ciencias/ciencias-humanas/direto-da-amazonia-livro-revela-como-a-castanha-do-para-ganhou-o-mundo/>>. Acesso em 26 de fevereiro de 2018.

<sup>8</sup> Veja mais em <<http://www.institutoamazonia.org.br/acre-amazonas-e-para-lideram-producao-da-castanha-do-brasil-no-pais/>>. Acesso em 22 de fevereiro de 2018.

do país<sup>9</sup>. Talvez contribua para isto o fato de grande parte dos ingredientes utilizados serem de origem indígena que, no decorrer do tempo, se tornaram objetos simbólicos da cultura, como a castanha, o açaí, a mandioca, o cupuaçu, jambú, tucupi, entre tantos outros.

Tais produtos, antes mesmo de serem utilizados em inúmeros pratos da região, representam uma pequena parcela do universo gastronômico paraense e contribuem na formação identitária e/ou identificação de grande parte da população, em especial na capital, Belém. Isto ganha força, já que no período contemporâneo é possível observar certo quadro de “homogeneização” das cozinhas, fomentadas pela necessidade de uma alimentação rápida e prática, bem como pela implantação e repetição de modelos de consumo – como as “rias” (hamburguerias, paletérias, quituterias, docerias, entre outros estabelecimentos que apontam para a segmentação do mercado).

Assim, neste panorama, os hábitos alimentares considerados mais tradicionais ganham maior destaque, se tornando até mesmo um marcador étnico, pois é através dos hábitos alimentares que revelamos a nossa identidade e o local a qual pertencemos: “dize-me o que comes e te direi qual deus adoras, sob qual latitudes vives, de qual cultura nasceste e em qual grupo social te inclui. A leitura da cozinha é uma fabulosa viagem na consciência que as sociedades têm dela mesmas, na visão que elas têm de sua identidade” (BESSIS *apud* CANESQUI e GARCIA 2005, p.50).

Para que possamos observar na prática essa relação entre o indivíduo e sua cultura, destacamos dois casos que ocorreram no Pará e que demonstram claramente o sentimento de “posse”. O primeiro ocorreu com a aprovação do Projeto de Lei de número 3.601/2017, que instituiu o reconhecimento do Tacacá (espécie de sopa com camarões, com “goma” de farinha de mandioca e jambú) como patrimônio imaterial de Porto Velho<sup>10</sup>, capital de Rondônia. O autor do projeto alegava ser um ato simbólico, com objetivo de homenagear a mais antiga tacacazeira do município, Isaura Rodrigues Dantas começou a vender o produto no município em 1959, e a data do seu nascimento foi escolhida para comemorar anualmente “o Dia do Tacacá”.

A medida, no entanto, não agradou os paraenses, já que o prato é considerado típico da culinária local – mesmo que exista em outros estados da região. Isto provocou que a reação de internautas que contestaram o fato da medida sugerir uma possível relação mais antiga de

<sup>9</sup> Saiba mais em “Gastronomia paraense é a mais bem avaliada do país”, disponível no portal do Ministério do Turismo: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/8030-gastronomia-paraense-é-a-mais-bem-avaliada-do-país.html>>. Acesso em 10 de setembro de 2017.

<sup>10</sup> “Projeto que transforma tacacá em patrimônio de Porto Velho gera polêmica”: <<https://www.diarioonline.com.br/noticias/para/noticia-461781-projeto-que-transforma-tacaca-em-patrimonio-de-porto-velho-gera-polemica.html>>. Acesso em 10 de novembro de 2017

Rondônia com o produto. Esse posicionamento pôde ser observado principalmente pelas redes sociais, através de comentários, onde em sua maioria retratava a indignação de um povo que almejava a suspensão do referido projeto de lei.

Já o segundo caso teve origem na região Sul, mas reverberou principalmente em Belém. Em março de 2017, uma empresa fez uma “postagem” parabenizando a cidade de Joinville-SC afirmando que ela era a cidade das flores e “do melhor açaí”. A frase confusa teve como resposta da empresa, além de apagar a publicação, explicar que na verdade teria havido certa confusão ao interpretá-la<sup>11</sup>. A homenagem provocou grande polêmica nas redes sociais, em que os paraenses se posicionaram em defesa do açaí como patrimônio pertencente a cultura do estado do Pará, responsável por quase toda a produção do fruto no país<sup>12</sup>. O fato tomou grandes proporções e foi notícia até em portais nacionais, como o do Jornal Extra<sup>13</sup>.

Como se percebe, estes casos denotam a força da cultura gastronômica que está implícita nos indivíduos e isso nos possibilita refletir sobre a sua importância para os habitantes e seu lugar de origem. É a partir dessa atribuição de valor e significados que observamos também nas polêmicas envolvendo a Castanha do Pará.

A polêmica ganhou notoriedade a nível nacional a partir do programa *MasterChef*. No mesmo período, seguia no ar a novela “A Força do Querer”, da TV Globo, que continha inúmeras referências consideradas equivocadas ao Estado. Ou seja: já havia certo sentimento de defesa e mesmo “revolta” diante de alguns erros no modo de representar/ se referir à cidade. Não são raros os exemplos encontrados que apontam para certo “medo” de perder algo ou mesmo ver sua cultura totalmente modificada ou apropriada por sujeitos “exteriores” a ela, como no exemplo abaixo:



**Figura 01.** “A castanha que agora é do Brasil”. **Fonte:** Captura de tela/ Twitter.

<sup>11</sup> A autora Tamiris Miranda entrevistou o autor da publicação sobre a intenção de sua postagem e os impactos que ela gerou. A entrevista está disponível em <<https://blogdoentredes.wordpress.com/2017/09/20/entrevista-acai-joinville/>>. Acesso em 05 de abril de 2018.

<sup>12</sup> “Pará é responsável por 99% da produção nacional do açaí”: <<http://www.diarioonline.com.br/noticias/para/noticia-453216-para-e-responsavel-por-99-porcento-da-producao-nacional-do-acai.html>>. Acesso em 14 de outubro de 2017.

<sup>13</sup> “Marca exalta Joinville por ‘melhor açaí’ e post viraliza com reação de paraenses”: <<https://extra.globo.com/noticias/viral/marca-exalta-joinville-por-melhor-acai-post-viraliza-com-reacao-de-paraenses-21047664.html>>. Acesso em 10 de junho de 2017.

Indo além, sabemos que, embora a popularidade midiática de um estado possa ser benéfica para a evolução econômica e turística da região, isto não agradava alguns internautas, temerosos com um possível “furto” cultural ou como alguns usuários destacaram: uma apropriação realizada por pessoas de outras localidades.

“Comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se”. E o jeito de comer define não só o que é ingerido como também aquele que ingere, já afirmara Roberto DaMatta (1986, p.34). Desta forma, o alimento compõe um sistema, ou seja, é um conjunto composto de técnicas, elementos, produtos, comportamentos e valores que traduzem a cultura de determinados povos.

“De todos os atos naturais o alimentar-se foi o único que cercou de cerimonial e transformou lentamente em expressão de sociabilidade, ritual político, aparato de alta etiqueta. Compreendeu-lhe a significação vitalizadora e fê-la uma função simbólica de fraternidade” (CASCUDO, 1983, p.42). Tal função, com grande cunho “ritualístico”, portanto ganha nuances mais fortes e tensionadas com a produção de conteúdo nas redes sociais, passível de análise netnográfica.

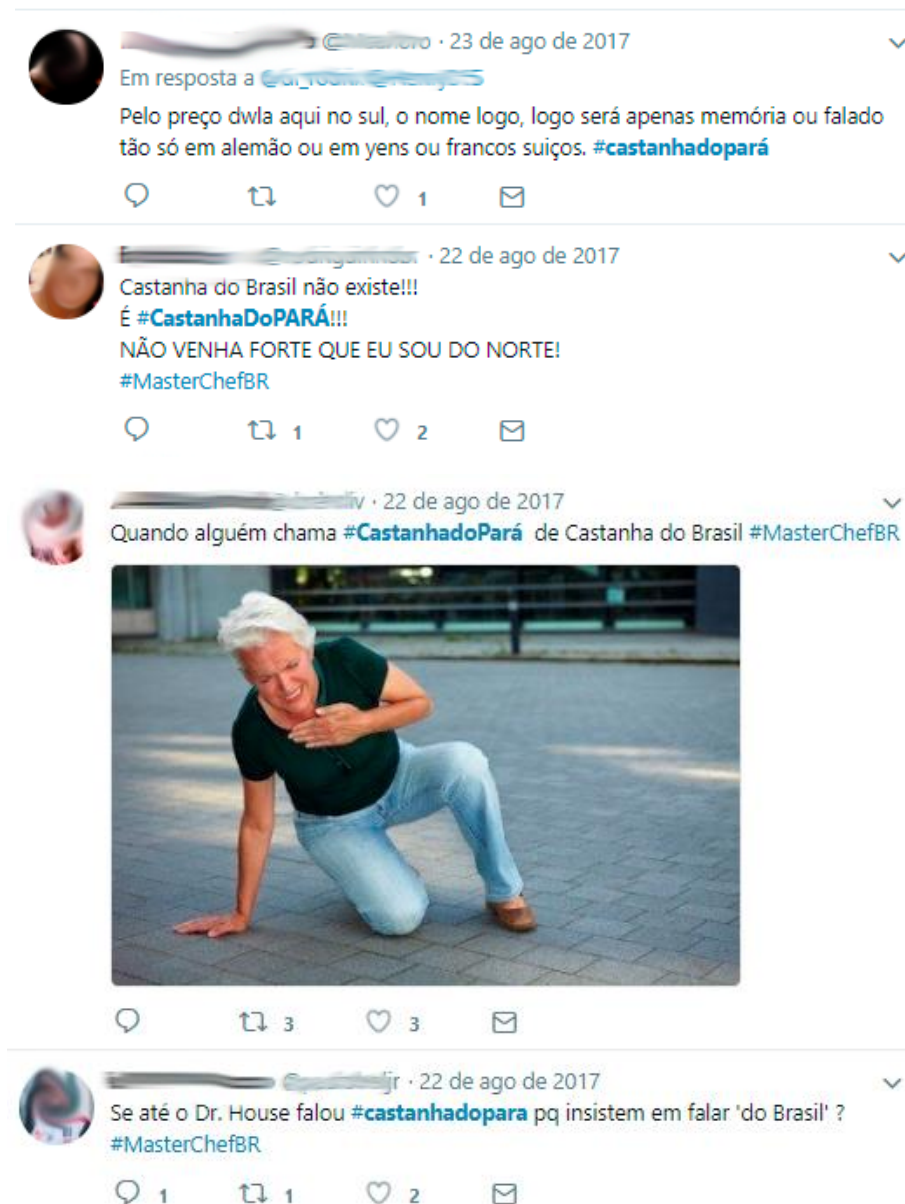
## A “castanha-da-polêmica” e os discursos no ciberespaço

Como já vimos, as discussões sobre a nomenclatura da castanha perduram há algum tempo e ganham relevo quando há algum estímulo midiático, como ocorreu com a polêmica do programa *Masterchef*. O quadro foi potencializado pela cantora Gaby Amarantos após seus comentários no Twitter:



**Figura 02.** Tweets da Gaby Amarantos sobre a polêmica. **Fonte:** Captura de tela/ Twitter.

Tais “protestos” de Gaby sintetizam grande indignação, em tom de humor e ironia também, diante do termo “Castanha do Brasil”. Os *tweets* rapidamente resultaram em respostas de diversos usuários, seja dos que concordaram e apoiaram a cantora na “luta” pela identidade do Pará, seja pelo os que não compartilham da mesma opinião e pertencimento cultural. Diante disso, é curiosa a indagação de um internauta, que questiona: “Mas o Pará não é parte do Brasil?”, provocando então a reflexão entre a identidade nacional e a local, que ganha nuances bem mais complexas pelo uso da tecnologia.



**Figura 03.** Tweets em resposta ao programa *Masterchef* Brasil. **Fonte:** Captura de tela/ Twitter.



---

Estes posicionamentos são possíveis pela emergência da chamada Web 2.0<sup>14</sup>, fomentada principalmente no ciberespaço, terminologia que aponta para

não apenas a estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo "cibercultura", especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais) de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o acréscimo do ciberespaço (LÉVY, 1999, p.16)

É ainda Lévy que afirma que “o crescimento do ciberespaço não determina automaticamente o desenvolvimento da inteligência coletiva, apenas fornece a esta inteligência um ambiente propício” (LÉVY, 1999, p. 30)<sup>15</sup>. Indo além, sabemos que

Desde que o ser humano passou a se valer da fala, até a utilização de equipamentos móveis com acesso à rede mundial de computadores, passando pelo desenvolvimento das técnicas de impressão e pela invenção de mídias audiovisuais, toda forma de comunicação tem imposto alterações nas relações sociais, no comportamento dos indivíduos na participação dos sujeitos comunicadores nos processos comunicacionais, na formatação de mensagens veiculadas e na elaboração de linguagens e códigos necessários para o estabelecimento do ato comunicativo. (CARDOSO, SANTOS e VARGAS, 2009, p. 19).

Nesta complexa relação, o que se viu, após o programa e *tweets* da cantora, foi o aumento da intensidade da discussão sobre o tema, gerando também comentários irônicos que denotam pouca preocupação com o assunto:

---

<sup>14</sup> A Web 2.0, é a rede como plataforma, abrangendo todos os dispositivos conectados. As aplicações Web 2.0 são aquelas que produzem a maioria das vantagens intrínsecas de tal plataforma: distribuem o software como um serviço de atualização contínuo que se torna melhor quanto mais pessoas o utilizam, consomem e transformam os dados de múltiplas fontes (O'REILLY *apud* BRESSAN 2008,p.4).

<sup>15</sup> Importante lembrarmos também que Pierre Lévy fala ainda sobre “formas novas” (isto é, “novas práticas”) possibilitadas e/ ou incitadas pela interação nas redes digitais. Destas, merece destaque a “bobagem coletiva”, marcada por “rumores, conformismo em rede ou em comunidades virtuais, acúmulo de dados sem qualquer informação, 'televisão interativa'” (1999, p. 30), marcando assim um consumo mais simples e mesmo “despreocupado” na Web.



**Figura 04.** O “drama” da castanha. **Fonte:** Captura de tela/ Twitter.

Em tal cadeia, devemos notar ainda que algumas discussões são potencializadas e mesmo ganham maior fôlego caso haja a presença de imagens, novos argumentos ou mesmo a opinião mais “conceitual” de especialistas. Sobre isto, é importante notar a participação de uma internauta ao responder aos posts de Gaby. A jovem publica uma foto que seria do produto em discussão em um supermercado de Lisboa, capital de Portugal.



**Figura 05.** A Castanha Maranhão. **Fonte:** Captura de tela/ Twitter.

---

Na imagem, é possível que a castanha não é Castanha do Pará, nem da Amazônia, tampouco do Brasil. Em Lisboa, capital portuguesa habitada por muitos brasileiros, a Castanha é vendida como “Miolo de Castanha – Maranhão”, evidenciando outro estado brasileiro no nome do produto.

Neste sentido, nossa discussão se aproxima de conceitos como descentralização, deslocamento e até mesmo hibridismo, processos bem mais possíveis de serem realizados pelos indivíduos no período contemporâneo. Isto porque, na pós-modernidade, o sujeito assume ações e identidades diversas, alterando a sua percepção de realidade e coerência. Desse modo, não atua somente como um ser de identidade sexual, nacional, social, e sim, retorna às raízes culturais da mesma maneira que foge delas. “O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente” (HALL, 2006, p.13).

Vamos além e observemos que o discurso de resistência para os usuários que defendem a nomenclatura tanto para o Pará, quanto para o Brasil. Segundo Hardt e Negri (2005), as relações na contemporaneidade são construídas por novos modelos de lutas, que são construídas através do ciberespaço e que levantam discussões que se aproximam inclusive da chamada “inteligência coletiva”, que já abordamos acima.

É importante observarmos isso porque tais posicionamentos são “encorajados” no chamado período pós-moderno ou contemporâneo. De acordo com Stuart Hall (2006), as sociedades pós-modernas não são centralizadas e unificadas, portanto, estabelecem identidades fragmentadas, deslocadas, influenciadas por sua cultura de origem e outras, por isso, constroem-se uma série de discursos difusos sobre inúmeros temas. Percebe-se então certo entrelaçamento ou “infiltração cultural” do ponto de vista regional, nacional e até mesmo mundial, o que torna cada vez mais difícil “manter” as características particulares e primárias de grupos e etnias (HALL, 2006, p.74).

Por mais que a sociedade pós-moderna seja conceituada por diversos autores como sociedade fragmentada, quando o assunto é cultura e gastronomia, pode se afirmar que estes ainda exercem forte influência sobre o indivíduo, não sendo totalmente modificado por agentes externos, pois “por seu intermédio revelam-se aspectos importantes da maneira como as sociedades concebem seus modos de vida e definem a identidade social de seus membros” (CASTRO, MACIEL, MACIEL, 2016 p.19).

Assim, a “exaltação” de alguns pratos da culinária regional ou do país de origem, mesmo quando sem significados marcantes ou medíocres, podem durar pela vida inteira do indivíduo, e a degustação, gera associações mentais surpreendentes (CASCUDO, 2001, p.

24). É por isso que observamos o modo como os paraenses têm se portado diante do caso da castanha, porque, o seu real significado está além do valor gustativo, na realidade é estabelecida uma relação que envolve memória e identidade em dado momento.

Da mesma maneira que o termo “castanha do Brasil” e/ou “da Amazônia” parece ofender os paraenses, existem as pessoas que demonstram indiferença ou ausência de contato, pelo termo ou mesmo pelo valor cultural que este possui. Conforme observamos no Twitter, os usuários paraenses defendem a ideia de a Castanha ser do Pará, já os que não moram ou são nascidos em outros estados, argumentam que castanha do Pará e do Brasil significa a mesma coisa.



**Figura 06.** Indiferença e defesa. **Fonte:** Captura de tela/ Twitter.

Os fatores e as práticas que marcam as identidades culturais estão em constante discussão e modificação. Isto ocorre devido a processos como compressão do tempo e do espaço, já que “a aceleração dos processos globais, de forma que se sente que o mundo é menor e a distância mais curtas, que os eventos de determinado lugar têm um impacto imediato sobre pessoas e lugares situados a uma grande distância” (HALL, 2006, p. 69), que incitam (re)discussões sobre a identidade do sujeito pós-moderno. Estamos inseridos em processos contínuos de hibridização cultural, portanto, as influências não são exercidas somente pela cultural local, regional e nacional, mas diversos motivadores culturais, inseridos nos mais variados grupos socioculturais (HALL, 2006).

### Últimas considerações sobre a polêmica sem fim

Sabe-se que na sociedade contemporânea, é praticamente impossível imaginar uma cultura que não sofra tendências e impactos de outra. Mesmo que de maneira inconsciente o

sujeito sofre influência do “outro”. De todo modo, as interações individuais ou coletivas constroem sentimentos e visões, mesmo que observadas de perspectivas diferentes, no caso, o olhar do paraense, do amazônida, do nortista e das pessoas que não são nascidas no Pará, na Amazônia ou na região Norte.

Para isto, muito contribui o uso massivo dos meios comunicacionais, inclusive alguns ainda considerados “alternativos”, como redes sociais. Através deles é possível ampliar conhecimentos, ultrapassar fronteiras e (re)criar novos hábitos, provocando então discussões acerca do processo de “hibridismo cultural”.

O processo de hibridização possui a aparência de um progresso significativo, mas essa falsa aparência de desenvolvimento intercultural desencadeou alguns conflitos, principalmente na questão da manutenção das tradições, pois as práticas, costumes, receitas, sofreram modificações. Esse impacto é perceptível quando observamos os resultados negativos gerado entorno deste assunto.

Dentro desses conflitos que na maioria das vezes ocorrem dentro das redes sociais, é possível observar o surgimento de novas denominações para essas discussões em torno da cultura, esse é o caso do termo apropriação cultural utilizado por pessoas na forma de alegar que a sua cultura está sendo apropriada de forma indevida por outra pessoa que não pertence aquele mesmo grupo ou que prefere ou um ou outro.

Essa variedade de significados e sentidos pode ser explicada pelos símbolos culturais que o indivíduo carrega, muitas vezes, desde o nascimento, perpassando pelo o que a sociedade define como cultura local, familiar, assim como, os valores culturais que ele descobre por ele mesmo, pode ocorrer também, dele não levar em sua identidade o que significa ser de determinada cultura, já que “o homem é um animal amarrado a teias de significados dos qual ele mesmo teceu, assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; por tanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura de significados” (GEERTZ, 2008 p.4).

O pertencimento não ocorre somente para a sociedade que está sendo "injustiçada" e esquecida, mas também para aqueles que acreditam em uma ideia, um valor e a reação contrária pode gerar tensões culturais.

Isto ocorre pelo fato de elementos simbólicos, como a castanha, contribuírem de forma indireta na formação identitária deste indivíduo, de modo que “fornece um vínculo entre o que os homens são intrinsecamente capazes de se tornar e o que eles realmente se tornam, um por um (GEERTZ. 2008, p.37).

Levando tal panorama em conta, este trabalho discutiu, bem mais que uma série de encadeamentos para definir se a castanha “é” do Pará, da Amazônia ou do Brasil, o quanto um elemento popular, gastronômico, pode ter grande importância para processos de identificação, seja ela local, regional ou nacional. Tudo isto pode ser – e muitas vezes é – expresso através de discursos nas redes sociais, em que, através da netnografia, metodologia que une Comunicação e Antropologia, é possível não somente reunir tais dados, como analisá-los e interpretá-los, como buscamos fazer neste artigo.

## Referências

ALMEIDA, José Jonas. **Os Primórdios da Exploração Comercial da Castanha-do-Pará**. Anais do XXIII Encontro Regional da Associação Nacional de História. São Paulo, 2016. Disponível em [http://www.encontro2016.sp.anpuh.org/resources/anais/48/1467738721\\_ARQUIVO\\_OsPrimordiosdaExploracaodaCastanha-do-Para.pdf](http://www.encontro2016.sp.anpuh.org/resources/anais/48/1467738721_ARQUIVO_OsPrimordiosdaExploracaodaCastanha-do-Para.pdf). Acesso em 10 de março de 2018

BRASIL, Huff Post. **Castanha do Brasil ou do Pará? A questão da Gaby Amarantos na final do MasterChef**. Disponível em <http://www.huffpostbrasil.com/2017/08/23/castanha-do-brasil-ou-castanha-do-para-a-questao-de-gaby-amarantos-na-final-do-masterchef-a-23159211/>. Acesso em 30 de setembro de 2017.

BRESSAN, Renato Texeira. **Dilemas da rede: web 2.0, conceitos, tecnologia e modificações**. Revista Anagrama, Ano 1. 2 ed. São Paulo, 2008. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35306> Acesso em 07 de abril 2018.

CANESQUI, A; GARCIA, R. (orgs.) **Antropologia e nutrição: um diálogo possível**. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005.

CARDOSO, João Batista; SANTOS, Roberto; VARGAS, Herom. “Inovações na linguagem e na cultura midiática. In: VARGAS, Herom; CARDOSO, João Batista; SANTOS, Roberto. **Mutações da Cultura Midiática**. São Paulo: Paulinas, 2009.

CASCUDO, Luiz da Câmara. **Prelúdio da cachaça**. Etnografia, história e sociologia da aguardente no Brasil. Coleção Canavieira, nº 1. Instituto do Açúcar e do Alcool. RN. Natal: Instituto do Açúcar e do Alcool, 1968.

\_\_\_\_\_. **História da alimentação no Brasil**. Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 1983.

CASTRO, Eduardo Viveiros de. **O Nativo Relativo**. Revista Mana, vol. 8 nº.1. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/mana/v8n1/9643.pdf>. Acesso em 13 de março de 2018.

CASTRO, Helisa Canfield, MACIEL, Maria Eunice, MACIEL, Rodrigo Araújo. **Comida, cultura e identidade: conexões a partir do campo da gastronomia**. Disponível em <https://online.unisc.br/seer/index.php/agora/article/view/7389>. *Ágora*. Santa Cruz do Sul, v.18,n. 07,p. 18-27, jan./Jun. 2016.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. 1ª Edição, LTC, 2008.

HALL, Stuart. **A identidade na pós-modernidade**. 11. Ed - Rio de Janeiro, DP&A, 2006.

HARDT, M; NEGRI, A. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

PACHECO, Ariane; SCUSSEL, Vildes M. **Castanha-do-Brasil: da floresta tropical ao consumidor**. Florianópolis: Editograf, 2007.